

ANAIS DO XIV SEMINÁRIO DE ALUNOS DE PÓS-
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
PÓS COM 2017
Vol. 7

GT4 – COMUNICAÇÃO, NARRATIVIDADE E DISCURSOS
MIDIÁTICOS
Sessão 2

ISBN 78-85-93747-00-7

PUC-RIO

2017

COMISSÃO ORGANIZADORA PÓSCOM 2017

Coordenação-geral: Olga Bon e Beatriz Beraldo

Amanda Antunes
Ana Paula Goulart
Andrei Maurey
Carlos Affonso Mello
Carol Pecoraro
Cristina Matos
Diana Vaisman
Elena Cruz
Isabel Feix
Joana Beleza
Lívia Boeschestein
Marcelo Mocarzel
Marcella Azevedo
Mariana Dias
Marina Frid
Melissa Cabral
Mônica Chaves
Thaís Cabral
Thierry Coutinho
Valmir Moratelli
Wagner Bezerra
William Corbo

GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos

Coordenação: Tatiana Siciliano (PUC-Rio)

Assistência: Mariana Dias e Valmir Moratelli

Ementa: Busca refletir sobre os diferentes gêneros narrativos midiáticos (audiovisuais ou impressos) e seus espaços discursivos, abordando as tensões entre aspectos ficcionais e não ficcionais (como o jornalístico) na produção do efeito comunicacional, na construção do imaginário e nas (re)apropriações subjetivas

SUMÁRIO

Figuras públicas ou celebridades? A esfera pública e a representação da intimidade do casal Temer no jornalismo brasileiro Daniela Reis do Nascimento.....	04
Esporte (re)espetacular: uma breve análise de GIFs apropriados por empresas jornalísticas para produção de conteúdos Renato Resende Vasconcellos.....	19
Pode uma mulher falar? Feminismo e representatividade das mulheres na mídia Bárbara Secco.....	34
Processos midiáticos de empatia: redução da maioridade penal como consenso brasileiro Érica Oliveira Fortuna.....	48
Qual é a cor do vestido: preto e azul ou branco e dourado? Conversas em dispositivos móveis, agendamento e encadeamento midiático Tatiana Couto.....	62
Trabalhos de memória em busca de um lugar na história Itala Maduell.....	77
A influência zineira no Whatsapp: uma análise da comunidade jornalística do Grupo Mídia- RJ Ana Paula Goulart.....	91
A cultura na capa dos diários maranhenses Thais Reis.....	101
#SOMOSTODOSMAJU - Uma análise sobre a apropriação da agenda racial pela mídia hegemônica, através do Jornal Nacional Wagner dos Santos Dornelles Paolla de Santa Anna Moura.....	115
20 anos de Harry Potter. Discussões sobre preconceito entre crianças e adolescentes Milena de Azeredo Pacheco Venancio.....	130

Figuras públicas ou celebridades?*

A esfera pública e a representação da intimidade do casal Temer no
jornalismo brasileiro

Daniela Reis do Nascimento**

Resumo

Este artigo estuda as confluências entre a narrativa midiática da vida privada de celebridades e o discurso jornalístico a respeito de figuras públicas. Para tanto define termos usualmente confundidos pelo senso comum, como celebridade e figura pública. Em seguida, aborda as estratégias de construção de imagem adotadas por políticos e veículos de imprensa, assim como propõe um percurso histórico que demonstra como as noções de público e de privado variaram ao longo do tempo. Tal etapa auxilia a refletir sobre como a “extimidade” perpassa a constituição da esfera pública na atualidade. Para fins heurísticos, reportagens do portal G1 e do site da revista Veja sobre o casal Temer são brevemente analisadas.

Palavras-chave: discurso jornalístico; figura pública; celebridade; intimidade; esfera pública.

1. Introdução

Os discursos jornalísticos sobre os campos da política e do entretenimento mantêm-se tradicionalmente apartados, em editorias próprias. Ainda assim, não é raro que estes espectros da vida pública se influenciem e se modifiquem ao sabor dos acontecimentos cotidianos. É possível que o jornalismo impacte largamente nesta sobreposição: os relatos noticiosos parecem configurar-se como um substrato a partir do qual a hibridização entre política e entretenimento adquire densidade no imaginário coletivo.

Uma notícia publicada no portal G1 em 26 de julho de 2016 pode ilustrar o referido fenômeno. Ainda que se insira na editoria de Política, a reportagem poderia encontrar lugar junto às colunas sobre a vida de celebridades. O título da matéria, “Temer e Marcela buscam filho na escola no 1º dia de aula em Brasília”, e o vídeo que o segue corroboram para tal suposição: na cena, o enquadramento revela que um repórter fotográfico posicionado atrás de uma cerca de proteção registra as imagens

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos do XIV Poscom PUC-Rio, de 21 a 24 novembro de 2017.

** Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano – PPGMC, UFF. E-mail: dani_reis8@yahoo.com.br.

que se desenrolam poucos metros à frente. Michel Temer, o então presidente interino do Brasil, caminha ao lado do filho pelo espaço exterior de uma escola, acompanhado de perto por sua esposa, Marcela Temer. Referenciado no texto como “Michelzinho”, o menino traz consigo uma mochila de rodinhas. O ocupante do mais alto cargo político do poder Executivo brasileiro avista a câmera, sorri, levanta a mão em um cumprimento e sugere ao filho que faça o mesmo. Temer não parece desprevenido, tampouco incomodado.

Tal episódio é simbólico para ilustrar certa tendência que não é nova¹, mas que parece se fortalecer entre distintos veículos de comunicação no Brasil: o retrato do cotidiano doméstico – ou ao menos afastado dos domínios tradicionais da vida pública – de figuras políticas. Se na cultura de celebridades a exposição da intimidade parece ter se institucionalizado como um dos elementos que compõem a narrativa dos famosos, no campo da política, tal requisito não costuma aparecer em primeiro plano, mas, ao que tudo indica, de tempos em tempos ocupa o centro a atenção midiática.

Este artigo originou-se da observação de que a exposição da intimidade do casal Temer no jornalismo brasileiro parece ressoar traços comuns à cobertura midiática de celebridades². A partir desta inquietação, problematiza as consequências deste enfoque para as discussões da esfera pública. A fim de cumprir com o que se propõe o estudo começará com a apresentação de conceitos que no senso comum apresentam sutis variações de sentido, tais como celebridade, herói, ídolo e figura pública.

Posteriormente, trata de estratégias de construção de imagem e reflete sobre o efeito destas na reprodução de fatos, eventos e personalidades que se consolidam como notícia. Depois, delineará um breve percurso histórico acerca do desenvolvimento das noções de público e privado, o que encaminhará a discussão para a análise das transformações da esfera pública. Para fins heurísticos, serão analisadas as reportagens “Marcela Temer: bela, recada e do lar”³, do site da revista

¹ A cobertura da imprensa dos EUA sobre a intimidade e a vida familiar de seus presidentes já se mostrava notória na década de 1950 e demonstra como tais abordagens não são recentes na história do jornalismo.

² Nos últimos anos, o campo de pesquisa jornalístico tem questionado se a ausência de fundamentos básicos da reportagem permitiria que determinados conteúdos sejam qualificados como jornalismo. Este artigo reconhece a importância desta discussão, mas considera a editoria em que as reportagens utilizadas nos exemplos foram inseridas para referir-se a elas como notícia.

³ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>. Acessado em: 24 jan. de 2017.

Veja, e “Temer e Marcela buscam filho na escola no 1º dia de aula em Brasília”, do portal G1⁴.

2. Herói, figura pública, ídolo ou celebridade: em busca de definições

As recorrentes referências ao livro “The Image: a guide to pseudo-events in America” (BOORSTIN, 1992) indicam que o próprio texto alcançou certo status de fama entre autores do celebrity studies, área de pesquisa que se debruça sobre a temática das celebridades. Na visão de Boorstin (1992) a celebridade configurar-se-ia como um pseudo-evento humano, ou seja, uma construção simbólica propositalmente fabricada com o intuito de suprir as expectativas da sociedade para a grandiosidade da espécie.

Ao contrário da figura do herói, a celebridade não teria necessariamente que executar façanhas grandiosas, pois os seus feitos seriam coadjuvantes em relação à outra realização: a capacidade de adquirir visibilidade. Enquanto os heróis precisavam construir prestígio a partir de suas ações, o pseudo-evento humano poderia ser produzido por outrem a partir de atributos triviais de personalidade. Dentre as referências à obra, mostra-se especialmente célebre a seguinte definição: “The celebrity is a person who is known for his well knownness” (BOORSTIN, 1992, p.57). Ainda que seja popular no meio acadêmico, a afirmação parece estar longe de ser uma unanimidade e, não raramente, autores distintos retornam a esta para modificar, complementar ou atualizar o seu sentido.

Littler (In. Toby Miller, 2015) é um dos autores que criticou as proposições de Boorstin (1992). Ele ressalta que qualificar a cultura de celebridade como falsa é uma posição frágil, pois encobre componentes capazes de conferir-lhe substância, tais como o investimento psicológico de fãs e audiência, os empreendimentos da indústria de relações públicas e o trabalho dos intermediadores culturais. O autor argumenta ainda que os elementos que envolvem este fenômeno têm uma história extremamente longa. A evolução do termo “celebridade”, por exemplo, estaria atrelada à Modernidade, ao capitalismo burguês e ao individualismo.

As observações de Van Krieken (2012) parecem estar em sintonia com este diagnóstico. O pesquisador investiga mais detidamente os movimentos históricos para sinalizar quais seriam, em sua visão, as influências essenciais para o

⁴ Disponível em <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/07/temer-e-marcela-buscam-filho-na-escola-no-primeiro-dia-de-aula.html>. Acessado em: 20 jan. de 2017.

estabelecimento do panorama contemporâneo da cultura de celebridade. Identifica, por fim, três fatores fundamentais: os rituais da sociedade de corte, o desenvolvimento da comunicação de massa e o recrudescimento do individualismo. Se, conforme defendem Littler (In. Toby Miller, 2015) e Van Krieken (2012), atualmente a celebridade apresenta-se como um fenômeno histórico complexo parece lógico questionar quais sentidos estariam acoplados às primeiras aparições do conceito.

A resposta para esta inquietação pode ser encontrada no trabalho do próprio Van Krieken (2012). De acordo com o autor, o vocábulo “celebritus”, do latim, remeteria não somente à fama como também à ideia de aglomeração. O pesquisador afirma que um indivíduo poderia ser famoso e, todavia, não agrupar uma multidão ao seu redor. Neste sentido a “aglomeração” não deve ser entendida como uma reunião em um mesmo espaço físico e a um só tempo, mas alude a certa festividade ou celebração em torno de uma pessoa que a converta em tópico de conversa cotidiana e a evidencie no imaginário social. Enquanto a fama consistiria em algo seguramente guardado e solidificado em pedra, a celebridade existiria em conversações, inspecionada e analisada pela sociedade em geral. A natureza banal deste fenômeno, prossegue Van Krieken (2012), seria responsável por conferir-lhe fragilidade e tempo de duração limitado, quando comparado ao herói.

Feitas estas distinções iniciais, voltemo-nos para outras acepções que compartilham fronteiras com os referidos conceitos. Tratam-se das noções de ídolo e de figura pública. Segundo França (2012), em sua origem a palavra “ídolo” concernia ao que se presta ao culto e à adoração, muitas vezes atrelado às figuras religiosas. Posteriormente, este sentido teria ultrapassado o domínio da espiritualidade e denominado as pessoas que se tornam ícones naquilo que se propõe a fazer. Já em relação às figuras públicas, a autora comenta o seguinte:

Figuras públicas como as pessoas que ocupam cargos ou posições que dizem respeito à vida coletiva de uma sociedade e, nesse sentido, devem se ater à ideia de bem comum e interesse público, necessitando dar transparência às suas ações e delas prestar contas à coletividade. (FRANÇA, 2012, p.16 e 17)

Diferentemente das celebridades, a visibilidade da figura pública justificar-se-ia mais como uma responsabilidade social e não como um desejo de atrair atenção e de inserir-se nas conversações do dia a dia. A partir disto, pode-se assumir que, inicialmente, a expressão aparenta retratar o papel de um indivíduo encarregado

de um posto político na máquina pública. O presidente Michel Temer parece encaixar-se neste parâmetro, assim como a primeira-dama brasileira, Marcela Temer.

A notícia do portal G1 descrita anteriormente limita-se a descrever o programa em família, a apontar os fundamentos da mudança de escola do filho do presidente e, ao final, a reproduzir a declaração de Temer de que buscaria o filho na escola somente naquele dia. Ainda que esteja na editoria de Política, a matéria não traz à tona nenhuma novidade sobre o campo político. O evento noticiado remete à esfera familiar e o seu propósito não parece ser prestar contas à sociedade, mas conferir visibilidade ao que o senso comum entende como vida privada de uma figura pública. Embora tal artifício figure com muito mais frequência nas notícias sobre celebridade, a construção da imagem de um líder político a partir de seu cotidiano doméstico não é inédita nas representações que povoam o imaginário coletivo. Na próxima etapa deste estudo tentará verificar como este mecanismo era recorrente no contexto das monarquias absolutistas europeias.

3. Construção de imagem do líder: de monarquias absolutistas à Indústria Cultural

Anteriormente, assinalou-se que, segundo Van Krieken (2012), a emergência da sociedade de corte teria sido um dos fatores essenciais para o estabelecimento da conjuntura contemporânea referente à cultura de celebridade. O autor designa como sociedade de corte um tipo de formação social estruturado a partir de um ator central, o monarca, e as relações deste com atores mais fracos, que compõem a corte. Para o pesquisador esta estrutura não pertence exclusivamente a um período histórico específico, mas teve como representações originárias as monarquias absolutistas da Renascença.

Neste modelo de sociedade, a posição dos membros da corte dependia do capital social, que tanto pode ser conquistado a partir das redes de relações quanto pode ser nestas consumido, frente à concorrência com outros atores. A instabilidade advinda de tal processo exigiria que os integrantes se mantivessem informados sobre os acontecimentos e encenassem, para cada situação, o comportamento que poderia lhes conferir prestígio. Conscientes das engrenagens do poder e da sua influência, os monarcas preocupavam-se com a sua imagem perante a sociedade e desenvolviam mecanismos para controlá-la.

Burke (2009) ilustra este panorama através da biografia de Luis XIV, monarca da França no século XVII mais conhecido como “Rei Sol”. Exemplo paradigmático desta dinâmica, o líder consolidou-se como o eixo principal a partir do qual orbitavam não somente os participantes da corte, como também a totalidade das ações do Estado. O dia a dia de Luis XIV era tomado por rituais simbólicos que permitiam a glorificação de sua existência e serviam ao propósito de hierarquizar as relações de poder na corte.

Colbert, o então ministro do Estado, comandava patrocínios às artes às ciências com intuito de que também estas instituições reafirmassem a imagem do monarca. Em vez de reduzir esta estrutura a um sistema de bajulações ou a uma sequência de pseudo-eventos, Burke (2009) salienta que é provável que os franceses acreditassem verdadeiramente na imagem idealizada do rei. O conjunto das ações da corte, portanto, não se reduzia à mera encenação, mas possivelmente respondia às necessidades psicológicas da coletividade.

Algo similar pode ser dito sobre a conexão desenvolvida entre fãs e celebridades na atualidade. Meyers (2009) explica que a celebridade é um foco de tensão através do qual uma audiência pode construir sentidos na medida em que aceita ou rejeita os valores sociais encarnados pela personalidade em questão. Isto pode ser ilustrado pelas reações à reportagem da Veja. Os valores apresentados na notícia remetem à vida doméstica, ao recato e a certa ideia convencional de moralidade. A matéria parece ecoar alguns destes princípios, ao que grande parte das pessoas reagiu justamente no sentido oposto: a manifestação mais comum dos internautas consistiu em fotos que transgredissem o arquétipo da mulher do lar. De modo geral, espalharam-se imagens de mulheres em bares, pistas de dança ou praticando atividades tradicionalmente reservada aos homens.

Não se pode afirmar, contudo, que a imagem de Marcela que se sobressai no texto tenha sido controlada pelas fontes entrevistadas para a notícia. A reportagem do G1, por sua vez, revela mais explicitamente que se trata de uma estratégia planejada pela equipe de comunicação de Temer. Um internauta que se dedique a ler o primeiro parágrafo do texto será informado de que aquele não representa o conteúdo exclusivo de um portal, mas de uma cobertura jornalística orquestrada pela assessoria do Palácio do Planalto com o intuito de propagar o evento por distintos veículos de imprensa. A reação espontânea de Temer indica que provavelmente o então presidente interino estava a par do planejamento de sua equipe de

comunicação. Em um momento no qual o processo de impeachment estava em tramitação, o objetivo da ação parece ser construir uma imagem para o político como pai e homem preocupado com a família. Investir em representações a partir de aspectos com ares de cotidianidade não é uma tática nova na política e Burke (2009), por intermédio do Rei Sol, lembra-nos disto a todo momento.

No caso do líder francês a constituição da imagem servia à exaltação do monarca como um indivíduo extraordinário, que por se diferenciar dos demais tinha o direito divino de governar. No caso de Temer, porém, a criação de uma persona no imaginário coletivo mostra sinais de buscar uma identificação da população em geral com a figura do político, uma figura que se apresenta como ordinária e, portanto, poderia representar o povo. Outra diferença clara é o emprego da comunicação de massa, que constitui uma via inalcançável no século XVII. Esse ponto afasta Temer de Luís XIV e aproxima-o de outro fenômeno, bem mais recente: a cultura de celebridades, sustentada em grande medida pela exposição midiática, voluntária ou não, de fatos que não coincidem com o conceito jornalístico clássico de informação de relevância pública.

As convergências entre políticos e celebridades no que se refere às estratégias de divulgação e à cobertura jornalística podem ser melhor compreendidas com o conceito de celebritização, definido por Driessens (2014) como “as mudanças sociais e culturais contidas na celebridade” (p.4). Para o autor este seria um processo a nível social que extrapolaria o campo do entretenimento para influenciar também campos diversos como a política, a literatura e a medicina. No que tange à conexão com a política, pode-se sugerir que o processo de celebritização empregaria a estrutura da Indústria Cultural para construir imagens de figuras públicas que se detenham sobre aspectos da personalidade e do cotidiano doméstico.

4. Público e privado: uma transformação histórica

O senso comum que permeia a cultura ocidental hegemônica acerca do que deve constituir a vida privada dos indivíduos parece consistir em um processo de institucionalização que encobre os movimentos de seu desenvolvimento ao longo da história. Arendt (1997) quebra, em parte, este paradigma ao demonstrar como distintas práticas sociais foram substituídas por novas tipificações, mais condizentes com os valores propostos por sociedades de períodos históricos posteriores.

A filósofa destaca que na Grécia clássica a diferenciação entre público e privado estruturava grande parte do pensamento da sociedade. Na época, o privado consistia no domínio da família, onde se desenvolviam as relações familiares e as atividades inerentes a sobrevivência dos homens. Ao público, por sua vez, era assegurado o domínio político, no qual os homens poderiam transcender as necessidades da sobrevivência e alcançar fama duradoura. Se o privado era marcado pelo lar e pelo contato com os que neste residiam, o público consistia na realidade da polis e na vida da coletividade.

Se avançarmos na linha temporal, percebe-se que esta dicotomia perdeu força durante a Idade Média. Elias (1994) registra que neste período histórico era comum que muitas pessoas passassem a noite no mesmo quarto. A noção de privacidade parecia diferir substancialmente do que veio a se tornar na Modernidade, quando o quarto de dormir passou a representar uma das áreas mais privadas e íntimas da vida humana. Sennett (2003) vai ainda mais longe e, ao comentar sobre como grande parte dos parisienses medievais vivia amontoadas, sugere que o conceito de privacidade não parecia existir de modo algum.

Tanto para Elias (1994) quanto para Sennett (2003) o processo civilizatório do século XIX impulsionou uma intensa revolução de costumes. Se nos séculos anteriores as pessoas tinham a expectativa de abordar outros cidadãos ou de serem abordadas por estes nas ruas, a partir do século XIX o “silêncio passou a resguardar a privacidade” e “os transeuntes tornaram-se ciosos do direito de não sofrer a interpelação de estranhos” (SENNETT, 2003, p.277). Consolidavam-se, então, novos modelos de conduta para o sujeito, que se distanciavam dos vigentes no século anterior, quando não somente o público significava uma vida que se passa fora do contato com a família e os amigos, como incluía também um campo da vida coletiva “em que grupos sociais complexos e díspares teriam que entrar em contato inelutavelmente” (SENNETT, 2014, p.35). Ainda que esta perspectiva do encontro com o diferente se faça presente, em algum grau, no senso comum que circula pela sociedade contemporânea, o autor aponta como a ênfase adquirida pelo domínio privado no cotidiano eclipsou o domínio público na vida coletiva.

Posto que as noções de público e privado não são fixas, mas construções sociais e históricas, é relevante delimitar o que tal dicotomia representou em tempos mais recentes. Thompson (2012) assume esta tarefa e qualifica o privado como “o que se esconde da vista dos outros, o que é feito em privacidade ou segredo ou entre

um círculo restrito de pessoas” (THOMPSON, 2012, p. 112). O público, por sua vez, representaria “o que é visível ou observável, o que é realizado na frente dos espectadores” (THOMPSON, 2012, p.112). Conclui-se que o conceito que parece sintetizar tal dicotomia é o da visibilidade.

A vivência do dia a dia, muitas vezes, parece realizar movimentos contraditórios. Se, como indica Sennett (2014), a sociedade em geral passou a se resguardar mais a partir do século XIX, por outro lado, a tendência de tornar invisíveis para o grande público certos aspectos da vida aparenta ter atizado a curiosidade dos indivíduos em relação à intimidade alheia. Quando se trata de celebridades, por exemplo, a inclinação a explorar o âmbito privado parece ter sido institucionalizada e, frequentemente, é endossada não apenas pelo público como também pelas próprias personalidades em questão. Ainda que não se qualifiquem exatamente como celebridades, a mesma propensão ocorre com figuras públicas:

No fim do ano passado, Marcela pensou que esperava o segundo filho, mas foi um alarme falso. “No final, eles acharam que não teria sido mesmo um bom momento para ela engravidar, dada a confusão no país”, conta tia Nina, irmã da mãe de Marcela. Ela se refez do sobressalto, mas não se resignou – ainda quer ter uma menininha (LINHARES, 2016)⁵.

O trecho acima demonstra a tendência de subverter a invisibilidade prevista nos alicerces da cultura contemporânea em relação a acontecimentos pertencentes ao âmbito do privado. Hoje em dia, no entanto, o ciberespaço atesta que não é somente a intimidade dos famosos que povoa o imaginário coletivo, mas também as particularidades dos indivíduos anônimos. Ainda que a visibilidade destes seja, a princípio, mais restrita do que a da grande mídia, atualmente uma grande quantidade de indivíduos pode expor a sua vida privada com facilidade expressivamente maior do que em outros períodos históricos.

Tudo aquilo que antes concernia à pudica intimidade pessoal tem se “evadido” do antigo espaço privado, transbordando seus limites, para invadir aquela esfera que antes se considerava pública. O que se busca nessa exposição voluntária que anseia alcançar as telas globais é se mostrar, justamente: constituir-se como um personagem visível. Por sua vez, essa nova legião de exibicionistas satisfaz outra vontade geral do público contemporâneo: o desejo de espionar e consumir vidas alheias. (SIBILIA, 2010, p. 53)

Neste cenário, a distinção entre público e privado baseada na ideia de visibilidade parece um tanto quanto superada, visto que ações tradicionalmente

⁵ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/> Acesso em: 25 jan. de 2017.

resguardadas da vista de outrem hoje são voluntariamente expostas nas redes sociais. É possível supor que estejamos vivendo um período de transição e que novos parâmetros sobre os domínios públicos e privados se esboçam no tempo presente. Sibilia (2016) adota o termo “extimidade” para caracterizar esta intimidade exteriorizada, fruto de performances em redes sociais. Embora seja forçoso reconhecer que a representação dos sujeitos online é menos espontânea do que os usuários pretendem, não se pode negar que as fronteiras entre vida pública e vida privada tenham adquirido fluidez.

A autora lembra-nos de que as barreiras da visibilidade estão ruindo. Tal desmoronamento não aparenta ser motivado unicamente por exibicionismo, mas também por uma vontade de tratar dos temas relevantes à coletividade. No cotidiano capitaneado por Instagram, Facebook, Twitter e Snapchat mesmo as discussões de caráter coletivo parecem ganhar contornos particularizados e ajudar a compor a imagem do usuário de mídias sociais. Talvez vislumbre-se a consolidação de outros tipos de subjetividade e de novas formas de atuação na esfera pública. Para prosseguir com este assunto parece útil observar este conceito mais de perto.

5. A esfera pública

Habermas (2003) explica que, originalmente, a esfera pública burguesa era formada por um público de pessoas privadas que construía a opinião pública com base na racionalidade do melhor argumento e fora da influência dos poderes político e econômico. O pesquisador atribuiu peso à ação da imprensa no século XVIII para o fortalecimento do debate entre os indivíduos⁶. O otimismo do pesquisador com as potencialidades midiáticas, no entanto, teria se arrefecido com o desenvolvimento de uma indústria da mídia e o uso desta para fins particulares.

Apesar do surgimento promissor, esta teria sido refeudalizada pelo estado – à exemplo da convergência das discussões públicas em torno da nobreza na Idade Média – e pelos compromissos com os interesses privados da burguesia. Por conseguinte, a coesão pública rompeu-se e tanto o potencial de debate crítico quanto o sustentáculo coletivo que estiveram no cerne da esfera pública burguesa teriam se deteriorado.

⁶ Tal perspectiva sobre a esfera pública foi seguidamente criticada por mostrar-se condescendente com o caráter restrito de sua constituição. Na realidade do século XVIII, os que podiam adentrar na referida esfera pública eram homens, burgueses e letrados, o que excluía a maior parte da população.

Sennett (2014), por sua vez, define este suposto esvaziamento da vida coletiva como o declínio do homem público: neste cenário de exaltação da vida privada, as formas de sociabilidade e de participação política na contemporaneidade seriam orientadas, majoritariamente, sob a égide dos interesses particulares e das relações de intimidade. Para explicar este panorama é necessário resgatar o período de ascensão da burguesia, no qual a família se consolidou como o modelo ideal dos vínculos sociais.

As relações marcadas pela impessoalidade, então, adquiriram ares de inferioridade frente aos laços mais estreitos. Segundo Sennett (2014), como consequência destas novas institucionalizações, a vontade de moldar a esfera pública desgastou-se para dar lugar à perspectiva de que é necessário se proteger do domínio público. Consequente ao crescente recolhimento e apatia em relação ao diferente, a família constitui-se como um dos escudos com os quais o sujeito se protege das ameaças do mundo.

Alinhada ao apreço pela intimidade, persistiria no senso comum a tendência a focalizar mais em traços da personalidade de líderes políticos do que nas ações realizadas por estes no domínio público. Segundo Sennett (2014), esta predisposição a tratar das complexidades sociais em termos psicológicos criaria distorções no campo político na medida em que questões sobre etnia, classe e religião são relegadas ao segundo plano.

A contemporaneidade, de fato, é constantemente caracterizada pelo ocaso das grandes narrativas que explicariam a estrutura social. Isto, no entanto, não significa que questões de classe, etnia e religião não possam ser relevantes atualmente. Os discursos que atravessam as redes sociais online sugerem que estes temas são trazidos a público a partir de experiências pessoais. As pequenas narrativas são a fonte para discursos sobre múltiplos grupos sociais, que não se fundamentam apenas em categorias como classe e etnia, mas que se ramificam em uma pluralidade de conjuntos menores.

Afiliado a uma linha de pensamento mais positiva, Thompson (2010) opina que no século XX experimentou-se não uma refeudalização da esfera pública, mas o surgimento de uma nova categoria desta, determinada pela publicidade mediada. Neste cenário, o campo de visão deixou de ser limitado pelas “referências espaço-temporais do aqui e agora, mas, ao invés disso, é moldado pelas características particulares das mídias comunicacionais” (THOMPSON, 2010, p.21). Tal

ordenamento teria originado uma intimidade não recíproca e à distância, que “deixa os indivíduos com a liberdade de definir os termos do engajamento e de intimidade que desejam ter com os outros” (THOMPSON, 2012, p. 191). Esta relação seria uma marca do nosso tempo e poderia configurar-se como a principal força organizadora da vida social e do self do indivíduo.

Desde o título, a matéria “Marcela Temer: Bela, recatada e do lar” procura reverberar a narrativa da intimidade. Em vez de enfatizar questões de interesse público, ou seja, aquelas com potencial de influenciar no cenário político e, consequentemente, nos acontecimentos que afetam a coletividade, a reportagem restringe-se à vida doméstica do casal. É o que se nota no seguinte trecho:

Há cerca de oito meses, por exemplo, o vice-presidente, de 75 anos, levou Marcela, de 32, para jantar na sala especial do sofisticado, caro e badalado restaurante Antiquarius, em São Paulo. Blindada nas paredes, no teto e no chão para ser à prova de som e garantir os segredos dos muitos políticos que costumam reunir-se no local, a sala tem capacidade para acomodar trinta pessoas, mas foi esvaziada para receber apenas “Mar” e “Mi”, como são chamados em família. (Site da Veja)⁷

O emprego dos apelidos de Marcela e Michel parece revelar um esforço para exibir traços de familiaridade que substituam o tradicional distanciamento da cerimônia política. A matéria nestes moldes poderia atender a uma demanda do corpo social identificada por Thompson (2012): a de relacionar acontecimentos que fogem da compreensão dos indivíduos a contextos de sua própria vida. Além disso, Vilas Boas (2003) destaca que, em reportagens, o retrato de uma personagem pode irradiar um contexto histórico-social mais amplo ou encarnar situações e emoções que reflitam questionamentos gerais e a própria natureza humana.

A reação estrondosa à matéria nas redes sociais online, entretanto, sugere que as pessoas não se identificaram com as referências apresentadas. O cotidiano de Marcela reflete uma realidade na qual dificilmente a maior parte da população sentiu-se representada, tanto por seu aspecto luxuoso quanto pela valorização de um ideal de mulher restrita aos domínios do lar. Sob alcunha idêntica à do título, as manifestações, majoritariamente em tom crítico ou irônico, apresentavam fotos dos usuários que não se enquadravam ao modelo de mulher que os internautas aparentemente perceberam nas entrelinhas da reportagem. Em vez de irradiar um amplo contexto social, a notícia aparenta esforçar-se para transformar atividades

⁷ Disponível em: <http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/> Acesso em 25 jan. de 2017.

aparentemente ausentes de relevância pública em eventos dignos de cobertura jornalística. Esta possível espetacularização do cotidiano constitui um artifício bastante comum nas representações de celebridade.

Ao nos voltamos para as redes sociais online, é possível perceber a influência de acionistas e desenvolvedores nestas plataformas, principalmente no que tange ao formato e à estrutura. Embora o conteúdo também sofra interferências, seja por meio de sugestões aos usuários, restrições à visibilidade ou lançamentos de novos recursos tecnológicos, os usuários parecem manter-se como atores importantes no que tange a produção de informação que circula pelas redes do ciberespaço. Quando comparada às mídias de massa tradicionais a função de mediação dos proprietários e dirigentes parece mostrar-se de forma eclipsada e as possibilidades dos indivíduos conversarem diretamente uns com os outros é potencialmente maior. Nota-se, enfim, que ainda que as circunstâncias oferecidas no ciberespaço não se configurem como uma esfera pública nos moldes idealizados por Habermas (2003), avanços em relação às potencialidades de discussão coletiva podem ser detectados na atualidade.

6. Considerações finais

Ao longo deste estudo pudemos nos questionar sobre os paralelismos entre a cobertura jornalística da vida privada de celebridades e a representação da intimidade de figuras públicas. Primeiramente, identificamos que a construção da imagem de uma figura pública via exibição da intimidade não é uma novidade no campo da política, mas tais estratégias parecem ter sido exacerbadas pela estrutura da Indústria Cultural.

Em seguida, averiguamos que o domínio público e o domínio privado são historicamente variáveis. Isto conduziu-nos ao questionamento acerca do sentido desta dicotomia na contemporaneidade e à sugestão de que as representações do self nas redes sociais podem estar alterando os parâmetros de privacidade. Apontamos ainda que, atualmente, as discussões sobre assuntos referentes à coletividade muitas vezes são atravessadas por traços de “extimidade” e canalizadas por subjetividades performáticas

Ao discutirmos visões diversas sobre a esfera pública, avaliamos que, embora seja improvável que esta deixe de ser refeudalizada pelos interesses privados e do estado, o ciberespaço parece abrir novas portas para o debate público e pode ser um suporte poderoso para debater, revisar e criticar valores morais retratados nos

veículos de comunicação de massa. A “celebritização” de figuras públicas no jornalismo parece mostrar-ser cada vez mais difundida, mas as reações no ciberespaço indicam que este processo não tem sido passivamente aceito pelos usuários.

As transformações nos parâmetros de público e privado dão sinais de ter originado não apenas novas subjetividades como também formas diversas de atuar na esfera pública. A partir de elementos particulares os internautas dão sinais de empenhar-se em construir uma nova modalidade de esfera pública. Esta aparenta diferir largamente das que a precederam e não se mostra isenta de limitações. Ainda assim, compõe uma outra cartografia da comunicação, que ajuda a manter vivo o debate coletivo e a abrir espaço para representações mais plurais.

Referências

ARENDT, H. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

BOORSTIN, D. **The Image**: a guide to pseudo-events in America. Nova York: Vintage Books, 1992 [1961].

BURKE, P. **A fabricação do rei**: A construção da imagem pública de Luís XIV. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

DRIESSENS, O. A celebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade. **Ciberlegenda**, (xxx) v. 31, p.xxx, 2014.

ELIAS, N. **O processo civilizador I**, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1994.

FRANÇA, V. **Celebridades no século XXI**: Transformações no estatuto da fama. Porto Alegre: Sulina, 2012.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

LINHARES, J. **Marcela Temer: bela, recatada e do lar**. Veja, 16 abr. de 2016. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>. Acesso em: 24 jan. de 2017.

LITTLER, J. Celebrity.: In. MILLER, T. **Routledge Companion to Global Popular Culture**, volume 1. New York: 2017.

MATOSO, F. **Temer e Marcela buscam filho na escola no 1º dia de aula em Brasília**. G1, Brasília, 26 jul. de 2016.

Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/07/temer-e-marcela-buscam-filho-na-escola-no-primeiro-dia-de-aula.html>. Acesso em: 20 jan. de 2017.

MEYERS, E. Can You Handle My Truth? Authenticity and the Celebrity Star Image. **The journal of popular culture** (xxx), v. 42, p.xxx, 2009.

SENNETT, R. **Carne e pedra**: o corpo e a cidade na civilização ocidental. Rio de Janeiro: Record, 2003.

_____. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. Rio de Janeiro: Record, 2014.

SIBILIA, P. Celebridade para todos: um antídoto contra a solidão? **Ciência & Cultura**, Campinas, vol. 62, no. 2, Abril 2010, pp. 52-55.

_____. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

THOMPSON, J. B. Fronteiras cambiantes da vida pública e privada. **Matrizes**, ano 4, n.1, p. 11-36, jul./dez. 2010.

_____. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 2012.

VAN KRIEKEN, R. **Celebrity society**. Londres: Routledge, 2012.

VILAS BOAS, S. **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

Esporte (re)espetacular:*

uma breve análise de GIFs apropriados por empresas jornalísticas
para produção de conteúdos.

Renato Resende Vasconcellos **

Resumo

Neste trabalho pretendemos realizar uma análise de como os GIFs são apropriados por agentes midiáticos através de associações que podem ser feitas entre o GIF e o replay televisivo, concentrando-se sobre uma característica técnica presente em ambos, a repetição. Para isso, nos delimitaremos sobre um tipo específico de GIF conhecido como *framegrab* GIF. Para tal serão revistos conceitos de loop que estão associados a análises do GIF e faremos aproximações aos estudos televisivos, especialmente sobre o replay. Como corpus, traremos amostras dos GIFs desta natureza produzidos e/ou selecionados sobre os melhores momentos do Tour de France em 2017 e as olimpíadas de Londres em 2012.

Palavras-chave: GIF, Repetição, *Replay*.

7. Introdução

A produção imagética digital é um laboratório no qual são realizados constantes experimentos. No que se refere as imagens em movimento, elas passaram de um papel meramente de registro do cotidiano para uma miríade de possibilidades que encontram limitações somente por parte dos agentes que a elaboram. A edição de imagens evidenciou exponencialmente a possibilidade de (re)criação de realidade(s) que, conforme extensa discussão acadêmica, disseminam e/ou reforçam determinadas ideias e consolidam-se como modelos singulares de narração e produção de sentido.

Nos delimitando sobre as imagens que circulam em sites e redes sociais digitais nos últimos anos, há o ressurgimento de um formato imagético digital, o *graphic interchange format* ou GIF que pode condensar uma série de imagens em movimento, mas não é um vídeo pois apresenta uma série de características distintas tais como seu silêncio, breve duração, facilidade de distribuição e repetição (AMARAL, 2016; EPPINK, 2014; NADAL 2014; UHLIN, 2014).

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos do XIV Poscom PUC-Rio, de 21 a 24 novembro de 2017.

** Mestrando em Comunicação Social – PPGCOM UFF. E-mail: renatopgcom@gmail.com.

Distinto dos atuais estudos que emergem sobre o formato cuja análise se aproxima do cinema no começo do século XIX, o remix e outras práticas de uso por parte do usuário buscamos abordar o GIF apropriado por agentes midiáticos pela perspectiva dos estudos da televisão, identificando possíveis conexões que possam ser feitas especialmente para um tipo específico de GIF, o *framegrab* GIF, e o *replay* televisivo. Partimos do pressuposto que a repetição presente nos dois formatos pode estabelecer possíveis associações e ampliar o entendimento sobre o GIF. A questão norteadora da pesquisa é compreender como agentes midiáticos pertencentes a empresas jornalísticas utilizam a repetição dos GIFs para elaborar narrativas na internet. Para tal iremos revisar estudos acerca dos GIFs e aproximações iniciais que podem ser feitas entre GIFs e televisão. Posteriormente, localizaremos conceitualmente o que é a repetição, o *loop* e o *replay* para somar novas percepções ao GIF. Como corpus, traremos amostras dos GIFs desta natureza produzidos e/ou selecionados pelos agentes Veja São Paulo, *Francetvinfo* e Uol.

8. Breve histórico do GIF e suas principais características

Em 1987 o GIF surgiu como uma proposta inovadora de formato imagético devido a uma técnica de compressão de dados ao qual perde-se pouco da qualidade da imagem (NADAL, 2014). Na média, cada GIF possuía dezenas de kilobytes, o que atendia a internet nesta ocasião, sendo que a velocidade máxima de conexão eram de 56 kilobytes por segundo em um computador desktop conectado a linha telefônica. Esta velocidade é ínfima se comparada com as atuais conexões disponíveis nos celulares que alcançam mais de 100.000 kilobytes por segundo. No começo da internet, a criação e produção de conteúdos imagéticos digitais era incipiente e muitas vezes inacessível para boa parte da população mundial (EPPINK, 2014). Dentro deste contexto, os GIFs possuíam função meramente decorativa para preencher sites e não havia relações com produtos da cultura televisiva como por exemplo na Figura 1, que era um típico GIF utilizado em sites para dizer que a página ainda estava sendo construída e a placa de construção aparece piscando. Os GIFs aqui apresentados estão estáticos devido ao suporte utilizado e as imagens animadas podem ser acessadas através do link disponível na nota de rodapé.

Figura 1 – Exemplo de um típico GIF da década de 90.



Fonte: “AnimatedGif.net”¹. Acessado em 07/09/2017

A partir de meados dos anos 2000 o formato passa por uma revitalização em três pontos principais. Primeiro, há uma modernização do formato ao qual é possível inserir informações visuais mais complexas sem aumentar significativamente seu tamanho. Segundo, seu espaço é ampliado com o surgimento do *Tumblr*, cuja essência é ser um *microblog* muitas vezes imagético e que aceita GIFs com mais kilobytes, o que o faz popularizar-se entre usuários (EPPINK, 2014; NADAL, 2014). Outro fator é o começo do uso amador de ferramentas de produção de conteúdo imagético digital por usuários comuns para se apropriarem de determinados conteúdos, ressignificando eles através de técnicas tais como a remixagem para finalidades de auto-expressão (AMARAL, 2016).

A matéria prima dos GIFs, aos quais nos interessa discutir, muitas vezes são provenientes de conteúdos pré-existentes na televisão e internet. Rourke (2012) considera este tipo como *framegrab* ou *video-capture* GIF e apresenta a seguinte descrição:

Eles prestam homenagem a cenas muito conhecidas da cultura pop. Mas como a “arte” do GIF animado cresceu, este tipo começou a ficar por si só isolado do contexto. Este salto é, para mim, o primeiro momento ao qual o GIF começa a coordenar seu próprio reino de correspondência. Um oceano de vídeos virais transformados em uma linguagem visual autossuficiente, ao qual faz o loop sobre si mesmo ad infinitum (ROURKE, 2012, p.3 tradução nossa).

O pesquisador ainda traz outras duas taxonomias, o *Art* GIF é uma versão com uma qualidade de imagem superior e normalmente sua fonte são materiais cinematográficos. A última categoria é o *mash-up* GIF, agregador das características das categorias anteriores com outros elementos imagéticos simbólicos. Essas classificações não são rígidas, porém quando nos referirmos neste trabalho ao GIF ele está circunscrito essencialmente ao *framegrab* GIF e pode apresentar uma mescla das características supracitadas.

Os GIFs possuem linguagem própria segundo alguns autores (AMARAL, 2016; ASH, 2015; NADAL, 2014), mas incorporam modos de falas e práticas de outros meios previamente estabelecidos. Este pensamento encontra apoio nos estudos de Bolter e Grusin (2000) que consideram

A remediação é uma característica que define as novas mídias digitais. [...] podemos identificar um espectro de diferentes formas em que a mídia digital remedia os seus antecessores, um espectro, dependendo do grau de competitividade ou rivalidade percebidas entre as novas e as antigas mídias (BOLTER & GRUSIN, 2000, p.45)

Os autores também defendem a existência de uma incorporação ou representação mais complexa quando há a transferência de meios e isso induz a uma melhoria compulsória de todos os meios, sejam eles os mais antigos e/ou tradicionais e os novos e mais alternativos para que ambos continuem existindo mesmo que “a nova mídia continue dependendo das anteriores de forma reconhecida ou não” (BOLTER; GRUSIN, 2000, p.47).

Os usos do GIF são diversificados devido a sua maleabilidade e polissemia (MILTNER & HIGHFIELD, 2017). Os usuários e agentes recontextualizam o conteúdo da mídia tradicional e da própria internet de acordo com seus propósitos, como por exemplo, forma de diálogo entre usuários (TOLINS & SAMERMIT, 2016), meio de auto-expressão (AMARAL, 2016), trazer para as conversações em rede assuntos como o LGBTQ (HIGHFIELD & DUGUAY 2016) e causas políticas (VASCONCELLOS, 2017). Sua circularidade sustenta-se pelo formato ser aceito nos mais diversos navegadores, apresentar leveza se comparado a um vídeo e também por, até o presente momento, não ser detido por esforços de anti pirataria, pois muitos dos *framegrab* GIF são extratos de produções televisivas ou cinematográficas que custaram milhões de dólares (UHLIN, 2014).

Atualmente, boa parte dos GIFs encontram-se em repositórios de imagens como o *IMGur*² e o *Giphy*³, sendo que este tem estabelecido parcerias para produzir GIFs de eventos específicos como o *Video Music Awards* da MTV, *Ru Paul's DragRace* e as campanhas dos Democratas e dos Republicanos nos Estados Unidos. Houve também, uma tentativa de cobrir os jogos olímpicos de 2016, entretanto, o comitê proibiu a produção de GIFs neste evento por agentes jornalísticos e usuários, ressaltando a importância e certa popularidade do formato como meio de disseminação de informações visuais (MILTNER & HIGHFIELD, 2017). Específico no contexto brasileiro, algumas celebridades adquiriram notoriedade na internet por ter suas expressões apreendidas visualmente para os mais diversos usos na rede. Um

estudo preliminar (SITENESKI, MERTEN & LISBOA, 2017) aponta como a cultura do remix na internet somada aos GIFs fez ressurgir a Gretchen na internet e na mídia mainstream.

9. Breve histórico do GIF e suas principais características

Para alguns autores a internet é compreendida como um complemento do sistema broadcast (SØRENSEN, 2016). Com a profusão de imagens produzidas por agentes midiáticos ou usuários com os mais diversos fins a função secundária da rede expande-se e muitas vezes adquire novos significados de acordo com a finalidade dos agentes envolvidos. De acordo com as análises que serão feitas posteriormente, trazemos o uso dos GIFs por agentes midiáticos jornalísticos. Portanto torna-se necessário estabelecer pontos de contato entre GIFs e televisão.

Iniciaremos pela fragmentação das imagens, mesmo ambos tenham durações totais distintas, Silveira (2013) mostra que a cobertura da TV em eventos esportivos ao vivo apresenta um crescente aumento no número de cortes de determinados momentos que torna o espaço “dinamitado em sucessivos cortes e fragmentos, permanecendo na tela por não mais que poucos segundos” (SILVEIRA, 2013: 43). Ainda, o pesquisador aponta que na copa do mundo de 2010 são realizados aproximadamente 12 cortes de cenas por minuto, ou seja, se dividir igualmente dará 5 segundos cada cena, que é o tempo médio de duração de um GIF. Neste contexto pode-se inferir uma predileção por sequências imagéticas mais curtas, o que sinaliza a substituição de uma montagem composta de cortes que são

“padronizados e intuitivos [...] por pontos de vista sejam divididos em unidades menores e atomizadas, fazendo com que o extensivo dê lugar ao intensivo [...] agora eles favorecem mais a sensação (a emoção da partida) do que sentido (a compreensão do espaço e daquilo que acontece)” (SILVEIRA, 2013: 43).

Shaviro (2012) também aponta tendência similar no aumento do número de cortes de cenas em filmes, em especial nos de ação ao qual o autor chama de pós-continuidade em que há uma “preocupação com efeitos imediatos que sobrepõem qualquer preocupação com uma continuidade completa da narrativa” (SHAVIRO, 2012, online, *tradução nossa*).

O segundo ponto é a autorreferência, este termo foi cunhado por Kellner (1992) e refere-se a cultura da mídia⁴, que envolve em larga escala a produção industrial do audiovisual. No caso da TV, são ressaltados como ela consegue elaborar novos produtos a partir de materiais anteriores graças a

sofisticação de tecnologias que permitem estocar, localizar e acessar registros previamente realizados. Na televisão, o uso de imagens após eventos ao vivo adquire certas funções, Whannel (2005) afirma que estas imagens servirão futuramente para preencher lacunas na programação televisiva ou estender programas. Como por exemplo, os melhores momentos de uma competição olímpica para preencher diversas grades na programação televisiva. Os GIFs que advém da cultura televisiva apresentam uma clara referência a ela, muitas vezes celebrando o passado (AMARAL, 2016).

Outro ponto é a predileção por cenas impactantes e close-ups de alta qualidade para gerar identificação e ser um momento chave que encapsula uma história. De um gol a um assassinato de um presidente, são plurais os eventos que acabam por se tornar um condensando simbólico (WHANNEL, 2005). Os GIFs, por essência, também são condensados simbólicos em um nível mais elevado devido a sua curta duração que vai de 2 a 5 segundos em média. Trazemos como exemplo a última entrevista do ex-presidente dos Estados Unidos Barack Obama⁵ na qual ele solta o microfone ao chão após sua última coletiva com a imprensa simbolizando sua saída da presidência. Neste exemplo muitos usuários utilizaram este GIF para dizer que não tem nada mais para falar, que é um sentido próximo a original ou que outras pessoas não podem falar mais nada após a declaração deles.

Figura 2 – Barack Obama Drop the Mic



Fonte: “Obama Drop the Mic”, Giphy. Acessado em 01/09/2017.

Dentro da televisão há diversos modos de enfatizar uma história, entre eles está o *replay*, que é um recurso baseado na repetição da mesma cena no qual muitas vezes têm-se a velocidade reduzida da cena para que as imagens sejam observadas com maior rigor pela audiência. Conforme descreve Silveira (2013), o *replay* funciona como uma máquina da verdade para revelar elementos até então não percebidos na imagem. Além disso, cria uma “sobredramatização do real”, esconde o presente e transforma o passado em “presente televisivo” pois a TV consegue alternar sem dificuldades entre o presente verdadeiro e o que foi gravado, funcionando em um fluxo assíncrono de tempo (HANSON, 2010; MARRIOTT,

1996). Na próxima seção iremos percorrer mais sobre as potencialidades do *replay* e estabelecer conexões com o GIF.

10. A repetição, o replay e o loop

Tanto o *replay* televisivo como o loop são derivados de uma técnica cuja a ênfase é a repetição. De acordo com dicionário Michaelis (2017) o termo repetição é associado ao ato ou efeito de repetir-se e enunciar as mesmas palavras ou ideias anteriormente proferidas. Derivado do latim *repetere*, também está associada a realização de novas buscas ou movimentos. Na perspectiva freudiana a “repetição é a re-experiência de algo idêntico e é claramente dentro de si uma fonte de prazer” (FREUD apud KAWIN, 1974: 1). Bruce Kawin, ao estudar a repetição na literatura e no cinema descreve que repetição é essencial à experiência humana e que para ser bem sucedida depende do quanto determinado fragmento pode despertar interesse e o seu contexto. Ela pode “reforçar uma impressão, criar um ritmo, nos conduzir ao passado ou promover um recomeço. Pode ainda nos retirar totalmente do tempo sendo um símbolo em expansão” (KAWIN, 1974: 5, *tradução nossa*). Conforme Christopher Hanson (2010) apresenta em sua pesquisa, tanto a repetição quanto o *replay* possuem papel essencial na história das mídias, principalmente como estratégia de produção industrial para reduzir custos, pois é mais oneroso elaborar novas cenas com informações semelhantes do que utilizar material existente.

O *replay*, para Stephanie Marriot (1996), recompõe o tempo e nos torna cientes destes eventos fora do tempo real. Ainda a autora apresenta dois modos de perceber o tempo e utilizaremos a analogia de um jogo esportivo. O tempo síncrono é o tempo natural, ou seja seria o que a plateia que assiste o jogo ao vivo esta vendo, por sua vez o tempo assíncrono é aquele ao qual a audiência observa na TV ou em outras mídias recortes de momentos que foram realizados no passado e trazidos de volta ao presente, ou seja, é um fluxo temporal composto por “segmentos reconstruídos da realidade” com um propósito específico (MARRIOTT, 1996: 82). A predileção por determinadas imagens que circulem novamente em detrimento de outras pode produzir reconstruções narrativas, contribuindo para uma dominação por um determinado grupo (ZELIZER, 1992). Outro efeito do *replay* é se assenhorar da memória social, colocando em destaque eventos que não necessariamente tiveram

destaque no seu tempo original, permitindo inclusive a realização de limpezas com finalidades ideológicas (MARRIOTT, 1996; WHANNEL, 2005).

Saindo do *replay* televisivo e adentrando as definições em torno da repetição do GIF observa-se um consenso até o presente momento que são imagens animadas repetidas em *loop* (ASH, 2015; EPPINK, 2014; GÜRIMSİMSEK 2016; NADAL, 2014; POULAKI, 2015), este termo pode ser traduzido como “ciclo” e o elemento marcante é a repetição, ou seja todo momento há um retorno ao momento inicial (NADAL, 2014). Aline Couri, cuja a pesquisa se dedica a estudar o loop nos traz a seguinte consideração:

O loop pode ser definido como um recurso narrativo, artístico e tecnológico no qual uma sequência de elementos se repete com o objetivo de produzir um resultado além de suas partes constituintes. O termo loop, em geral, refere-se a algo que se fecha em si mesmo; seu fim é um reinício. O termo pode se referir a loops de som, de imagem, de programação, de dispositivos e de processos. (COURI, 2006: 1)

Sendo assim, o *loop*, que evidencia uma limitação, passa a ser compreendido como uma “forma enunciativa do suporte” (NADAL, 2014: 35) e também adiciona uma polissemia ao material por tornar mais complexas e expandir as possibilidades de significado (HIGHFIELD, 2017). Ele também pode explicar processos com mais clareza, como por exemplo como um tigre corre, pois a repetição permite que possamos compreender mais atentamente cada detalhe de um movimento e facilita sua possível memorização devido sua repetição infinita. (GROEGER, 2015).

11. Análise do objetos

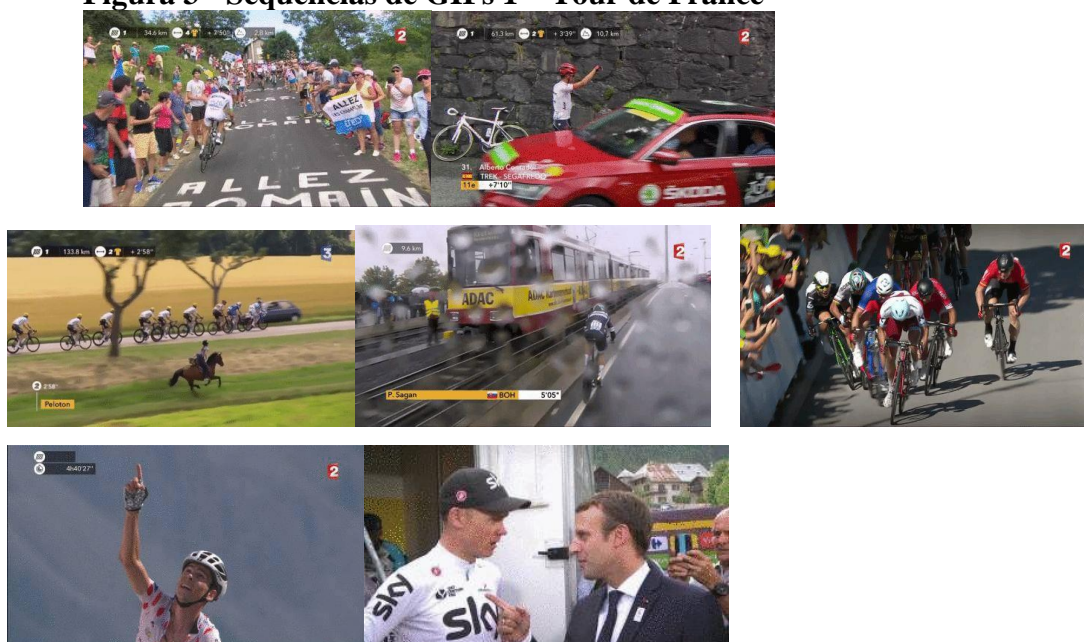
Nossa metodologia será baseada na análise de conteúdo trazido por Bauer e Gaskell (2015) ao qual são necessários identificar a sintática e a semântica da imagem. Neste estudo nos concentramos sobre a segunda, pois pretendemos descrever a estrutura de determinado conteúdo e a partir dela formar conjecturas e comparações. Entretanto, assim como os autores ressaltam, não há um modelo único e verdadeiro para codificar um conjunto de informações visuais. Opta-se por uma descrição simples dos GIFs, associados aos textos nos *sites*. Ainda, propomos a divisão dos GIFs em dois grupos: se eles estão concentrados na ação esportiva, ou seja, se estão executando golpes, pedalando ou levantando peso ou na gesticulação do atleta ou outro indivíduo, se este está realizando qualquer outra ação corporal ou facial que não tenha relação direta com a atividade esportiva.

Silveira (2013) constata que as competições esportivas possuem tempos modificados para acentuar determinado momento ou preencher um tempo em que nada está acontecendo no momento com outros recortes que deixem o evento mais dinâmico, ainda o pesquisador afirma que os principais recursos técnicos para alcançar estes objetivos são o *replay* e o *slow motion*. Os recortes do GIF seguem as recomendações de Marriott(1996): com muita ênfase na ação esportiva que determina o resultado das competições. Em ambos os casos, os GIFs são apresentados com textos para complementar as imagens.

Caso 1 – Análise dos melhores momentos do Tour de France de 2017

Os GIFs aqui apresentados foram produzidos pelo canal televisivo *France Info* e distribuídos em seu site. Ele faz um preâmbulo geral do evento e destaca os momentos inusitados, com uma linguagem próxima a utilizada pelo *Buzzfeed*⁶. Os textos que acompanham os GIFs muitas vezes são humorados, somente alguns que são relativos aos acidentes trazem informações próximas a um jornalismo tradicional. Houve apenas a análise de uma imagem que não foi possível ser realizada, pois requer um reconhecimento nativo da língua francesa para entender qual o sentido oculto no trocadilho das palavras. Antes de entrar na análise ressaltamos que foram selecionadas 7 GIFs dos 14 disponíveis no site, mas que são distintas entre si para evitar redundâncias na análise. No geral, 1/3 dos GIFs utilizado por este agente tem pessoas e gestos como destaque enquanto o restante tem a ação esportiva como elemento predominante.

Figura 3 - Sequências de GIFs 1 – Tour de France



Fonte: “Chutes, Cagades et course contre un tramway lês meilleurs GIFs du Tour de France 2017”, Francetvinfo. Acessado em 06/09/2017

Novamente reforçamos que os GIFs aqui estão estáticos devido ao suporte aqui utilizado, as imagens animadas podem ser acessadas através do link disponível nas notas finais do texto⁷. Lendo a sequência de GIFs da esquerda para a direita, no GIF 1 o texto questiona em tom irônico qual é facilidade de subir uma montanha em zig-zag. A repetição da imagem gera uma percepção de continuidade maior do que o evento foi de fato. No GIF 2 mostra um ciclista tentando pedir carona após sua bike ter sido quebrada e os carros não param ele. Novamente percebe-se um olhar humorístico sobre a cena através da combinação com o texto que afirma que é mais difícil conseguir táxi na competição do que em Paris. Com o loop do GIF, dá-se a impressão que ele não teve sucesso em fazer com que alguém parasse.

No GIF 3, o grupo de ciclistas é acompanhado por um cavalo por alguns momentos. O *Francetvinfo* realiza uma leitura afirmando que há uma competição entre os ciclistas e os cavalos. A comparação dos ciclistas em relação ao ambiente são feitas novamente no GIF 4 ao qual o aparece um competidor ultrapassando um trem e a chamada é que o competidor “ofereceu uma publicidade ruim aos transportes públicos de Dusseldorf”.

O GIF 5, demonstra o momento exato da queda de um dos ciclistas, mas desta vez o texto oferece informações jornalísticas sinalizando que haverá punições para quem causou o acidente. As demais imagens no site que demonstram acidentes optam também por chamadas humorísticas.

O GIF 6 mostra um competidor que teve algumas vitórias agradecendo por chegar ao final. Diferente dos outros GIFs, este é mais longo, captura a sequência inteira do atleta na linha de chegada e a alternância entre o close e o plano aberto.

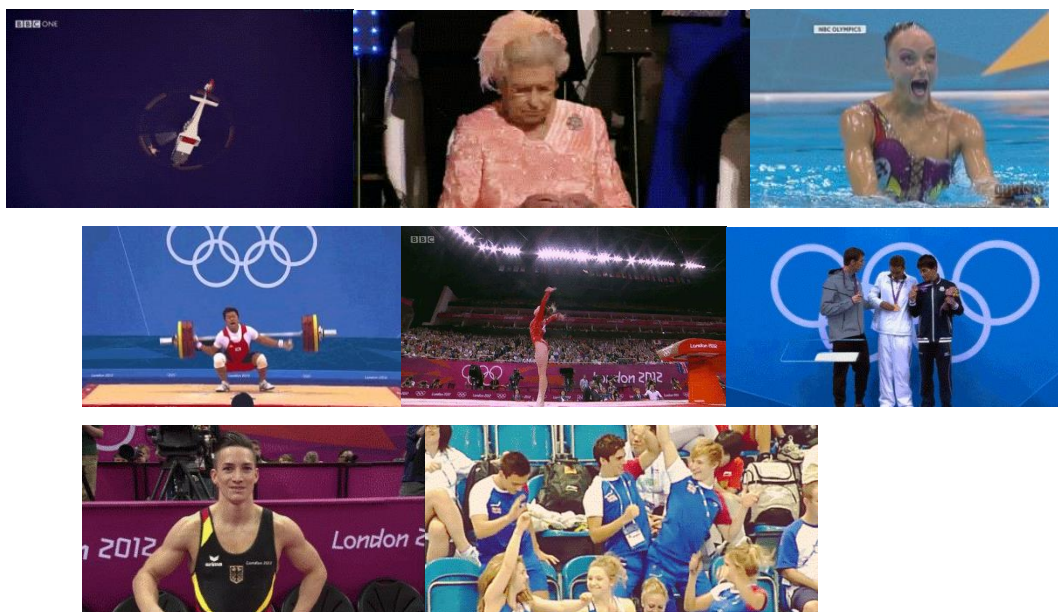
Por fim, o GIF 7, a última da reportagem, é um diálogo do presidente da França e o atual vencedor do Tour de France. A legenda da imagem questiona em tom humorístico sobre o que estariam conversando.

Caso 2 – Olimpíadas de Londres em 2012.

Esta foi uma seleção realizada pela revista *Veja* São Paulo em uma subseção de cultura Pop cuja área “ênfatiza as histórias que circulam nas redes sociais” (VEJA SP, 2017). Similar ao *Francetvinfo*, ela também oferece um enquadramento imagético e textual concentrado mais no humor do que nas informações essencialmente jornalísticas e objetivas, realizando muitas análises de gestos das

celebridades, tais como a rainha Elizabeth. Dos 14 GIFs existentes na matéria, sessenta e quatro por cento possuem closes e gesticulações dos atletas e das celebridades enquanto 36% apresentam foco na ação esportiva. Seleccionados apenas 8 por limite do artigo, mas eles apresentam características existentes nos demais. A versão animada pode ser acessada através do link disponível nas notas finais⁸. A leitura das imagens deve ser feita da esquerda para a direita.

Sequências de GIFs 2 – Olimpíadas de Londres 2012



Fonte: “Veja os melhores momentos das Olimpíadas de Londres em GIFs incríveis”, Veja SP. Acessado em 09/09/2017.

Lendo a sequência de GIFs da esquerda para a direita novamente o GIF 1 é um recorte da cerimônia de abertura com a entrada da rainha Elizabeth (um dublê) com James Bond na cerimônia de abertura ao qual ela entra pulando de avião, dentre todos, é o único que apresenta uma ação não esportiva mas sim uma cena típica de ação.

O GIF 2 apresenta um retrato da rainha com cara de tédio no evento e verificando as unhas repetidamente devido ao *loop*. Também são retratados em outros GIFs a animação da família real balançando os braços perante apenas uma jogada, mas que dá a sensação de que houve animação no jogo inteiro.

Os GIFs 3, 4 e 5 são de atletas em ação, entretanto o primeiro concentra-se na expressão facial típica presente nos GIFs que circulam na internet (AMARAL, 2016). O GIF 4 e 5 se aproximam mais de um replay televisivo pois ambos dão prioridade ao ato esportivo e o texto subsequente complementa as informações transmitidas pela imagem.

Os GIFs 6, 7 e 8 os atletas realizando ações não esportivas são a principal motivo dos GIFs. O GIF 6 apresenta Michael Phelps ensinando ao ganhador da competição a segurar a medalha e o outro apresenta Marcel Nguyen dando um oi para a câmera como um personagem “carismático”. O último (GIF 8), que encerra a matéria em tom festivo, aparecem vários atletas celebrando a competição.

12. Conclusões

Conforme apresentado, o GIF representa uma compressão de informações e é um produto com características semelhantes ao audiovisual e, muitas vezes, decorrente deste material. Ele é um retrato de uma certa tendência à fragmentação ou atomização das informações, em parte, devido a urgência dos tempos modernos em consumir determinados conteúdos mais rapidamente. O caráter repetitivo das imagens do GIF vai além do sentido mecânico, ele oferece novos enunciados que variam de acordo com as intenções dos agentes midiáticos e as percepções da audiência e, em especial, o quanto esta consegue captar as polissemias contidas em cada imagem cíclica. Em todos casos apresentados há poucos indícios de uma linearidade fidedigna a um tempo síncrono dos eventos esportivos e uma predileção por uma seleção assíncrona de micro eventos para reconstruir uma narrativa orientada ao entretenimento.

Aproximar o *loop* dos GIFs ao *replay* em produtos televisivos permitiu identificar similaridades. A repetição pode servir para reforçar determinada mensagem e imprimir emoções que se sobrepõem as informações jornalísticas. Cabe ressaltar uma observação sobre os GIFs apresentados, diferente de outros que são em geral produzidos e circulados por usuários, os que foram apresentados estão condicionados as lógicas de produção e circulação da mídia tradicional. Mesmo assim, como os casos ilustraram, os enquadramentos realizados pelos agentes jornalísticos podem ter muita similaridade com a emergente linguagem dos GIFs nas redes sociais.

13. Notas

1. O GIF pode ser visualizado em http://www.animatedgif.net/underconstruction/anim0205-1_e0.gif
2. www.imgur.com
3. www.giphy.com
4. Em breves palavras a cultura da mídia, termo cunhado por Kellner (1992) refere-se a produtos midiáticos se tornam modeladores dos valores e identidades dos indivíduos.
5. O GIF “Obama drop the mic” pode ser visto em <http://gph.is/1r8E1Zj>

6. BuzzFeed é uma empresa norte-americana de mídia de notícias que tem produzido influências no modo de se produzir jornalismo na internet pela linguagem de seus conteúdos. Foi fundada em 2006 na cidade de Nova Iorque, como um laboratório viral por Jonah Peretti. Para mais informações recomendamos o artigo “A buzzfeedização do jornalismo: 5 coisas que você precisa saber sobre o caso Zero Hora” por Sardá et. al.
7. Os GIFs analisados podem ser vistos em http://www.francetvinfo.fr/sports/tour-de-france/chutes-cagades-et-course-contre-un-tramway-les-meilleurs-GIFs-du-tour-de-france-2017_2292409.html
8. <https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/londres-2012-os-melhores-momentos-em-GIFs-incriveis/> acessado em 12/07/2017

14. Bibliografia

AMARAL, L. L. (2016). **As apropriações do GIF animado: aspectos culturais, expressivos e afetivos dos usos de uma tecnologia defasada**. 2016. 279 f. Dissertação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

ASH, James. Sensation, Networks and the GIF: toward an allotropic account of affect. In: HILLS, K.; PAASONEN, S.; PETIT, M. **Networked Affect**. Massachusetts: MIT Press, 2015

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Vozes, 2015.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard A. **Remediation: Understanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 2000.

COURI, Aline. **Imagens e sons em loop: tecnologia e repetição na arte**. 2006. 116 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Comunicação e Cultura, Departamento de Escola de Comunicação. Universidade do Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

EPPINK, Jasin. A brief history of the GIF (sofar). **Journal of Visual Culture**. 13. P.298-306. 2014.

GROEGER, Lena. **On Repeat: How to Use Loops to Explain Anything**. (2015). Disponível em <https://www.propublica.org/nerds/on-repeat-how-to-use-loops-to-explain-anything>

GYGLI, Michael; SOLEYMANI, Mohammad. Analyzing and predicting GIF interestingness. In: **Proceedings of the 2016 ACM on Multimedia Conference**. ACM, 2016. p. 122-126.

HANSON, Christopher C.P. **One more time: instances, applications and implications of the replay**. Qualificação de tese (Doutorado em Cinema-Televisão-

Estudos críticos) – Faculdade USC Graduate School, Los Angeles: University of Southern California, 2010.

HIGHFIELD, T., & LEAVER, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. **Communication Research and Practice**, vol. 2.

HIGHFIELD, Tim; DUGUAY, Stefanie. “Like a monkey with a miniature cymbal”: cultural practices of repetition in visual social media. **AoIR Selected Papers of Internet Research**, 2016, 5.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREENE, Joshua E. **Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture**. 2013

MARRIOTT, Stephanie. Time and time again: live television commentary and the construction of replay talk. **Media, Culture & Society**, 1996, 18.1: 69-86.

MERTEN, Julia; LISBOA, Matheus; SITENESKI, Dalvan. Gretchen: dos anos 70 ao gif - uma personalidade da cultura remix. In: **XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul Intercom Sul**, Porto Alegre, 2017.

MILTNER, Kate M.; HIGHFIELD, Tim. Never Gonna GIF You Up: Analyzing the Cultural Significance of the Animated GIF. **Social Media & Society**, 2017, 3.3

NADAL, João Henrique Duarte. **A cultura do GIF: Reconfigurações de imagens técnicas a partir dos usos e apropriações de narrativas cíclicas**. 2014. 185 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2014.

ROURKE, D. (2012) “The Doctrine of the Similar (GIF GIF GIF)”, **Dandelion: Postgraduate Arts Journal and Research Network**. 3(1).

SHAVIRO, Steven. **Post-Continuity: full text of my talk (2012)**. Disponível em www.shaviro.com/Blog/?p=1034. Acesso em 02/07/2017

SILVEIRA, Márcio Telles da. **A recriação dos tempos mortos do futebol pela televisão: molduras, moldurações e figuras televisivas**. 2013.

SØRENSEN, I.E. The revival of live TV: liveness in a multiplatform context. **Media, Culture & Society**. 2016 Apr;38(3):381-99

UHLIN, Freg. Playing in the GIF(t) Economy. **Games and Culture**. Vol. 9(6). 2014.

VASCONCELLOS, Renato Resende. A política em 5 segundos: análise de GIFs políticos. In: **XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017** Intercom, Curitiba, 2017.

WHANNEL, Garry. Pregnant with anticipation: The pre-history of television sport and the politics of recycling and preservation. **International Journal of Cultural Studies**, 2005, 8.4: 405-426.

ZELIZER, Barbie. **Covering the body: the Kennedy assassination, the media, and the shaping of collective memory**. Chicago & London: University of Chicago Press, 1992..

Pode uma mulher falar?*

Feminismo e representatividade das mulheres na mídia

Bárbara Miranda Secco Ferreira**

Resumo

O trabalho pretende apresentar algumas das contribuições do feminismo para o pensamento crítico atual e na análise das representações midiáticas. Partindo de um histórico do movimento feminista e as suas chamadas “ondas”, apresenta-se o papel da mulher na sociedade a partir dos conceitos de Haraway, Butler, Woolf e Maia. Aborda-se também como esses conceitos acabam servindo como parâmetro para o discurso midiático, trazendo os estudos de Birolli, Miguel e Braga, desde a representação das mulheres na chamada imprensa “feminina” e até objetificação do sexo feminino na cobertura jornalística. Apresenta-se também alguns estudos mais recentes de grupos sociais sobre o tema, especialmente no Brasil.

Palavras-chave: feminismo, jornalismo, estudos de gênero, representação midiática.

15. Machismo como dominação histórica na sociedade

Nas últimas décadas, após séculos de luta e problematizações, o feminismo passou a contribuir para o pensamento crítico e político das pessoas. O debate sobre a dominação masculina trouxe questionamentos necessários e importantes para o universo da política, da educação, da mídia, da família e da religiosidade, como as noções de igualdade, autonomia, independência e empatia. Subverter a ordem de instituições tão presentes e arraigadas fez com que o feminismo fosse evoluindo e se aprimorando, com reflexões e questionamentos ainda mais elaborados a respeito da ordem social estabelecida.

E, agora, as correntes feministas atuais trazem à tona questões que ainda não haviam sido discutidas ou problematizadas. Além das lutas primordiais sobre igualdade de direitos e violência doméstica, passou-se a debater também temas de caráter mais psicológico e político dentro da temática feminista. Dentre eles, os comportamentos machistas do cotidiano ganharam luz e passaram a ser debatidos.

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividades e Discurso Midiático do XIV Poscom PUC-Rio, de 21 a 24 novembro de 2017.

** Mestranda em Comunicação Social – PUC-Rio E-mail: babisecco@gmail.com.

São condutas sociais presentes na sociedade, enraizadas, mas que agora são vistas sob outra perspectiva.

O gênero é um dos eixos que organizam a vida em sociedade e seus tipos de relações. O histórico da dominação masculina pode ser visto em diversos âmbitos: na ciência, no jornalismo, na literatura, na Academia. Como resumido por Luis Felipe Miguel e Flavia Biroli, “onde há desigualdades que atendem a padrões de gênero, ficam definidas também as posições relativas de mulheres e de homens – ainda que o gênero não o faça isoladamente, mas numa vinculação significativa com classe, raça e sexualidade.” (MIGUEL; BIROLI, 2014).

O feminismo aparece como um movimento social de minorias e um novo pensamento político que vem pressionar as leis e a ordem estabelecidas, mas também para mudar as formas de pensar da sociedade. A falta de representatividade feminina nas diferentes esferas do poder fez com que as mulheres passassem a questionar o *status quo* da sociedade, seus mecanismos de exclusão e as maneiras de ocuparem esses espaços. A teoria política feminista promoveu o pensamento crítico acerca das relações criadas e mantidas pelas instituições vigentes, deslocando a compreensão dos conceitos de justiça, democracia, autonomia e identidade. Além disso, promoveu a crítica aos espaços sociais divididos para as pessoas conforme o sexo que nasciam (MIGUEL; BIROLI, 2014:151).

O feminismo moderno ocidental pode ser dividido em três “ondas”, que comportam ações específicas na luta pelos direitos das mulheres. A primeira onda marca o período entre o século XIX e o começo do século XX. O principal foco era reverter desigualdades legais, como o direito ao voto e ao trabalho remunerado, e visibilidade nos espaços legais. No ensaio “Um teto todo seu”, a escritora e poetisa Virgínia Woolf traz à nota as dificuldades vividas pelas mulheres desse período em busca de autonomia e reconhecimento profissional. O texto é ficcional, mas recheado de insinuações às situações pessoais vividas pela autora à época. Woolf, uma das mais reconhecidas escritoras de língua inglesa, traça um painel da presença feminina na literatura nos últimos séculos, mostrando a dificuldade das mulheres em serem reconhecidas como papel fundamental na história do mundo. Tomando como especificidade as escritoras do século XIX, a obra nos mostra como a falta de reconhecimento feminino sempre se deu a partir de um discurso de gênero machista, o que impedia o crescimento profissional e intelectual das mulheres.

A crítica levava em conta, não somente o gênero, mas seus reflexos nas estruturas de classe e raça, sexualidade, dentre outros. Ao narrar a situação vivida pelas mulheres à época, Virginia Woolf aborda a força das escritoras em busca, não só de reconhecimento dentro do mundo masculino, mas da criação de seu próprio valor, rompendo com as barreiras da sociedade patriarcal. Essas mulheres começam uma luta por visibilidade em uma sociedade em que suas mães e avós não podiam nem mesmo abrir conta em banco, votar ou fazer ensino superior. A luta começa aí e serve de exemplo para as mulheres das próximas gerações, mostrando como a questão de gênero impacta nas relações sociais.

As mulheres foram, pouco a pouco, alcançando sua visibilidade como cidadãs, mas, ainda assim, as teorias de igualdade, justiça e democracia – criadas a partir da necessidade de autonomia da sociedade – não apresentam questões fundamentais ligadas ao gênero. A presença do “homem universal” (que será explicada mais a frente deste artigo) apaga a problemática das mulheres e a necessidade da criação de conceitos específicos para elas. Não por um capricho, mas por uma necessidade real e legítima em se diferenciar gêneros.

Nos arranjos familiares, políticos, sociais e econômicos, o papel do homem é o de provedor do lar e da família, não havendo espaço para o crescimento da classe feminina. Até mesmo os estudos sobre o gênero feminino eram feitos majoritariamente por homens, o que ajudava a reforçar o discurso de inferioridade do sexo colocado por eles. Porque a ideia de inferioridade traz consigo outra ideia: a de superioridade. As mulheres são inferiores a quem? Como é criada essa comparação? Ora, se em uma sociedade tradicional do século XX as pessoas são divididas entre homens e mulheres e elas são vistas como um sexo frágil, com “cérebro menor” (WOOLF, 2014:47) e sem talento para gerir uma nação, quem seria superior a tudo isso? O homem.

É por isso que tanto Napoleão quanto Mussolini insistiam tão enfaticamente na inferioridade das mulheres, pois, se elas não fossem inferiores, eles deixariam de crescer. Isso explica, em parte, a necessidade que as mulheres representam para os homens. E serve para explicar como eles ficam incomodados com as críticas delas; como é impossível para elas dizerem que tal livro é ruim, tal quadro é medíocre, ou o que quer que seja, sem infligir muito mais tormento e despertar muito mais raiva do que um homem teria causado ao fazer a mesma crítica. (WOOLF, 2014:55)

O primordial de uma sociedade é que ela está sempre em constante mutação. As verdades podem – e devem! – ser questionadas a todo o tempo. Se, no passado, a presença feminina era narrada por homens, agora o protagonismo passa a ser real, e

não somente enredo de grandes peças do passado. “Como deixar falarem as mulheres nos documentos de forma que elas sejam *sujeito* e não o *outro*?”, questiona Maia (2003:3). Se até mesmo os contos sobre mulheres eram eternizadas por escritores homens, agora são elas que escrevem suas histórias, e não apenas na ficção, mas alcançando os espaços antes negados a elas: a ciência, a academia e a política.

Ainda que alguém pudesse mensurar o valor do dom de qualquer pessoa neste momento, esses valores mudariam; daqui a um século muito possivelmente eles terão mudado por completo. Mais ainda daqui a cem anos, pensei ao chegar à soleira da minha porta, as mulheres não serão mais o sexo protegido. (WOOLF, 2014:47)

A “segunda onda do feminismo” compreende as décadas de 1960 a 1980, período em que o debate teve foco nas desigualdades culturais no patriarcado e nos espaços de participação da mulher na sociedade. A partir do momento em que as mulheres passam a conquistar um espaço de identidade política e acadêmica, com pesquisas e questionamentos próprios, passa-se a pensar as características em que o gênero é colocado, “uma construção cultural em oposição ao sexo biológico e a perspectiva relacional”, nas palavras de Maia (2003:3). A teoria política feminista é uma corrente plural, que pensa a organização social a partir das desigualdades de gênero, não somente das mulheres, mas de todos os eixos não dominantes na sociedade: mulheres, homossexuais, transsexuais, etc.

A pensadora inglesa Mary Wollstonecraft (1759-1797) é considerada a fundadora do feminismo. Ela escreveu a obra “Uma reivindicação dos direitos da mulher”, com pensamentos influenciados pela Revolução Francesa. A autora também publicou “Uma reivindicação dos direitos do homem”, trazendo a necessidade das mulheres e os obstáculos enfrentados na luta pela sua emancipação. No feminismo contemporâneo, Simone de Beauvoir e seus dois volumes de “O Segundo Sexo” teve espaço como uma das principais influenciadoras do movimento. Mesmo se tratando de um texto mais pessoal e subjetivo, Beauvoir foi uma das figuras chaves para a discussão da construção social do feminismo. É dela a frase clássica: “Não se nasce mulher, torna-se mulher”. Ela também levantou questões centrais do pensamento feminista contemporâneo, como as relações entre público e privado e a relação deste conceito com o gênero.

Ao questionar o caráter político das relações de gênero, o feminismo pode ser considerado um dos “filhos” da Revolução Francesa. É a construção de uma crítica ao modelo de submissão da mulher nas esferas privadas da sociedade e sua exclusão da vida pública, das tomadas de decisões. Ao desconstruir o caráter imutável do

sexo, Judith Butler nos apresenta a ideia de algo culturalmente construído, assim como o gênero:

não faz sentido definir o gênero como a interpretação cultural do sexo. O gênero não deve ser meramente concebido como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado (uma concepção jurídica); tem de designar também o aparato mesmo de produção, mediante o qual os próprios sexos são estabelecidos. (BUTLER, 2003:25)

A discussão mais específica sobre gênero e identidade, a diferenciação de sexo e gênero e os estudos sobre as multiplicidades encontradas no que se define como sexo feminino marca a “terceira onda do feminismo”. São estudos iniciados nos anos 1990 por feministas negras americanas, que logo se disseminou pela América Latina, e incorpora questões de raça, sexualidade e classe social ao já posto discurso de igualdade de direitos.

Deslocando as preposições sexo/natureza e gênero/cultura, Butler afirma que a ideia do sexo pré-discursivo é efeito do aparato de construção cultural daquilo que afirmamos gênero. Este pensamento é compartilhado por outras pesquisadoras e pesquisadores, como Navarro-Swain, que corrobora com o pensamento do sistema sexo/gênero como criador de identidades e determinante para a coerência do gênero.

16. A questão de gênero seus reflexos na sociedade

Numa sociedade marcada pelas diferenças, a mulher ocupa uma posição não apenas de desigualdade, mas também de subalternidade em relação ao homem. Mulheres têm menos acesso a cargos políticos, têm salários inferiores aos dos homens, estão mais sujeitas a violência e discriminação.

Cada pessoa aprende seu papel a partir do momento em que é considerada um ser social. Quem é do sexo masculino já sabe seu poder, seus deveres e direitos. Quem é do sexo feminino também aprende a se colocar em seu “devido” lugar. O homem deve prover o dinheiro, a mulher, os filhos e filhas. O homem decide o que é melhor para sua família. A mulher aceita e obedece. Cada qual no papel social a que está atribuído.

Um dos aspectos mais relevantes da discussão feminista contemporânea é a reflexão sobre os conceitos de “público” e “privado” em nosso tempo. Essa é uma questão iniciada na vida social, mas com reflexos no modo como a mídia retrata mulheres e homens, na cobertura política e no direcionamento das pautas para cada público.

Para Donna Haraway (1995), as relações sociais se baseiam no contexto do “ser universal” para a criação de suas leis e práticas cotidianas. Esse lugar universal

tem como missão criar igualdade entre as pessoas. Porém, ele foi pensado por iluministas no século XVII, época em que as mulheres não tinham nenhuma visibilidade. Assim, a representação humana é determinada por um grupo de homens pertencentes a uma determinada classe e detentores de saber e poder. E esse sujeito universal fica com a semelhança e os preceitos deste grupo.

Com isso, a noção do que se enquadra nas esferas de público e privado tem como premissa a universalidade criada pelos homens. O que se caracteriza como público são os princípios universais iluministas como a política, a economia e a justiça. No âmbito privado, aparecem as questões de caráter íntimo e pessoal, como individualidade, família e vida doméstica. Pensado nesta dualidade a partir da questão de gênero, percebe-se que são atribuídos às mulheres os conceitos privados do cotidiano:

Papéis atribuídos a elas, como a dedicação prioritária à vida doméstica e aos familiares, colaboram para que a domesticidade feminina fosse vista como um traço natural e distintivo, mas também como um valor a partir do qual outros comportamentos seriam caracterizados como desvios. A natureza estaria na base das diferenças hierarquizadas entre os sexos. (MIGUEL; BIROLI, 2014:32)

O mundo “privado” é visto, também, como particular, no qual as decisões não são baseadas pelos conceitos “públicos” de justiça e igualdade, mas a partir das relações familiares e do afeto, promovendo o domínio masculino e relações de poder no contexto doméstico. A partir disso desenvolve-se a noção de que questões de família se resolvem em casa, ou “em briga de marido e mulher, ninguém mete a colher”, criando, assim, os subterfúgios para a violência doméstica e o feminicídio. E os números comprovam esta teoria. O Mapa da Violência 2015, que divulga dados da criminalidade brasileira, mostra que 55,3% das mortes violentas de mulheres são cometidas no ambiente doméstico e dessas, 33,2% foram cometidas por parceiros ou ex-parceiros.

Além das graves questões sobre violência das mulheres dentro de seus contextos familiares, a dicotomia do aspecto público *versus* privado faz com que as mulheres sejam invisibilizadas do mundo público, das tomadas de decisões e das questões relativas à justiça das cidadãs e dos cidadãos. O mundo público pede pessoas “duras”, “coerentes”, “pragmáticas” e “fortes”. Afinal, é ali que se concentram as questões que ditam o rumo da sociedade. E essas são as características atribuídas, historicamente, às pessoas de sexo masculino. As mulheres, vistas sempre como os seres frágeis e emotivos, não têm capacidade – ou força – suficiente para estarem presente na esfera pública, bastando a elas as

questões privadas e familiares. Ao tratar as demandas do feminismo como ações políticas “específicas”, o Estado se coloca no lugar de neutralidade, marcando seu caráter masculino (MIGUEL; BIROLI, 2014)

Pensando no mercado de trabalho, a luta feminista se dá por igualdade de direitos, oportunidades, equidade salarial e criminalização dos assédios no ambiente de trabalho. Uma realidade mundial é a diferença salarial para homens e mulheres que ocupam um mesmo cargo no trabalho. Eles normalmente ganham acima delas, somente por serem homens e, por isso, serem vistos como mais capacitados. Não é uma questão de merecimento para eles, mas de preconceito com elas.

No Brasil, a desigualdade salarial entre mulheres e homens ainda é uma realidade. Dados divulgados pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) mostram que, em 2015, o número total de mulheres no Brasil superava em oito milhões o de homens. Mas ser a maioria quantitativa não assegurou melhores condições de vida. Em relação à renda domiciliar per capita, a disparidade de gênero acontece em todas as raças: mulheres brancas e negras ganham em média 10% a menos que homens brancos e negros. Essa diferença também é vista dentro do gênero, já que mulheres brancas ganham até 47% a mais que as negras, e os homens brancos ganham 44% a mais que os negros. Além de ser um problema de gênero, as desigualdades das relações de trabalho são um problema estrutural da sociedade.

A pesquisa comprova o aumento da participação feminina no mundo laboral e no grupo da população com poder de compra. Se, em 1995, 22% dos lares eram chefiados por mulheres, em 20 anos esse número alcançou os 40%. Ou seja, de cada 10 casas, em quatro delas são mulheres que cuidam dos filhos e filhas, do lar, trabalham fora e trazem a maior renda para casa. E, mesmo assim, têm salários inferiores aos dos homens.

Mas não se trata, apenas, de remuneração. O ambiente de trabalho para uma mulher é diferente para um homem. Elas estão expostas a pressões e constrangimentos, assédios morais e sexuais. A cultura da autoridade dá aos homens o benefício da agressividade, da raiva e subjugação perante as mulheres. A existência dos estereótipos de fraqueza de uma mulher apenas pela condição de seu sexo biológico expõe o sexismo presente nas relações de trabalho e poder, fazendo com que, independentemente da hierarquia de ocupações, a experiência laboral de uma mulher seja mais penosa e sacrificante (MIGUEL; BIROLI, 2014:11).

17. Mulheres retratadas na mídia

Toda essa disparidade de gênero reflete também na maneira como a mídia retrata as mulheres. Independentemente do tipo de pauta a ser feita – política, economia e até vida de celebridades – a abordagem feita para mulheres e homens é diferente. Enquanto as publicações sobre Economia & Negócios, Business e Carros é voltada ao público masculino, as editoriais de Moda, Beleza, Culinária, Família e Filhos é destinada às mulheres.

A imprensa feminina é uma das vertentes da Cultura de Massa. Ao narrar o histórico deste tipo de mídia, Adriana Braga relembra a pesquisa de Edgar Morin (1987), um dos primeiros a abordar o tema. No final da década de 1960, com o impulso da militância feminista na França e nos Estados Unidos, as publicações voltadas para as mulheres passaram a abrigar uma integração entre a *intelligentsia* e as grandes massas femininas possibilitando uma “ideologia da mulher”. (BRAGA, 2016:17). As publicações passam a adotar um padrão que une os conceitos de feminilidade e feminismo, e o importam para todo o mundo, como, por exemplo, as revistas *Elle*, *Marie Claire* e *Cosmopolitan*, com suas versões vendidas em dezenas de países.

O conceito de “revista feminina” sempre traz assuntos de cunho privado. Dentro do macrotema “família” vemos pautas sobre filhos, casais, relacionamentos amorosos, cuidado com a casa, decoração de interiores, culinária e economia doméstica. Sobre “corpo” aparecem as variadas dietas do momento, a sexualidade, a moda, as compras. Os assuntos mais importantes de política e economia, os avanços tecnológicos, as questões atuais da ciência... nada disso entra em uma publicação voltada para as mulheres. Essa separação temática é vista em todas as mídias: TV, rádio, impressos e, até mesmo, na internet. O que a mídia retrata é a resposta ao padrão “público versus privado” marcado da sociedade. O padrão feminino é reforçado com a segmentação da mídia para as mulheres.

Em sua pesquisa (BRAGA, 2016:14) sobre a participação das revistas femininas na criação dos padrões estéticos das mulheres brasileiras, Adriana Braga relembra os conceitos de Sherry Ortner sobre as evidências de inferiorização das mulheres de nosso tempo: a desvalorização social a tudo que é do universo feminino, como as tarefas e papéis das mulheres; os arranjos socioculturais que as excluem da vida pública e política e, conseqüentemente, do poder; e os mecanismos simbólicos que nomeiam como “sujas” e “impróprias” realidades do universo

feminino, como a menstruação, sempre retratada pela publicidade pela cor azul, ao invés da coloração real, vermelha.

As mulheres “exemplares” retratadas pela mídia são sempre aquelas com alguma superação pessoal, as que conseguiram conciliar as questões de perspectiva privada em suas vidas ao entrar na vida pública. O estereótipo de sucesso é o masculino. Por isso, ao retratar grupos temáticos, como “empresários de sucesso”, “geração startup”, as imagens que acompanham essas expressões são sempre as de homens, geralmente brancos e bem-vestidos. E, ao mostrar uma mulher em liderança, o estereótipo que a acompanha é o do modelo masculinizado de sucesso: terno, pose viril e olhar desafiador.

O que não aparece nessas manchetes é que cada mulher vive sob diferentes aspectos que vão além das questões de gênero, como os aspectos de raça e classe. O sucesso das mulheres propagadas pela mídia não impede que outras tantas vivam sob diferentes graus de vulnerabilidade e falta de oportunidades. (MIGUEL; BIROLI, 2014:144). O que se vê são casos de superação individuais, e não uma evolução nos padrões de comportamento. A família, a igreja, a escola, a imprensa, a publicidade e a psicologia produziram em nós a ideia de que a felicidade feminina está atrelada ao casamento e à maternidade. Aquelas que não se enxergam nesse conceito, são estigmatizadas e vistas como desviantes do que é considerado como “ser mulher”.

Quando a mídia foca em casos específicos de mulheres oriundas de um mesmo grupo social (brancas, com uma profissão e vindas das classes média e alta), coloca na escuridão toda uma reivindicação do feminismo estrutural, que reivindica também as posições sociais impostas pelo patriarcado. Essas mulheres passaram a ocupar um espaço que só foi aberto para elas, e não para todas. Os direitos são diferentes para mulheres brancas e negras, pobres e ricas, com estudo e sem estudo. Ao individualizar os padrões, mantêm-se as posições subalternas também entre pessoas do sexo feminino.

É preciso ressaltar que este tipo de imprensa agrega extremo valor comercial e publicitário, já que ocupa o segundo o segundo lugar no ranking de tiragem do mercado de revistas no Brasil, ficando atrás apenas das tiragens das revistas de informação semanais. (BRAGA, 2016:29). Os conceitos compartilhados por essas publicações compactuam com os valores tradicionais da sociedade e, também, com a publicidade, ao retratar um ideal de mulher que comporte matrimônio, família e

carreira sem deixar de lado a feminilidade. Não por menos, as revistas femininas atraem tanta publicidade de produtos de moda e beleza.

O modo pelo qual a imprensa se refere às mulheres também é nocivo e machista. Pode-se elencar discursos marcados pelo estereótipo de gênero, que ajudam a disseminar os valores machistas da sociedade. Um exemplo clássico é o do tipo de linguagem usada pelo jornalismo esportivo ao retratar as mulheres profissionais do esporte. Nesses casos, a mulher é, muitas vezes, objetificada, com sua aparência física se tornando a pauta, acima do seu talento e suas conquistas profissionais. Palavras como “musa” e “gata” aparecem no título das matérias, ao invés do nome das atletas.

No Minimanual do Jornalismo Humanizado - criado pela think thank feminista Think Olga, reunindo sugestões para jornalistas e veículos que desejam limpar suas narrativas de preconceitos, tornando a leitura de notícias uma experiência agradável e respeitosa para todas as pessoas - são levantados alguns exemplos, como a manchete do portal de notícias R7 “Musa dos saltos ornamentais erra e não avança à semifinal na plataforma de 10 m” ou “A eslovaca surgia como mais uma musa do esporte”, do site do canal esportivo ESPN.

Além do espaço tradicionalmente menor dado para mulheres atletas, as manchetes ainda retratam a opinião de repórteres sobre sua aparência física, uma pauta incomum na cobertura dos feitos de homens esportistas. Essa cobertura sexualizada da mídia também é percebida na escolha das fotos que ilustram as matérias sobre elas. Percebe-se que a cobertura feminina é composta por padrões de gênero e de publicidade, que elencam um ideal de beleza feminino que também deve ser seguido no mundo esportivo.

O estereótipo de “musa” já é comum em diversas vertentes do jornalismo. Seja no esporte, na política ou nas artes, o que não falta é matéria que destaque a beleza física da mulher, em detrimento do seu talento. Com a prerrogativa de trazer uma pauta “criativa” sobre um determinado assunto, a mídia promove uma cobertura sexualizada das mulheres, o que corrobora com a cultura do estupro vista em nossa sociedade, legitimando o assédio e a invasão de privacidade feminina. Ao objetificá-las, a imprensa faz coro com as pressões de gênero, a supervalorização dos arquétipos e a manutenção de privilégios da sociedade.

Nem mesmo na escolha por especialistas para serem entrevistados ou entrevistadas, as mulheres são maioria. Nos Estados Unidos, a Universidade de Nevada pesquisou as fontes de 352 matérias de capa da revista New Yorker e

constatou que apenas 19% eram mulheres. No Brasil, o procedimento é parecido. Em 2010, a revista Superinteressante, da Editora Abril, fez uma autoavaliação e constatou que, das pessoas escolhidas como referência em suas áreas para serem entrevistadas, apenas 33% eram mulheres. Apesar de contar com uma equipe mista de jornalistas, os homens ainda são prioridade para dar voz às pautas mais relevantes da publicação voltada para a área de ciência e tecnologia. Para contornar essa disparidade, coletivos feministas, como a ONG Think Olga, levantam o tema e apresentam soluções, como uma lista de contatos de mulheres, representantes das mais diferentes áreas, e disponíveis para serem fontes confiáveis de reportagens.

O cenário mais comum dos espaços midiáticos voltados para as mulheres é o de um ambiente de familiar e de conforto, para que ela se sinta segura e tenha suas dúvidas atendidas. Principalmente nos programas de televisão e na mídia impressa, o que encontramos é um rol de matérias sobre relacionamento, família, receitas de comida, dicas de organização da casa, dietas e bem-estar. Tudo sempre apresentado por uma personagem, que ganha voz a partir de uma apresentadora, uma locutora ou um editorial (nos impressos), se colocando como uma “amiga”, dando conselhos e dicas.

Fazendo um contraponto a essa imagem, enquanto nas revistas femininas o mote é, principalmente, as pautas de cunho privado, as revistas masculinas têm como princípio o erotismo e elementos que elucidam poder, como os ensaios fotográficos eróticos de mulheres e publicidade de automóveis, relógios e outros elementos de luxo.

Não é possível sacramentar que as publicações voltadas para o universo feminino corroboram com o discurso tradicionalmente machista da sociedade. O que se viu, com o passar dos anos, foi uma mudança – ou adequação – na linha editorial de várias publicações, que passaram a ter em suas pautas questões como independência financeira, aborto e liberdade sexual, mas sem deixar de romper com a agenda e hierarquia de suas corporações. Até mesmo por conta da participação e interação com suas leitoras, as revistas femininas fazem parte da construção da identidade social feminina brasileira, porque são dispositivos de integração social para as mesmas.

Parte da corrente feminista busca uma igualdade de direitos sem a quebra da estrutura do sistema patriarcal. Ou seja, as mulheres passam a ter acesso aos espaços públicos, mas dentro das instituições sociais vigentes. Desse modo, elas buscam

também um reconhecimento profissional, um status de bem sucedidas, mas se utilizam de mecanismos estruturais machistas, como colocar outra mulher para cuidar dos aspectos privados da sua vida, como ter empregada doméstica e babá. Ao lutar apenas para se incluir nos direitos e deveres de uma sociedade já estruturada em um sistema de classes, essa inclusão reproduz, de maneira silenciosa, as formas de marginalização já existentes ali.

O ideal político do feminismo é uma mudança social que seja sensível a essas diferenciações e realidade, que comporte também as lutas de classe. Ser feminista não é apenas buscar uma igualdade de poder, mas romper com esse poder sacramentado e buscar uma nova estrutura para as convenções sociais, políticas e econômicas praticadas em nosso tempo.

Outro ponto importante sobre a representação midiática das mulheres está no cinema. Em geral, as mulheres não são as protagonistas dos filmes e sempre aparecem como dependentes de algum cuidado masculino, seja financeiro, amoroso, profissional ou familiar. Este estereótipo marcado nas telas sempre foi criticado pelas ativistas, e ganhou um componente importante: o Teste de Bechdel. Em 1985 a cartunista Alison Bechdel retratou no quadrinho “Dykes to Watch Out For” uma personagem que dizia que só assistia filmes que passassem nos seguintes requisitos: ter pelo menos duas mulheres na trama, uma conversar com a outra, e que a conversa não seja sobre homem.

No já citado ensaio “Um Teto Todo Seu”, Woolf abordou o assunto – talvez a primeira pessoa a falar sobre isso – ao narrar a falta de mulheres como personagens na literatura inglesa. A ideia já era falada por ativistas feministas, mas se popularizou em 2011, ao ser descrita em uma matéria da revista New Yorker (STEIGER, 2011:104). O método seria uma forma simples de saber se um filme, ou qualquer outro produto midiático, possui preconceitos de gênero em suas tramas.

Já existem algumas variáveis para o teste, como exigir que as personagens tenham um nome e a conversa entre elas tenha duração de mais de um minuto. Os parâmetros são tão simples que chocam ao serem pedidos, afinal, o cinema sempre foi visto como uma arte à frente do seu tempo e receptiva a mudanças. Foi criada uma base de dados, o site “bechdeltest.com”, alimentada por internautas, com a análise (de mais de sete mil filmes e séries) ao teste. A média de aprovação fica em torno de 57% para os três requisitos, 10.2% para dois requisitos, 21.8% passam somente em um requisito, e 10.4% não passam em nenhum, o que demonstra o

atraso de Hollywood em relação às pautas feministas. Uma das razões apontadas para a falta de protagonismo feminino nas telas é a falta de diversidade entre roteiristas e demais profissionais de Hollywood, além das diferenças laborais entre mulheres e homens, já citadas anteriormente.

A subutilização das mulheres é frequente nos mais variados gêneros do cinema. O Teste de Bechdel serve como um termômetro para simplificar este comportamento e já serve de parâmetro para algumas produtoras de Hollywood na hora de decidir por roteiros. Em 2013, uma rede sueca de cinemas adotou essa análise como critério na hora de recomendar filmes aos frequentadores e frequentadoras. Parecem ações sem um grande impacto midiático, mas serve para divulgar de forma simples questões complexas de representatividade de gênero em seus mais variados contextos.

A equidade de gêneros é uma luta diária por respeito, autonomia e direitos para mulheres e homens, já que um mundo desigual afeta a todas e todos. Ao se questionar a forma como a mídia trata e retrata as mulheres, estamos jogando luz sobre o modo como nós as enxergamos. Isso nos mostra que o machismo está presentes até mesmo nos detalhes e atuando, até nos dias de hoje, como uma dominação simbólica na nossa sociedade.

Referências

BRAGA, Adriana. **Corpo-verão: jornalismo e discurso na imprensa feminina**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2016.

BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

HARAWAY, Donna. Saberes Localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu** (5), 1995.

HUECK, K. **Onde estão as mulheres da SUPER?**. SUPER Interessante, São Paulo. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/ciencia/onde-estao-as-mulheres-da-super>>. Acesso em: 08 mai. 2017.

Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas. **Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça**. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/retrato/indicadores_chefia_familia.html>. Acesso em: 15 abr. 2017.

LAYTON, Alexi, SHEPARD, Alicia. **Lack of female sources in NY Times front-page stories highlights need for change**. Poynter. Disponível em:

<<http://www.poynter.org/2013/lack-of-female-sources-in-new-york-times-stories-spotlights-need-for-change/217828/>> Acesso em: 08 mai. 2017.

MAIA, Claudia J. Dos estudos de gênero aos feminismos: uma trajetória pessoal. **Em tempos de História**, n. 7. Brasília: UNB, 2003

MIGUEL, L. F; BIROLI, F. **Feminismo e política**: uma introdução. São Paulo: Boitempo, 2014.

_____. Gênero e política no noticiário brasileiro. *Cadernos Pagu* (34), jan-jun, 2010.

MONTEIRO, Ester. Lugar de mulher também é na política. Site do Senado Federal, Distrito Federal, 8 mar. 2016. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/03/08/lugar-de-mulher-tambem-e-na-politica>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

MUND, Sarah. Um oceano feiminista. Think Olga. 2 mar. 2017. Disponível em: <<http://azmina.com.br/2017/03/um-oceano-feminista/>>. Acesso em: 01 mai. 2017.

STEIGER, Kay. **No Clean Slate**: Unshakeable race and gender politics in The Walking Dead. In: LOWDER, James. *Triumph of The Walking Dead*. BenBella Books, 2011.

SWAIN, Tânia Navarro. Invenção do corpo feminino ou “A hora e a vez do nomadismo identitário?”. **Textos de História**, v.8, n.1. Brasília: UnB, 2000.

Teste de Bechdel. **Statistics**. Disponível em: <<http://bechdeltest.com/statistics/>>. Acesso em: 02 mai. 2017

Think Olga. **Entreviste uma mulher**. Disponível em: <<http://bit.ly/2k2kCue>>. Acessado em: 08 mai. 2017

_____. **Minimanual do Jornalismo Humanizado**. Disponível em: <<http://thinkolga.com/minimanual-do-jornalismo-humanizado/>> Acesso em: 11 mai. 2017.

WOOLF, Virginia. **Um teto todo seu**. São Paulo: Tordesilhas, 2014.

Processos midiáticos de empatia: redução da maioria penal como consenso brasileiro*

Érica Oliveira Fortuna**

Resumo

O objetivo deste artigo é investigar as narrativas jornalísticas sobre violência urbana, evidenciadas pelo *O Globo*, que propõem e contribuem para a construção de consenso a respeito da redução da maioria penal. Nossa hipótese é que as reportagens direcionam sentidos de empatia e, principalmente, a falta dela sob o viés da alteridade. Dessa forma, a sensação de medo e insegurança pode influenciar a circulação de pessoas nos espaços urbanos, fomentando a estigmatização de jovens negros e pobres como “bandido”.

A história pode se desenvolver de muitas formas. O conhecimento de fatos referentes ao nosso passado pode nos ajudar a entender o presente e precificar⁸ o futuro. O passado, no entanto, é comumente posto de lado e acabamos por excluir uma das formas de melhor se pensar no futuro. Em seu livro *Fenomenologia do brasileiro: em busca de um novo homem*, Vilém Flusser (1998) dedica um de seus capítulos para explicar a defasagem com relação ao conhecimento histórico do brasileiro, principalmente no que tange o seu próprio país, seja por assertivas, por exemplo, de que possuímos um passado recente. De qualquer forma, utilizando a metáfora de máscaras, o autor ressalta que novos momentos e representações sempre podem surgir

Duas coisas não devem ser negadas com isto: que sempre aparecem máscaras novas (isto é, máscaras que o uso anterior ignoramos) e que, toda vez que uma máscara reaparece, adquire novo significado. (...) A todo instante histórico o espírito do tempo (ou como queiramos chamar aquilo que se manifesta) se manifesta em todos os fenômenos culturais, desde a língua até os instrumentos, desde a moda até os sonhos. (1998, FLUSSER, p. 76).

E porque não entender novas máscaras, novos formatos e novas representações também em outros cenários, como nas instituições midiáticas, jurídicas e políticas brasileiras? Apesar da discussão sobre a redução da maioria penal ser uma velha conhecida do Congresso Nacional, as “novas” propostas que ressurgiram em 2015 e

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos do XIV Poscom PUC-Rio, de 21 a 24 novembro de 2017.

** Doutoranda em Comunicação Social – UERJ. Mestre em Comunicação Social – UERJ. E-mail: erica.fortuna@gmail.com.

deram prosseguimentos em processos anteriormente superados pelos ordenamentos jurídicos e políticos brasileiros, parecem ter vindo sob uma perspectiva mais agressiva, eminente e “fundamental” para a contenção da violência no Estado do Rio de Janeiro. Nesse sentido, acreditamos que as representações midiáticas de jovens negros e pobres apontam para “novas máscaras” da sociedade no tempo presente.

A escolha da maneira como contamos os fatos é uma forma consciente ou não de se estabelecer a experiência humana no tempo. Quando pensamos em narrativas construindo representações, buscamos as contribuições de Paul Ricoeur (1994), para quem narrar é organizar o tempo, dar sentido através do tempo. Esse tempo, porém, não é só cronológico, mas também um esforço de produção de sentidos. Trazemos no presente o nosso passado e futuro. A história é contada para estar no mundo e assim entendê-lo.

Ao narrar, criamos o acontecimento, a identidade, estamos dizendo quem somos e mediando a construção do outro. Com Ricoeur (1994), percebemos que a narrativa não se resume a uma problemática linguística. Ela permite representar no discurso diferentes perspectivas. Podemos e devemos ir além do sentido do texto, projetado no mundo do leitor. Queremos olhar para as narrativas e buscar possíveis instâncias de produção de sentidos, olhar mesmo atento à “refiguração narrativa”, sentidos que reorganizam a nossa experiência temporal.

Os aspectos temporais são considerados os grandes indutores da narrativa que pedem a narração do fato. De tempos em tempos, questões já superadas voltam à pauta. Benjamin (1985) nos mostra, na teoria da obra aberta, a dinâmica ilimitada da memória e da constituição do relato, pois a continuação da vida poderá levar o texto a diversos caminhos. A narrativa está em permanente construção, já que pode ser modificada pelo leitor, diariamente.

O medo da violência que acomete a cidade e a responsabilização de adolescentes pelos crimes estão diariamente nas páginas dos jornais, no noticiário da TV, nos discursos políticos, na Internet e na fala da maioria das pessoas, que muitas vezes reproduzem o que é dito nos veículos de comunicação. Isso se confirma quando verificamos a redação da proposta de emenda constitucional, elaborada pelo deputado Benedito Domingos (PP – Partido Progressista). O próprio deputado utiliza a mídia como argumento para justificar a necessidade da alteração da norma, tendo em vista que, segundo a imprensa, a maioria dos casos de violência é cometido por jovens menores de idade.

O noticiário da imprensa diariamente publica que a maioria dos crimes de assalto, de roubo, de estupro, de assassinato e de latrocínio, são praticados por menores de 18 anos, quase sempre, aliciados por adultos. A mocidade é utilizada para movimentar assaltos, disseminação de estupefacientes, desde o "cheirar a cola" até o viciar-se com cocaína e outros assemelhados, bem como agenciar a multiplicação dos consumidores. Se a lei permanecer nos termos em que está disposta, continuaremos com a possibilidade crescente de ver os moços com seu caráter marcado negativamente, sem serem interrompidos para uma possível correção, educação e resgate (D.O. 1993, p. 23063⁹).

O projeto foi publicado em 27 de outubro de 1993, mas não teve continuidade. Por vezes, pela interposição de apensos que versavam sobre o tema, a discussão da PEC voltou ao Congresso, mas não seguiu em frente. Entretanto, em março de 2015, a Comissão de Constituição e Justiça da Câmara dos Deputados aprovou a proposta de emenda constitucional 171/39, que visa à redução da idade penal de 18 para 16 anos, dando prosseguimento ao feito. Independente dos apensos, o texto base continua sendo o do deputado Benedito.

Da profusão de notícias de violência como essa, veiculadas diariamente pelos jornais, que incriminam jovens, foi criada uma comissão especial para examinar o conteúdo da proposta de alteração constitucional que discute a maioridade penal. Antes da referida comissão se posicionar, deputados que defenderam (e defendem) a redução estavam temerosos com o não prosseguimento do projeto, e apresentaram um substitutivo para que a diminuição da maioridade penal fosse restrita aos crimes hediondos. Apesar de parecer uma proposição limitadora, deputados contrários à redução acreditam que foi uma manobra articulada para que o projeto continuasse o seu trâmite, mesmo que de forma prejudicada. Nesse sentido, no dia 17 de junho de 2015, a Comissão Especial da Câmara deu parecer favorável ao relatório que trouxe a alteração do texto.

Para refletir sobre o texto da proposta de alteração constitucional consubstanciado em narrativas jornalísticas, retomamos a metáfora das máscaras em Flusser (1998).

Isso significa que naquele instante o espírito humano assumiu uma máscara determinada. Mas isso não significa que todos os homens

⁹<http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/DCD27OUT1993.pdf#page=10> acessado em 26/07/2016.

contemporâneos tenham assumido tal máscara, nem sequer todos os homens ativamente empenhados. Apenas significa que uma elite decisiva (“a vanguarda”) conseguiu impor tal máscara à sociedade, mas que a grande maioria pode perfeitamente continuar usando máscaras superadas, até muito superadas. Uma análise da sociedade francesa no final do século XVIII poderia perfeitamente resultar no seguinte: elite tênue de máscara romântica, elite mais numerosa com máscara iluminista, massa rural com máscara neolítica e várias camadas intermediárias com máscaras variadas. E, no entanto, não tivesse a população neolítica se comportado de determinada maneira, e a revolução romântica francesa teria fracassado, a despeito dos esforços da elite. De forma que a população neolítica é co-responsável pela revolução romântica (1998, FLUSSER, p.76).

Aplicando aos nossos estudos de narrativas que perpassam pelo projeto 171/93, podemos verificar que, de certa forma, há uma elite que define a redução da maioridade penal como meio único e concreto na contenção de crimes. Nesse sentido, as representações produzem sentidos que querem parecer consensuais. Dessa forma, pleiteando segurança e proteção, a população acredita que o encarceramento e o endurecimento da pena são medidas úteis e urgentes, mas se esse fosse o caso o Brasil seria um país extremamente seguro, posto que possui uma das maiores populações carcerárias mundiais. De acordo com Nilo Batista, “o novo credo criminológico da mídia tem seu núcleo irradiador na própria ideia da pena: creem na pena como rito sagrado de solução de conflitos” (2003, p.4).

A sensação do medo traz a necessidade de encontrar um culpado. Um motivo “real” para sentir medo. Nesse sentido, o pânico moral se direciona a grupos estigmatizados que passam a ser conhecidos como “demônios populares” (COHEN, 1972). Com base na nossa pesquisa, os jovens, em sua maioria, negros e moradores de lugares mais pobres assumem esse papel. Segundo o autor, o temor pode até ser infundado, mas produz efeitos concretos. O medo sem fundamento traz a necessidade da personificação do mal. É nesse momento que os “menores de idade” têm sido considerados o grupo marginalizado responsável pela “onda de crimes” e pelo medo que supostamente assombra a cidade.

O movimento cíclico das narrativas

Para aprofundar as investigações das narrativas jornalísticas do Jornal *O Globo* e analisar a estigmatização feita pela mídia ao menor de idade, negro, pobre e favelado, recorreremos ao grande fluxo narrativo e a *tríplice mimesis* de Ricoeur (1994). Dessa

forma, trazemos à discussão o conceito de *mimesis I* a *mimesis III*, visando articular o arco hermenêutico no ciclo vicioso das reportagens.

Percebe-se, em toda sua riqueza, qual o sentido de *mimesis I*: imitar ou representar a ação é, em primeiro lugar, pré-compreender o que é o agir humano: sua semântica, sua simbólica e sua temporalidade. É nessa pré-compreensão, comum ao poeta e ao leitor, que se delineia a construção da intriga e, com ela, a mimética textual e literária (RICOEUR, 1994, p. 28).

Na estruturação das narrativas em *mimesis I*, Ricoeur (1994) inaugura uma rede conceitual da ação em que narrador e receptor são membros de um conjunto. Por meio dessa relação de intersignificação, todos os envolvidos devem estar familiarizados com os termos expostos para atingir a sua compreensão narrativa. Segundo Benjamin (1985), a narrativa é uma troca de experiências transmitida pelo relato que deve ser comum ao narrador e ouvinte. Ambos estão inseridos em um mesmo fluxo narrativo unidos pelo interesse em conservar aquilo que está sendo narrado. Barthes (1985) também ressalta essa função de troca que existe entre doador e beneficiário.

Para iniciar essa relação, o narrador deve ter a preocupação precípua de que o texto seja passível de uma apropriação pelo leitor. Ricoeur (1994) chama de intriga a composição verbal através da qual o texto se transforma em narração, é por ela que o narrador seleciona e organiza os acontecimentos para que a história contada esteja completa. O texto deve ser um conjunto de instruções que permita orientar a sua compreensão. Ricoeur (1994) explica o mundo prefigurado e nos apresenta os aspectos simbólicos das narrativas. Todos nós passamos por um processo de culturalização que constrói a nossa visão de mundo, é a nossa bagagem, tudo que apreendemos ao longo da vida. Quando narramos um fato, inevitavelmente, colocamos no texto nossas impressões, pois já temos uma representação pré-constituída sobre o assunto. Neste sentido, todas as narrativas trazem, com seus aspectos simbólicos, um pouco da visão de quem a escreve.

Podemos verificar esses conceitos trazidos por Ricoeur na matéria jornalística. O jornal tem essa função de troca com o leitor, as duas partes querem que a informação seja entendida. Por isso, cabe ao veículo elaborar um texto com informações suficientes que permitam ao leitor entender os fatos. Além disso, a significação incorporada à narração é passível de ser decifrada. Conhecendo o contexto, o leitor está mais apto a identificar se o autor narra de forma tendenciosa.

Em *mimesis III*, Ricoeur (1994) fala sobre o mundo refigurado pelo leitor, colocando-o como elemento constituinte e atuante no processo da narrativa. São apropriações e reapropriações feitas por alguém que tem suas próprias visões de mundo. Barthes (1985) coaduna com esse entendimento quando diz que a narração só pode receber seu efeito no mundo que a usa, com influência de elementos externos. Neste sentido, o público também aparece como parte integrante na produção de sentido. Para Ricoeur (1994), o leitor cria a referência no momento que devolve a mensagem para o mundo. A partir dessa nova referência, temos a construção simbólica de um repertório cultural que será reutilizado por outros na formação de novas narrativas.

O ponto de chegada da narrativa é também o ponto de início, de recomeço. Esse processo pode nos passar a ideia de uma circularidade, mas Ricoeur (1994) afirma que um processo narrativo deve ser espiralado. A *tríplice mimesis* forma um arco hermenêutico pelo qual existem duas formas de enviar *mimesis III* à *mimesis I*: a transfiguração de uma para outra pode acontecer pela ideologia, em que *mimesis III* e *mimesis I* fazem parte de um ciclo vicioso e permanecem no mesmo lugar; ou pela utopia, quando uma nova realidade se inventa e pode originar a construção de outras narrativas, seguindo o procedimento espiralado.

Ideologia e utopia são duas variações imaginativas. A primeira reforça o sentido anterior, é uma utopia que já foi absorvida e agora fixa o leitor na mesma ideia, estabelecendo um ciclo vicioso. Já a segunda, transforma a ideia projetando um novo futuro e o leitor pode imaginar a realidade de uma forma diferente. Quando atinge o processo espiralado, *mimesis III* volta a ser *mimesis I* de uma maneira reinventada, e a história não é a mesma. Entretanto, no jornalismo, percebemos o caráter cíclico e a formação de ideologias. Com narrativas repetitivas e persuasivas o jornal seleciona os fatos sobre violência que devem ser publicizados e classifica os responsáveis.

Sobre a forma de comunicar e codificar narrativas, Flusser (2007) diz que

Um código é um sistema de símbolos. Seu objetivo é possibilitar a comunicação entre os homens. Como os símbolos são fenômenos que substituem (“significam”) outros fenômenos, a comunicação é, portanto, uma substituição: ela substitui a vivência daquilo a que se refere. Os homens têm de entender mutuamente por meio de códigos, pois perderam o contato direto com o significado dos símbolos (FLUSSER, 2007, p. 130).

De alguma maneira, este é o fenômeno que ocorre no jornalismo: a construção do relato para narrar determinado acontecimento está repleta de códigos que podem

emitir um direcionamento (consciente ou não). Dessa forma, a sensação de medo e insegurança que separa grupos também une outras pessoas. Ou seja, a empatia que promove a união das “pessoas de bem”, notadamente brancas, de classe média ou alta e moradoras de lugares abastados, também provoca a alteridade. Negros e pobres são constantemente separados e segregados em nossa cidade, principalmente os “menores de idade”, de acordo com os debates e as narrativas midiáticas quando o assunto trata da violência urbana.

No dia 24 de setembro de 2015, o jornal *O Globo* publicou a matéria *Violência provoca mudança de hábitos: cariocas e turistas adotam medidas como levar menos dinheiro para a praia e usar celular velho*.

Os roubos nas praias, como os ocorridos no sábado e domingo passados, já fazem moradores e até turistas mudar de hábitos na orla carioca. Para tentar escapar da violência, eles seguem uma espécie de cartilha de sobrevivência (...). Outro cuidado é evitar alguns horários – como depois das 11h nos fins de semana. Há até mesmo que já tenha abdicado dos mergulhos nos sábados e domingos de sol. A artesã carioca A.C., moradora do Leblon, é uma que agora só faz programa na orla em dias úteis, quando costuma pedalar até o Arpoador. Enquanto checava mensagens no celular de modelo simples [seguindo mandamentos da cartilha de sobrevivência] depois de mais um passeio anteontem, ela não desgrudava da bicicleta e da mochila. – Não venho mais à praia nos fins de semana, nem ando de bicicleta. Deixei de ir até mesmo à Lagoa, que era uma opção. Se estou circulando, não costumo atender o celular. Tenho um modelo barato, mas só atendo em local seguro – contou ela. (*O Globo*, 24/09/2015, p. 11).

O jornal “elabora” uma espécie de “cartilha de sobrevivência” com novas práticas adotadas pelos moradores da Zona Sul para evitar episódios violentos ou diminuir danos caso sejam assaltados. A cartilha inclui conselhos como levar pouco dinheiro e utilizar um celular velho, mas, segundo a matéria, o ideal é que as praias sejam evitadas nos fins de semana, principalmente depois das treze horas. Moradoras da Zona Sul entrevistadas declaram que cumprem a maioria dessas recomendações e que ficam “apavoradas” nos fins de semana, quando a área é “invadida” por pessoas de outras regiões.

Nosso objeto são as matérias jornalísticas que circulam na cidade do Rio de Janeiro, mas os estudos de Teresa Caldeira (2000) sobre crime, segregação e cidadania na cidade de São Paulo contribuem importantemente para este artigo. De acordo com Caldeira, a violência urbana e o discurso midiático vêm modificando o imaginário das megalópoles. Não foi só o crime que aumentou. Houve um

crescimento na violência de toda ordem. As instituições que têm o dever de proteger o cidadão e elaborar estratégias também estão cada vez mais violentas, posto que os índices de letalidade de polícias e criminosos crescem a cada dia. Tentar compreender esse aumento constante significa refletir sobre um suposto colapso da segurança pública, constatando que as medidas modernas de combate à violência fracassam.

O aumento da violência é resultado de um ciclo complexo que envolve fatores como o padrão violento de ação da polícia, descrença no sistema judiciário como mediador público e legítimo de conflitos e provedor de justa reparação; respostas violentas e provadas ao crime; resistência à democratização; e a débil percepção de direitos individuais e apoio a formas violentas de punição por parte da população (CALDEIRA, 2000, p. 101).

Fatores como a descrença no poder judiciário; inutilidade e corrupção dos órgãos de polícia; a legitimidade e aceitação a práticas violentas para tentar conter o conflito e o “clamor” pelo aumento de punições são sinais de incredulidade, por parte da população, em diversas instituições governamentais. Consequentemente, observamos o crescimento da individualidade, em que pessoas almejam segurança e bem-estar de sua própria família sem muito se preocupar com o outro. Na reportagem, a entrevista relata sua mudança de rotina com medo dos “outros” que vem de fora do seu bairro no final de semana, hipoteticamente, para cometer crimes e/ou instalar a desordem nos bairros da Zona Sul. Além disso, a própria adesão de cuidados com base na “cartilha de sobrevivência” reitera a sensação de insegurança e a descrença em instituições que deveriam alicerçar a paz e a segurança pública da cidade.

Fica explícito o incômodo e a sensação de insegurança que jovens moradores de bairros distantes causam aos moradores da Zona Sul que frequentam as praias nos fins de semana. Curioso observar como eles não são percebidos como ameaça quando estão trabalhando ou exercendo outras funções em dias úteis. O incômodo acontece em dias e horários de lazer. Para evitar certos “problemas”, alguns moradores de bairros nobres se sentem no direito de controlar espaços públicos pelo fato desses espaços fazerem parte do cotidiano deles. Com isso, tais falas corroboram a “privatização” de espaços públicos em prol da “segurança e bem-estar”, escolhendo quem pode ou não ir à praia. Neste sentido, alguns moradores de classes sociais abastadas apontam para a “débil percepção de direitos individuais”,

conforme alerta Caldeira (2000), visto que para muitos, dos quais o discurso do *O Globo* faz parte, a necessidade pelo aumento de repressão é a resposta para o retorno da segurança.

Tais observações nos permitem retomar o caso Jaime Gold, abordado anteriormente. Em 21 de maio de 2015, *O Globo* publicou: *Frequentadores mudam a rotina para driblar assaltos* (p.11). A similaridade do discurso entre esta matéria e a anteriormente analisada aponta para a produção de sentidos de medo. Assim como na reportagem sobre os “arrastões”, uma personagem – moradora da Zona Sul – altera sua rotina para evitar a violência.

Deveria ser uma benção para os olhos ou uma válvula de escape para o estresse do dia a dia, mas, ultimamente, caminhar ou andar de bicicleta na Lagoa tem despertado outro tipo de sentimento nos cariocas. Depois de vários ataques aos ciclistas, é o medo que vem predominando nos sete quilômetros e meio do entorno. Para driblar o perigo, frequentadores começaram a adotar diferentes estratégias – vale desde pedalar em horários alternativos, andar em grupo ou até mesmo apelas para um aparelho celular velho e uma bicicleta detonada, que não chamem a atenção de bandidos. Ontem à noite, apesar da temperatura amena, poucas pessoas passeavam ou praticavam esportes no local.

A dona de casa R.R., que caminha diariamente na Lagoa, conta que mudou de hábitos após os ataques. Recentemente, ela viu um atleta ser esfaqueado na área:

- Saio de casa quase sem nada. Não trago celular e coloco apenas um dinheirinho no bolso de trás do short (*O Globo*, 21/05/2015, p. 11).

Identificamos nessa prática discursiva o que Caldeira (2000) chama de “fala do crime” - o poder que a violência tem de invadir as conversações cotidianas e os discursos midiáticos. São narrativas do cotidiano que parecem um enfrentamento do problema, mas acabam por potencializar a sensação de instabilidade e medo. Mais ainda: legitimam ações que agravam a segregação espacial e social. Essa dinâmica reorganiza simbolicamente um universo perturbado não só pelo aumento da criminalidade, mas por outros processos que afetam a sociedade, como inflação, política, entre outros. A “fala do crime” simplifica questões complexas que são reduzidas, pelos discursos dominantes, a maniqueísmo. Além disso, criam-se estereótipos de pessoas “não desejadas”, o que contribui para o aumento da discriminação social.

Podemos considerar “falas do crime” os comentários da moradora do Leblon na reportagem supracitada, tendo em vista que segrega pessoas quando

implicitamente nomeia seus “inimigos”: se ela ressalta que só sente medo nos fins de semana, logo, os “inimigos” são pessoas que não moram na região, pessoas mesmas que “invadem” e tornam “intranquilo” o lazer dos moradores da Zona Sul. Perguntamos se certas pessoas que “amedrontam” e “incomodam” só circulam por essas áreas da cidade nos fins de semana ou se elas são “visíveis” apenas quando “perturbam” a “ordem” daquela região?

A repetição de histórias perturbadoras e a ordem simbólica separam e discriminam grupos, deslegitimam o poder público e legitimam a privatização dos meios legais de combate à violência. Como bem explica Nilo Batista (2007), os programas da TV aberta que têm foco central na violência existem graças à audiência e à forma de especular das narrativas, dando a ver uma teatralização do fato narrado. São duas entidades agindo: a mídia e o próprio público, cada um com sua parcela de responsabilidade. Os jornais impressos constroem narrativas, algumas vezes melodramáticas, com “mocinhos” (moradores da Zona Sul), “vilões” (pessoas de áreas mais pobres).

Ricardo Freitas (2005) tem uma produção extensa sobre o medo que se alimenta da violência urbana e que se manifesta de diferentes maneiras na vida do homem na cidade. O autor ilustra seu trabalho com reflexões sobre os condomínios fechados da Barra da Tijuca e os shoppings centers, equipamentos urbanos que propõe o consumo e o lazer como aspectos fundamentais à vida cotidiana, além de uma suposta segurança. Para o autor, todos esses sentidos que permeiam o imaginário urbano, como o pânico, o medo, a emergência, são também estimulados pela mídia, uma vez que a “dor, sempre presente na história dos corpos humanos, parece ter se tornado o ingrediente fundamental à construção das notícias que abordavam a violência” (FREITAS, 2005, p.2). Violência que se torna elemento essencial na construção simbólica do medo.

No livro *Olhares Urbanos* (2011), o autor fala sobre o marketing dos shoppings centers e sua origem etimológica que também se aplica aos clubes, condomínios fechados, entre outros “muros” encontrados pela cidade. A “segurança em alamedas construídas entre grades e muros (...). É uma mistura da liberdade do espaço público com a garantia do privado” (FREITAS, 2011, p.14). A segurança passa a ser o maior motivo pelo qual as pessoas se recolhem em estabelecimentos como os shoppings centers. Neste sentido, os condomínios fechados e clubes

também se tornaram opções para passeios, moradia, lazer, locais de encontro e sociabilidade, além de entretenimento.

Ao utilizarmos a expressão ‘eufemização’, queremos dizer que os shopping centers, com sua proposta de segurança física, proporcionam um ambiente relativamente seguro no qual escondem ou semialienam por alguns instantes, os problemas sociais da sociedade exterior (FREITAS, 2011, p. 21).

A sensação de perigo iminente fomenta a necessidade de uma fuga em direção à segurança absoluta (como se isso fosse possível), uma “fusão e aliança para escapar da morte inspirada na violência e na poluição” (FREITAS, 2011, p. 21) que supostamente pode ser alcançada em locais fechados como shopping centers, condomínios e clubes. Nesse contexto, a mídia é a principal responsável pela produção de discursos que tornam esses espaços mais seguros e melhores para se viver dentro da “aterrorizante” realidade.

Os estudos de Freitas (2011) nos remetem à matéria publicada pelo *O Globo* em 27 de setembro de 2015: *Os migrantes da Orla: medo de assaltos faz muita gente trocar as praias por piscinas de clubes e condomínios*.

Correr à beira mar, pegar onda, se bronzear na areia e ficar de papo no quiosque predileto da praia são programas que atraem tanto cariocas como turistas em dias de sol. No entanto, a insegurança na orla, que no fim de semana passado se traduziu em arrastões e pânico na Zona Sul, tem levado muita gente a buscar outro destino na hora do lazer: as piscinas dos clubes ou dos próprios condomínios. Tudo pela segurança – e, de quebra, ainda se ganha em conforto. Para essas pessoas o caminho até as areias escaldantes da cidade tão cedo não será trilhado. Por isso, avisam: até o fim do verão, praia nem pensar (*O Globo*, 29/06/2015, p. 9).

Podemos observar que a segurança sempre aparece como argumento prioritário na escolha por espaços “fechados”: “Damos um mergulho na piscina e deixamos tudo em cima da mesa: bolsa, celular, óculos escuros. Ninguém rouba. Encontro uma segurança para os meus filhos que a praia não me oferece” – disse Ellen Cristina, 32 anos, mãe de três crianças. Outras pessoas também foram entrevistadas e narraram momentos difíceis nas praias cariocas, encontrando a segurança e tranquilidade no lazer dentro dos clubes.

- Começamos a frequentar o clube (Tijuca) pela questão da segurança, mas fomos descobrindo outros benefícios. Um deles é que entro com o carro no estacionamento e não preciso ficar procurando vaga pelas ruas. Um outro é que, independentemente da

hora em que chego ao clube, sempre haverá mesa, cadeira e guarda-sol disponíveis” – disse a nutricionista Michelle Bento de 30 anos, mãe de Miguel de 1 ano. (*O Globo*, 29/06/2015, p. 9).

A publicidade de produtos que prometem salvar as pessoas de iminentes perigos incentiva a fuga para espaços privados em detrimento dos espaços públicos. E a mídia continua estimulando diariamente essa transição. Freitas (2005) constata o sucesso desse mercado pelo crescente número de shopping centers, centros empresariais, condomínios fechados, empresas de vigilância e companhias de seguros. Um paradoxo estranho se estabelece na vida do homem urbano contemporâneo: o corpo feliz, distraído pelo entretenimento, só se sente livre se preso entre telas e muros seguros.

Importante observarmos que as pessoas que foram fontes da reportagem desistiram da praia por conta da violência, sem ter necessariamente vivenciado ou presenciado um episódio criminoso. Logo, a mídia aparece substancialmente como meio estimulador da procura por segurança em espaços privados. Assim, o mundo se movimenta sob estratégias questionáveis de segurança que fomentam a injustiça social, o conflito e a violência de forma global.

Considerações finais

A prática discursiva do jornal *O Globo* é preocupante porque se mostra tendenciosa, uma vez que não abre um debate claro a respeito da violência. Dessa forma, a mídia auxilia na formação de processos de empatia entre “pessoas de bem” e na manutenção da alteridade com o “outro”, o que contribui para a segregação sócio-espacial da cidade. O “clamor” pelo aumento de medidas repressivas por parte da mídia, de congressistas e da sociedade nos leva a temer o futuro: “menores” negros, pobres e moradores de favelas cada vez mais estigmatizados e aprisionados por um sistema de encarceramento que marginaliza ao invés de ressocializar.

Essa construção e manutenção do estereótipo “criminoso” contribui sobremaneira para a disseminação do medo da/na cidade, apontando para um ciclo de violência. Observamos as narrativas atuando de forma cíclica: a produção de sentidos sobre um determinado estereótipo de “bandido” incita o medo. A mídia, por sua vez, potencializa a “necessidade” de identificação de um “culpado” como solução para a violência urbana. Este ciclo discursivo alimenta o processo estigmatizatório. Ato de violência em áreas nobres descompassam o ritmo da cidade, pois a mídia dispensa

espaço expressivo a eles, diferentemente da atenção dada a tantos outros atos violentos que acontecem em bairros pobres.

Encontramos essa prática discursiva no jornal *O Globo*, quando constatamos que o assassinato de um médico na Lagoa Rodrigo de Freitas construiu representações incriminadoras de jovens negros e pobres, “cooperando” com a “campanha” de redução da maioria penal, processo legislativo em trâmite no Congresso Nacional. O jornal ajuda a propor uma cidade atormentada pelo medo dos jovens “infratores” (ou com esse “perfil”), indicando-os como “culpados” pela violência urbana.

Referências bibliográficas

BARBOSA, Marialva. **Percursos do olhar. Comunicação, narrativa e memória.** Niterói: EdUFF, 2007.

BATISTA, Vera Malaguti. **O medo na cidade do Rio de Janeiro: dois tempos de uma história.** Rio de Janeiro: Revan, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Medo líquido.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
 _____. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BECKER, Howard S. **Outsiders: estudos da sociologia do desvio.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENJAMIN, Walter. **O Narrador.** São Paulo: Ática, 1985.

CASEY, Edward S. **Aesthetic Experience.** In: Sepp H., Embree L. (eds) *Handbook of Phenomenological Aesthetics. Contributions To Phenomenology*, vol 59. Springer, Dordrecht, 2009.

COHEN, Stanley. **Folk Devils and Moral Panics.** London: Routledge, 2004 [original: MacGibbon and Kee, 1972].

FISHMAN, Mark. **Manufacturing news.** Austin: University of Texas Press, 1990.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação.** Rafael Cardoso (orgs). São Paulo: Cosac Naify, 2007.

_____. **Fenomenologia do brasileiro: em busca de um novo homem.** Gustavo Bernardo (orgs.). Rio de Janeiro: Eduerj, 1998.

FREITAS, Ricardo. **Comunicação e espaços urbanos de consumo: o imaginário dos shopping centers.** In: *Olhares Urbanos: estudos sobre a metrópole comunicacional.* FREITAS, Ricardo; OLIVEIRA, Janete (orgs.). São Paulo: Summus, 2011.

GOFFMAN, Erving. **Estigma - notas sobre a manipulação da identidade deteriorada.** Rio de Janeiro: LTC, 1988.

MATHEUS, Letícia Cantarella. **Narrativas do medo: o jornalismo de sensações além do sensacionalismo.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2011.

MENDONÇA, Kleber; DAEMON, Flora. **Os “outros” da rua: o acontecimento discursivo das manifestações de 2013.** In: Revista Comunicação, mídia e consumo. ESPM/SP, ano 11, v. 11, n. 30, p. 37-55, jan/abr 2014.

MISSE, Michel. **Acusados & acusadores: estudos sobre ofensas, acusações e incriminações.** Rio de Janeiro: Revan, 2008.

MORETZSOHN, Silva. **Jornalismo em “tempo real”: o fetiche da velocidade.** Rio de Janeiro: Revan: 2002.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa.** Campinas, SP: Papirus, 1994.

SODRÉ, Muniz. **Sociedade, Mídia e Violência.** Porto Alegre: Sulina: Edipucrs, 2006.

RANGEL, Paul. **A redução da menor idade penal: avanço ou retrocesso social?: a cor do sistema penal brasileiro.** São Paulo: Editora Atlas, 2016.

<http://www2.camara.leg.br/> - acessado em 27/08/2017.

Qual é a cor do vestido: preto e azul ou branco e dourado? *

Conversas em dispositivos móveis, agendamento e encadeamento
midiático

Tatiana Cioni Couto**

Resumo

Neste estudo, pretende-se recortar como os dispositivos móveis e os aplicativos de conversa estão afetando o campo do jornalismo. A hipótese deste pré-projeto de doutorado é que o processo de produção de notícia e o encadeamento midiático está sendo afetado por dispositivos móveis. O artigo pretende pontuar as questões teóricas que envolvem as práticas, usos e negociações de sentido na produção de notícias que saem das mídias sociais para as tradicionais. O resultado final deste trabalho além de trazer contribuições científicas na área de dispositivos móveis, pretende gerar um livro para estudantes de jornalismo que ingressam no mercado de trabalho.

Palavras-chave: produção de notícia, encadeamento midiático, comunicação móvel, mídias sociais.

18. Introdução

No 27 de fevereiro de 2015, um vestido e um desafio, com a pergunta de que cor era (se tinha a combinação de preto e azul ou branco e dourado) circulou pelo aplicativo de conversas WhatsApp e acabou virando o tema do dia em diversos jornais e telejornais nacionais, tais como Rede Globo, Record, O Dia e BBC¹⁰. Tal fenômeno de notícias, que aparecem através de mídias sociais (*narrowcasting*) e são escolhidas e produzidas para *broadcast*, desperta uma série de perguntas: o processo de produção de notícia está sendo afetado por dispositivos móveis? Quais são as inter-relações estabelecidas entre mídias sociais e as tradicionais? Que tipo de encadeamento midiático é promovido com a comunicação móvel? Quais seriam as

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos do XIV Poscom PUC-Rio, de 21 a 24 novembro de 2017.

** Mestre em Comunicação Social – PPGCOM UFF. E-mail: tatianaccouto@hotmail.com.

¹⁰ Reportagem do Fantástico - https://www.youtube.com/watch?v=ej_Xb0r8BRk

Reportagem da BBC Brasil - http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160101_vestido_cores_processo_jp- Record -
<http://noticias.r7.com/fala-brasil/videos/preto-e-azul-ou-branco-e-dourado-cores-de-vestido-geram-polemica-na-internet-16102015> -

Reportagem do Jornal O Dia - <http://odia.ig.com.br/noticia/mundoeciencia/2015-02-27/especialista-esclarece-polemica-sobre-a-cor-do-vestido-que-quebrou-a-internet.html>

novas práticas do jornalismo em tempos de comunicação móvel? Quais são os valores-notícia escolhidos diante das mídias sociais? Estes são alguns questionamentos iniciais deste pré-projeto.

Entende-se que a comunicação móvel traz a comunicação ubíqua, o continuamente conectado, novos dispositivos de comunicação que permitem agregar funções, como transmissão de voz, vídeos, escrita, comunicação síncrona e assíncrona, portabilidade permanente e criação de dados. Com isto, o celular é visto como um meio de comunicação e é chamado de quarta tela (FIDALGO, CANAVILHAS, 2009), se caracterizando como uma mídia que pode ser consumida em movimento. Aponta-se que aplicativos de voz, texto e imagem trazem informações instantaneamente entre pessoas ou grupo de pessoas. Recorta-se o grupo “Mídia-RJ2” no Whatsapp que possui 256 membros entre profissionais e estudantes de jornalismo, para entender como lidam com a enxurrada de informações que surgem todos os dias oriundas de redes sociais.

Entende-se que tal grupo tenta se constituir como uma comunidade interpretativa e portanto autorizada, ao incluir conversas diárias sobre o jornalismo, como *Fake News* (notícias falsas), necessidade da apuração (o chamado *Fact Checking*, checagem de dados), coberturas jornalísticas in loco, vagas de trabalho e pautas (releases e chamadas para pauta).

Através de uma observação direta da pesquisadora por apenas um dia (31 de agosto de 2017) dentro do grupo “Mídia-RJ2”, observou-se pedido de fotos de um tiroteio ocorrido na Oswaldo Cruz (RJ), aviso de coletiva, sugestão de pauta, pedido de indicação de “personagem” para matéria e também de contato (telefone) de um profissional jornalista. O fluxo alto de conversas, o encadeamento midiático e a produção de notícias são alguns dos pontos que chamam atenção para este projeto.

19. O agendamento e encadeamento de mídia na comunicação móvel

O eixo deste pré-projeto de doutorado encaixa-se com os teóricos que abordam agendamento da mídia, encadeamento midiático, comunidade interpretativa, mídias sociais, comunicação móvel e campo jornalístico.

O agendamento de mídia prevê que jornalistas selecionam, excluem ou dão mais ênfase sobre o que é notícia ou não. Maxwell McCombs (2009) ressalta que os meios de comunicação de massa fazem um agenda-setting, quando escolhem um tema considerado mais valioso para ser publicado como notícia. Neste critério,

sabemos e discutimos determinados assuntos que são escolhidos pela mídia. Deste modo, o agendamento dos meios formaria uma agenda pública, com questões consideradas importantes e logo de valor para serem debatidos pela população.

Na teoria da Agenda, temas escolhidos pela imprensa acabaram sendo considerados valioso também pelo público leitor ou espectador. Aponta que há decisão do que é importante ou não, havendo uma construção da realidade. De acordo com McCombs (2009), o agendamento da mídia altera a opinião pública e constrói uma percepção seletiva. Os meios de comunicação fabricam uma realidade e consequentemente constrói uma "imagem do mundo ". Como, por exemplo, uma notícia de uma crise de energia na Alemanha com cerca de 1400 matérias que colocavam o assunto em questão ou mesmo o problema das drogas noticiado pelo New York Times com cerca de 100 matérias que conseguiu influenciar a população.

McCombs (2009) afirma, deste modo, que a agenda da mídia influencia diretamente na opinião pública. No entanto, as mídias sociais (a opinião pública) trazem outros assuntos a serem discutidos. E a mídia como toma o controle de selecionar o assunto que será abordado? Como ela mantém o *gatekeeping*? Qual é a construção de realidade realizada através das conversas em dispositivos móveis?

Outro ponto abordado por McCombs é o enquadramento noticioso, onde o jornalista escolhe um aspecto do fato para tornar mais saliente. Neste processo, haveria angulação, avaliação moral e estruturação da notícia. De acordo com McCombs (2009), as fases de enquadramento são: seleção, ênfase, exclusão de determinado ponto de vista e elaboração do assunto. Como ocorreria as quatro fases do enquadramento com os dispositivos móveis?

McCombs (2009) aponta que a conversa pessoal reforça o impacto nas agendas. Por esta ótica, assuntos que são mais abordados entre amigos, família e colegas de trabalho, ganham mais força no debate público, por apresentar questões da experiência pessoal. Exemplifica dizendo que é mais fácil falar sobre inflação, devido à experiência pessoal de compras do que outros assuntos longe da realidade cotidiana. Ao mesmo tempo, quando o assunto é selecionado pela mídia, obtém diferentes enquadramentos dependendo de um contexto cultural e social.

Já a conversa em mídia social traz outros tipos de agendamento. McCombs (2009) exemplifica que na campanha presidencial de 1996, quatro edições na BBS

(*Bulletin Board System*¹¹) que envolviam temas como imigração, atendimento médico, impostos e aborto obtiveram reportagens em mídias tradicionais, com exceção do tema aborto. Na observação, McCombs não se aprofunda na interligação entre mídias sociais e tradicionais.

Traquina (2005) aponta que a notícia é produzida e fabricada dentre de moldes estabelecidos pela comunidade de jornalistas. As notícias são como são porque há interação social, há partilhas e negociação de sentidos, que formam diversos consensos. Para ele, os jornalistas compõem uma tribo que se ajuda, se complementa e forma diversos consensos.

Traquina (2005) ressalta que o jornalista tem poder porque irá decidir o que é notícia, e não só isto, ele terá a autoridade de relatar o fato de maneira específica, construindo uma determinada realidade

Devido ao papel dos valores-notícia, isto é, os critérios de noticiabilidade que orientam o processo de produção de notícias, gera-se um *group think*, a partilha de hábitos mentais, que criam fenômenos bem documentados de jornalismo de matilha (*pack journalism*) e *media frenzy* (a cobertura massiva e frenética de um acontecimento) (TRAQUINA, 2005: 202).

Então neste jornalismo de matilha, os jornalistas atuam como uma comunidade interpretativa, que irá decidir neste processo regras, normas e procedimentos do processo jornalístico. Neste processo, a troca de experiências entre os membros da tribo acaba por validar determinado fato

Observa-se, deste modo, o fenômeno da Teoria da Ação Pessoal ou do Gatekeeper, onde o processo da estruturação da notícia será feito por uma série de escolhas e decisões do jornalista. Traquina (2005) aponta que o que é notícia ou não é um fenômeno negociado e que a comunidade jornalística se configura como uma autoridade cultural. No entanto, perguntamos, como o imediatismo, a conectividade 24 horas, o alto fluxo de informações está transformando o jornalismo de matilha? Como se configura a tribo jornalística?

Zelizer (1992) recorda como foi a cobertura da morte do Presidente Kennedy nos Estados Unidos, onde a imprensa retratou o assassinato do político e foi responsável por uma memória que atravessou décadas na América, tornando-se assim os porta-vozes autorizados do assunto.

De acordo com Zelizer (1992), o assassinato foi um ponto de virada na prática jornalística norte-americana. O principal motivo foi a necessidade de ter

¹¹ BBS é considerado o primeiro ambiente de comunicação interativa na Web (CASTELLS, 2009)

muitas informações para serem relatadas. A partir de vários fatos, os jornalistas esclareciam o incidente e se tornavam os “ tradutores “ do evento junto ao público. Assim, eles eram ao mesmo tempo as testemunhas oculares e também mediadores do evento. A partir deste marco, surgiram práticas jornalísticas adequadas, ou seja , padrões de ação na profissão.

Ao constituir uma narrativa com imagens, forma, sequência temporal e espacial há a formação de uma memória coletiva. O público se recorda daquele evento, da maneira como ele foi retratado. Ao mesmo tempo, os padrões da narrativa são repetidos entre jornalistas, com uma série de procedimentos para se agir.

Zelizer (1992) aponta que os jornalistas trocam informações e através da escolha do que é notícia e de determinados padrões há o surgimento de uma autoridade cultural, dentre as chamadas comunidades autorizadas.

O modo como os jornalistas se atribuíram o poder de interpretação, as maneiras pelas quais certas interpretações difundiram-se através das empresas noticiosas e o modo como os repórteres marginalizaram outros grupos que tinham versões alternativas dos mesmos eventos são revelados pelos seus padrões de repetição da narrativa. Esses padrões sugerem que os jornalistas funcionam como uma comunidade interpretativa, como um grupo que se auto-credencia através de suas narrativas e suas memórias coletivas (ZELIZER, 1992: 13).

Padrões de narrativas, repetições, fórmulas mostram que a notícia é constituída através das interpretações de eventos, há a construção de uma realidade, onde fatos vão sendo moldados pela comunidade. Quando jornalistas discutem e compartilham fatos entre si, são capazes de gerar valores e ideias coletivas.

Quando um fato é compartilhado, visto e narrado inúmeras vezes, ele pode ter o poder de implantar a memória coletiva e até um consenso. Por isto, o jornalista é visto como uma “autoridade”, um poder. Definir o que é notícia através de enquadramentos e agendamentos, é uma das capacidades da prática jornalística. Deste modo, Zelizer (1992) percebe que há um discurso mediatizado entre jornalistas e público.

O que é percebido por Zelizer(1992) é que autoridades produzem memória, através de uma produção coletiva. A comunidade interpretativa deste modo colabora na construção do senso comum. Há apropriação do jornalista de determinados fatos, e esta apropriação nos interessa quando ela é feita através das conversas das redes sociais.

Neste processo, os jornalistas se utilizam dos valores-notícia para redigir um texto noticioso. Destaca-se os valores para seleção e organização da informação, como objetividade, proximidade, atualidade, identificação, intensidade e ineditismo (LAGE, 1981). Separamos, o, os valores e alguns primeiros questionamentos.

Objetividade. Como está sendo feito a descrição dos fatos a partir do alto fluxo de conversas. Ainda o jornalista está imprimindo fatores subjetivos na construção da notícia? A escolha da notícia está se prendendo a que critério?

Proximidade. Lage (1981) percebe a proximidade não somente pelo local geográfico, mas também através das trocas materiais, culturais e populacionais. Fatores estes que dependem da produção hegemônica, como por exemplo o interesse em notícias que ocorram na Europa e Estados Unidos. Qual é relação da proximidade com a comunicação ubíqua?

Atualidade. Visto por Lage (1981) como fatos novos ou antigos (com nova roupagem). A atualidade parece ser o valor noticioso mais atravessado pelas Mídias Sociais. O atual agora é o imediato? O atual se confunde com o ineditismo? Como uma notícia é selecionada como atual?

Identificação. Percebida por Lage (1981) como um processo para criar identificação com o leitor, espectador, ouvinte, possui m ciclo: Projeção, identificação e consumo. O texto noticioso segue uma regra para encaixar o conteúdo em diferentes situações distintas, de modo a alcançar um público maior. Como está sendo feito este processo com o advento das mídias sociais?

Intensidade. O que provoca maior interesse. Lage (1981) percebe que a tragédia e o espetacular são fatos geralmente escolhidos em detrimento de outros. O que é considerado de maior intensidade com as conversas públicas em rede?

Ineditismo. Descrito por Lage (1981), como um acontecimento raro. O alto fluxo de conversa não poderia tornar impossível a busca pelo furo jornalístico? Não estaria se praticando mais uniformidade e menos originalidade?

Lage (1981) afirma que a constituição do texto é feita através da seleção e ordenação dos fatos, por isto há um componente ideológico, onde determinados símbolos são escolhidos para serem propagados em massa. Tal componente ideológico tem alguma mudança com as conversas entre uma tribo jornalística? Como a tribo se organiza e se estrutura com as mídias sociais?

Leonel Aguiar (2009) duvida que a validade dos critérios de noticiabilidade tenham mudado com o advento da Web. Inicialmente realiza o delineamento dos critérios, sem apresentar relatos de pesquisa.

Acreditamos que a validade dos critérios de noticiabilidade sejam influenciados pela conversa em mídias sociais, porém ainda sofrem pressão de comunidades autorizadas de jornalistas. Anteriormente já colocamos alguns conceitos dos valores-notícia através de Lage (1981), acrescentamos outros observados por Aguiar (2009): notoriedade, relevância e significatividade, para o exemplificar através da notícia da cor do vestido.

A questão da notoriedade envolve questões de autoridade, reconhecimento e poder econômico e social dos envolvidos. O que tornou a questão do vestido notória? Foi a questão de estar presente nas conversas em rede e fora da rede? A relevância de acordo com Aguiar (2009) envolve a escolha da comunidade de jornalistas sobre determinados fatos que poderiam envolver maior quantidade de pessoas. Então a relevância dependeria de um portão (*gatekeeping*), como a cor do vestido se tornou relevante? A significatividade é quando o acontecimento tem importância em relação a uma situação futura (AGUIAR, 2009). Não entendemos qual foi o critério de escolha do vestido em relação a uma significação futura.

Aguiar (2009) afirma que uma notícia é escolhida através da importância e do interesse que ela pode despertar. Critérios estes que parecem se tornar muito mais subjetivos em comunicação móvel. São muitas conversas em diversas plataformas para se acompanhar, quais delas se tornam objeto de uma comunicação de massa? Como elas se tornam virais a ponto de estarem presentes em todas mídias?

Acreditamos que existem uma série de negociações até o momento da produção da notícia. Entendemos que as conversas em aplicativos poderiam afetar diretamente ou indiretamente os valores acima. Indagamos o que a comunidade interpretativa faz com as conversas que viralizam nas mídias sociais? Como há verificação dos fatos? Como há o controle destes portões (*gates*)? A cobertura frenética de um acontecimento é influenciada por um fluxo de informação de 24 horas do dia em dispositivos móveis? Como o processo de informação e escolhas (Teoria do Gatekeeper) estaria sendo influenciada pelas conversas?

Como o interesse do projeto é a comunicação em rede e a móvel, utilizaremos o conceito “Sociedade em Rede” de Castells (1999) que explica que as pessoas conectadas em nós e formando agrupamentos humanos promoveram

fenômenos sociais em rede, chamados de “redes sociais” que alteraram a forma das sociabilidades e da comunicação.

A comunicação eletrônica introduz a conexão de pessoas pelo ciberespaço, independente da localização. É a Comunicação Mediada por Computador (CMC), que envolve um computador e interação entre as pessoas. Os primeiros frutos destes espaços comunicativos são os BBS, boletins que podiam reunir pessoas para debater diversos tipos de assuntos, como política, religião, estudo e qualquer tópico relativo à vida humana.

O modelo de CMC também auxilia em outras modificações da sociedade: uma pessoa pode trabalhar a distância (teletrabalho) ou aprender à distância (ensino on-line), um produto pode ser construído em sistemas interligados com diversos países e ter várias procedências (uma peça de cada lugar) e um comércio pode ser feito on-line.

O mesmo sistema acaba sendo apropriado por diversas mídias. Grupos corporativos que se unem para criar e proteger mercados. Jornais, rádios e revistas criam serviços ou conglomerados que permitem a transformação do conteúdo para um ambiente on-line, que utilize da facilidade da digitalização de textos, sons e imagens.

Dentro desta realidade, os meios de comunicação usam das tecnologias para adequar os produtos e ao mesmo tempo modificam o conteúdo em busca dos públicos espalhados na Internet: há busca de encaixar o “local” no global, de produção de signos que sejam reconhecidos, da criação de códigos e valores que ultrapassem barreiras nacionais e de um mercado global para a venda dos produtos. Neste modelo de negócios moldados para a internet, há uma lógica capitalista de gerar lucros, como afirma Castells (1999, p.49):

[...] a CMC pode ser um meio poderoso para reforçar a coesão social da elite cosmopolita, fornecendo um apoio importante ao significado de uma cultura global, que vai da elegância de um endereço de correio eletrônico à circulação rápida das mensagens da moda (CASTELLS, 2009: 449).

Castells (1999) aponta dois resultados diferentes com a CMC : um seria a coesão social, o que ajudaria a reforçar padrões sociais existentes e outro da potencialidade de criação de conhecimento através de comunidades virtuais. Deste modo, as mensagens não são apenas segmentadas pelos mercados mediante as estratégias do emissor, mas também são cada vez mais diversificadas pelos usuários

de mídia de acordo com seus interesses. Chamamos atenção para o conteúdo multimídia que possui as seguintes características:

1 – Segmentação. As mensagens podem ser elaboradas de acordo com estratégias e interesses do emissor.

2 – Estratificação social dos usuários. De acordo com Castells (1999), na internet há o receptor e o interagente.

3 – A mensagem é revestida de muitos formatos, de modo a provocar maior interação ou engajamento. No caso dos noticiários, Castells (1999) aponta que incorporam espetáculos audiovisuais.

4 – Voltada para a diversidade de expressões culturais.

Então a multimídia possibilita uma diversidade potencial de conteúdos no universo digital. Dentro das redes sociais, existem as mídias sociais. São chamadas assim porque envolvem uma interface que permite o compartilhamento, a participação, os comentários e postagens. You Tube, Twitter, Facebook, Instagram, Tumblr e Whatsapp funcionam como mídias que possibilitam socializar notícias, daí o nome mídias sociais.

Pollyana Ferrari (2014) ressalta que as mídias sociais trouxeram informação, participação, troca de conhecimentos e propagação de conteúdo. Ao lembrar como Barack Obama na época de 2009 utilizou as redes sociais para estreitar os laços com eleitores americanos, observa que neste espaço on-line há interação, colaboração e criação de conteúdo. De acordo com ela, a internet é uma nova mídia, pois há a oportunidade de falar com muitos.

Dentre os suportes midiáticos que surgem no ciberespaço, há o surgimento da narrativa digital, a hipermídia e o hipertexto. Lembrando que o episódio em Teerã em 2009 foi uma narrativa que surge no Twitter por um internauta chamado Mohamad Reza, Ferrari (2014) diz que a mídia tradicional mesmo se vendo como quarto poder, percebe que deve se utilizar de parte dos dados gerados diariamente na Web. Cita que o New York Times no mesmo ano fez uma reportagem chamada “Além da Censura” que fez o acompanhamento de toda cobertura do Twitter sobre Teerã.

As narrativas digitais alcançam outro patamar, quando não se consegue desconectar nunca como no caso dos aplicativos. Ferrari (2004) aponta que o Whatsapp rede com 500 mil usuários em todos o mundo (até 2014), já foi adotado por grandes jornais.

Ferrari (2014) comenta que a entrada do WhatsApp nas redações coloca desafios éticos e operacionais que não vem sendo discutidos pela “Academia”, referindo-se aos estudos científicos de pós-graduação. Cita como exemplo a Folha de São Paulo que somente no dia do lançamento do serviço do WhatsApp obteve mil mensagens. Ferrari questiona: como se responde a todos? Como se verifica a veracidade dos fatos? Sem dúvida, estas problematizações são pontos importantes e já apontam para problemas recentes que o jornalismo atravessa, como o *Fake News* (notícias falsas). Outros questionamentos surgem como a saída dos repórteres na rua (se alguns repórteres estão investigando ou checando diretamente online), a filtragem das notícias por grupos de conversa e a realização da reportagem através de uma possível comunidade interpretativa.

Ferrari (2014) diz que o processo de *gatekeeper* (porteiro) da informação passa do jornalista para o leitor. Questionamos a afirmação, duvidando até que ponto as informações que chegam por redes alternativas alcançam as massas. Enquanto redes sociais promovem um *narrowcasting* (informação dirigida a um público específico), o *broadcast* é para um público vasto. O caminho dos *gates* (portões) até uma notícia oriunda de *narrowcasting* se tornar *broadcast*, é grande e por isto ainda é cedo para se afirmar com é realizado o processo de produção de notícia.

Canavilhas e Fidalgo (2009) apontam a internet como fonte de informação e destacam a era dos smartphones, por terem caráter híbrido e poderem ser usados para fazer ligações ou usado para fazer a socialização da notícia, ou seja links que permitam comentários e compartilhamentos.

Canavilhas e Fidalgo (2009) ressaltam que os celulares o uma forma de acessar notícias, tanto que jornais e sites já elaboraram conteúdos mobiles e versões que podem ser acessadas tanto em Iphone como no Android.

Canavilhas e Fidalgo (2009) mostram a expansão dos celulares com internet. Os aparelhos celulares tiveram crescimento de 8.000 % em 10 anos entre 1994 e 2004 segundo os autores. Este crescimento se deu tanto nas camadas mais altas da população quanto nas mais baixas de rendimento. Na primeira geração de celulares já houve a entrada do SMS, ferramenta de texto que podia ser enviado de forma assíncrona, sem precisar que o celular do receptor da mensagem estivesse ligado, na segunda geração , o aparelho passou a ser " tudo em um " através de várias funcionalidades de dispositivos de produtividade , lazer e comunicação.

Canavilhas e Fidalgo (2009) apontam que o aparelho serve para organizar a vida (com agenda , despertador, bloco de notas, calculadora) , para o entretenimento (jogos e música) e comunicação com voz e escuta. Além disto , a criação do celular inteligente (smartphone) com conexão sem fio permite transmissão de dados e voz ligados em rede , que por sua vez, possibilitam acessar e-mail, conversar em chat , receber, procurar e enviar informações.

O Wi-Fi (conexão sem fio) acoplado ao celular gera portabilidade ao aparelho, podendo ser acessado andando (em movimento) ou em qualquer lugar. Deste modo, a rápida difusão do celular torna o aparelho a quarta tela, sendo as outras três telas respectivamente: cinema, TV e computador. Canavilhas e Fidalgo (2009) ressaltam que ao tornar-se um meio, o celular traz diferentes desafios para o jornalismo, como a necessidade de transformar ou adaptar o conteúdo noticioso, criação de aplicativos específicos para o leitor ou espectador ou mesmo diferentes versões da notícia em voz, imagem e texto.

Para tratar o termo Encadeamento Midiático, tratamos a partir do estudo de Alex Primo (2008) quando para compreender e delinear as relações dos blogs com outras mídias, realizou um estudo sobre o *Interney Blogs*, criado por Edney Souza. Primo percebe a importância do blog enquanto mídia digital e fonte de informação. Durante a avaliação dele, procurou-se perceber como os blogueiros mantem-se informados e quais eram as informações utilizadas da chamada mídia tradicional.

Primo (2008) percebe o blog como mídia digital, com uma interface diferente das outras mídias, por ter links e posts que viabilizam interações mútuas e assim possibilitam debates. A parte de colaborações e comentários potencializa a escrita coletiva, processo diverso das mídias tradicionais.

Outro ponto percebido é que o conteúdo de blogs inicialmente não está preso a aprovação de terceiros ou à interesses institucionais, porque basta ter um espaço próprio e gratuito na internet. O texto também pode ser alterado e aperfeiçoado conforme estudos de audiência e engajamentos. Visto como um veículo de nicho, atinge um determinado segmento de consumidores. Por vários medidores, é possível saber está seguindo ou participando do blog e para quem está escrevendo, o que torna a comunicação mais precisa , afirma Primo.

Primo (2008) percebe que os usos dos blogs causam rearranjos na estrutura midiática contemporânea, mesmo competindo com os conglomerados midiáticos que realizam broadcast e possuem alto alcance:

preciso destacar que além de maximizar sobremaneira o número de fontes de informação, a cibercultura abre espaços de participação e livre expressão. Esta interação, contudo, não pode ser pensada apenas como forma de resistência à grande mídia, como supõem os discursos mais panfletários. O que se quer aqui defender é que os meios digitais rearticulam a estrutura midiática da contemporaneidade. Não me refiro apenas aos portais e sites jornalísticos das grandes instituições midiáticas, mas também à própria micromídia digital. Mesmo reconhecendo que trata-se de um jogo de forças, pode-se observar não apenas uma relação conflituosa como também processos simbióticos. Como se pretende demonstrar, existe uma inter-relação dos diferentes níveis de mídia. (PRIMO, 2008: 5)

O jogo de forças descrito por ele e a inter-relação entre micromídia digital e outras mídias, também é do interesse deste estudo, sob um novo viés, que seria os dispositivos móveis. Entendemos que na comunicação móvel, o fluxo de interações é maior e por trazer o constantemente conectado, causa mais rearranjos na estrutura midiática.

Para tratar do jogo de forças, utilizamos Bourdieu que alinha o termo “campo jornalístico” para mostrar que existem forças invisíveis que atravessam a profissão. Para ele, no século XIX com a oposição entre jornais que faziam sensacionalismo e jornais que se pregavam o valor da “objetividade” através de análises e comentários, surge o campo jornalístico.

Percebe que há fatores internos e externos que regem o jornalismo. Enquanto o primeiro é visível, pois está subentendido em leis próprias e lógicas específicas para jornalistas. O segundo é invisível e que causa mais tensões, envolvendo o órgão de imprensa, o peso econômico, o mercado e o peso simbólico:

Se quero saber hoje o que vai dizer ou escrever tal jornalista, o que ele achará evidente ou impensável, natural ou indigno dele, é preciso que eu conheça a posição que ele ocupa nesse espaço, isto é, o poder específico que possui seu órgão de imprensa e que se mede, entre outros indícios, por seu peso econômico, pelas fatias de mercado, mas também por seu peso simbólico, mas difícil de quantificar (BOURDIEU, 1997: p. 58)

Bourdieu (1997) percebe que o campo jornalístico sofre pressão do mercado através da audiência direta ou indiretamente. Direta ao se preocupar em conquistar e manter audiência, precisando criar modos de produzir atraentes ao público. Indireta ao estar vinculado ao mercado e um órgão específico: precisam atuar conforme as diretrizes da empresa e dependem da posição que ocupam. Neste processo, observa-se que não há autonomia e liberdade completa do jornalista, que deve jogar conforme as relações de força que existem no campo.

Existe uma lógica específica e orientada de forma a angariar mais audiência. Daí a necessidade da busca do furo e do novo. O jornalista tem que procurar o mais atual e valorizar uma informação diante de outra para não cair no ultrapassado.

Outra lógica apontada por Bourdieu é “espionar” o concorrente, saber o que ele está pretendendo tomar como tema, muitas vezes fazendo o eco de inúmeros assuntos.

A partir da necessidade do novo, indaga-se como a comunicação móvel está auxiliando neste processo de procurar ou revestir o atual. Quando todos jornais repetiram a notícia do vestido, a partir dos dispositivos móveis, trazemos a questão da uniformidade dos assuntos.

Outro ponto importante abordado por Bourdieu (1997) é que os jornalistas são responsáveis pela produção e difusão em grande escala das informações. Havia uma conversa pública em dispositivos móveis sobre a cor do vestido, mas quando e como ela foi selecionada para ser divulgada em grande escala? Por enquanto é impreciso dizer como o vestido se tornou notícia, qual foi o processo de encadeamento mediático ou o peso das conversas nos dispositivos móveis.

20. Conclusões

Este artigo é fruto de um pré-projeto de doutorado, portanto não possui ainda conclusões finais sobre o tema. A pesquisa surge diante dos desafios da comunicação móvel e da expansão do consumo de mídias sociais no contexto nacional. De acordo com de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (SECOM 2015), o uso de aplicativos de voz, texto e imagem como o WhatsApp, se constitui como segunda rede social mais utilizada do Brasil.

Acreditamos que o fluxo constante de conversas, o imediatismo e o continuamente conectado, introduzem também novas práticas no jornalismo. Observamos inicialmente que as mídias sociais estão sugerindo ou introduzindo novas pautas ao agendamento midiático, então indagamos como tais conversas podem se tornar pauta das mídias tradicionais, de que modo os jornalistas estão aplicando filtros e selecionando acontecimentos dentro de dispositivos móveis e se o processo de produção de notícias está sendo alterado pela comunicação móvel.

A conversa da cor do vestido, é um bom exemplo, ela estaria disponível em mídias sociais, no entanto foi selecionada para ser propagada nas mídias tradicionais. Estava no aplicativo de conversa, depois em sites, televisões e jornais. Qual foi a inter-relação entre mídias neste exemplo? Aqui existem questionamentos em relação a quais são os critérios de valores de noticiabilidade e agendamento midiático. Também indagamos como as comunidades autorizadas se comportam neste processo de seleção da notícia.

Ao perceber que determinadas conversas em mídias sociais estão entrando dentro debate do que é notícia ou não, percebe-se que mais fluxos de conteúdo estão sendo circulados por aplicativos de conversa. Tais narrativas pessoais e de opinião pública são oriundas de um *narrowcasting* e em determinadas vezes alcançam o *broadcast*. Neste pré-projeto pretende-se pesquisar como este processo ocorre.

Referências

Trabalho apresentado em congresso

PRIMO, Alex. Interney Blogs como micromídia digital: Elementos para o estudo do encadeamento midiático. **Anais do 17º Encontro Anual de Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**: São Paulo, 2008.

Livros

BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Zahar, 1997

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**, volume 1. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1999

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2004.

LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Vozes: Petrópolis, 1981

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: RJ, Vozes, 2009

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Editora Insular, 2005.

Capítulo de livro

AGUIAR, Leonel. **A validade dos critérios de noticiabilidade no jornalismo digital. Jornalismo online : modos de fazer**. Org: Carla Rodrigues. RJ: Editora Sulina, 2009.

FIDALGO, Antonio; Canavilhas, João. Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular. **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Org : Carla Rodrigues. RJ: Editora Sulina, 2009.

Teses, dissertações e monografias

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo Móvel Digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo.** Salvador: UFBA, 2013. Tese em Comunicação – Departamento do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia, Bahia.

Internet

Secretaria de Comunicação da Presidência da República (SECOM). **Pesquisa Brasileira de Mídia: Hábitos de consumo de Mídia pela população Brasileira, 2015.** Brasília. Disponível em <<http://www.secom.gov.br/atualizacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>, Acessado em 20 de jun. de 2015.

Trabalhos de memória em busca de um lugar na história*

Narrativas sobre o ‘Jornal do Brasil’ entre a objetividade do
jornalista e o rigor do historiador

Itala Maduell Vieira**

Resumo

Este artigo propõe observar a construção de um imaginário em torno do diário carioca *Jornal do Brasil* (1891-2010), tendo como objeto de análise o livro *Jornal do Brasil, história e memória: os bastidores das edições mais marcantes de um veículo inesquecível*, da jornalista Belisa Ribeiro (2015), articulando questões sobre história e memória, testemunho e identidade. Narrativas de determinado grupo de jornalistas, de caráter pretensamente objetivo e historiográfico, retroalimentam um discurso de legitimação e autoafirmação da importância do veículo jornalístico, empenhados em preservá-lo do esquecimento, assim como a si próprios como profissionais. Problematicam-se as dualidades história-memória e lembrar-esquecer, e suas implicações para a história e a memória da imprensa no Brasil.

Palavras-chave: história da imprensa; memória; identidade jornalística; *Jornal do Brasil*.

21. Experiência, memória e história

Ao lembrar os versos da *Odisseia* de Homero em que a velha ama Euricléia reconhece Ulisses pela cicatriz deixada pela caçada a um javali em companhia do avô, Jeanne Marie Gagnebin atenta para as condições em que se deu a ferida emblemática, num rito de família, que evidencia na história a importância da continuidade das gerações, o tema da filiação e a aliança; e ainda para a força das palavras, encantações que curam. Escava a cicatriz deixada pela experiência, com a qual e através da qual “guardam-se a continuidade de gerações (filiações), alianças e eficácia da palavra, narrativa. É ela – a experiência – memória e lembrança, história” (2002: 125).

Este artigo propõe observar esforços de um grupo de jornalistas pela preservação da história do diário carioca *Jornal do Brasil* (1891-2010), tendo como objeto de análise o livro *Jornal do Brasil, história e memória: os bastidores das*

* Trabalho submetido para apresentação no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos do XIV Poscom PUC-Rio, de 21 a 24 novembro de 2017.

** Doutoranda em Comunicação Social – PUC-Rio. Mestre em Comunicação Social – ECO/UFRJ. E-mail: itala@puc-rio.br / italamad@gmail.com.

edições mais marcantes de um veículo inesquecível, da jornalista Belisa Ribeiro (2015), articulando questões sobre história e memória (RICOEUR, 2007, LE GOFF, 1987; HALBWACHS, 2004, BARBOSA, 2016), testemunho e identidade (ZELIZER, 1992, POLLAK, 1992, 1989). Em primeiro lugar, problematiza-se a dualidade história-memória, presente desde o título da obra em questão. Em seguida, o foco se desloca para a classificação do veículo como “inesquecível”, identificando quem são os agentes que se empenham em manter acesa a brasa dessa sobrevivência (DIDI-HUBERMAN, 2009), as reconstruções da memória cerzida pela dualidade lembrar-esquecer e suas implicações, para a história e a memória da imprensa no Brasil. Parte-se do pressuposto, como propõe Le Goff, de que a memória escrita é uma construção, logo, fruto de disputas e manifestação de poder: “Tornar-se senhores da memória e do esquecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram e dominam as sociedades históricas” (1987; v. 1, p. 13). Ao se debruçar sobre o passado, o historiador faz uma reconstrução seletiva deste. Historiadores e jornalistas, carregando suas análises com sua própria visão, ambos colocam a sua singularidade pessoal, a sua subjetividade, na narrativa que desenvolvem. O elemento subjetivo, ficcional, está presente nas construções tanto de jornalistas como de historiadores (BARBOSA, 1995: 87).

O livro, fruto de um ano e meio de pesquisa e entrevistas filmadas, que serão transformadas em documentário, é composto por 11 capítulos, cada qual dedicado a um episódio célebre do Jornal do Brasil, como a nota sobre a temperatura sufocante e os fortes ventos que varreram o país no dia do AI-5, em 1968; a notícia da morte de Allende no Chile, em 1973, sem título, como mandaram os militares, mas em texto ocupando toda a primeira página; a revolucionária reforma editorial e gráfica no fim dos anos 1950; os movimentos de vanguarda no *Caderno B*; a cobertura das greves do ABC, nos anos 1970; os prêmios com a cobertura de cidade nos anos 1980 e 90; os fotojornalistas e chargistas de ouro da casa, como Evandro Teixeira, Walter Firmo, Millôr, Lan e Ziraldo; as revelações da participação do governo americano na derrubada do presidente João Goulart e da autoria militar do atentado do Riocentro, no Rio; a apuração independente que legitimou a vitória de Leonel Brizola nas eleições para o governo do Rio em 1982, com a denúncia de fraude no sistema Proconsult, que alimentava a campanha das Organizações Globo por Moreira Franco, entre outras.

A empreitada de registrar em livro “os bastidores das edições mais marcantes de um veículo inesquecível” segue um caminho já trilhado por pesquisadores da história da imprensa e por jornalistas, na proporção da relevância do *Jornal do Brasil*. A expectativa, portanto, evoca tanto a chamada objetividade do jornalista como o rigor do historiador, reproduzindo um lugar-comum que aproxima ambos, com a ressalva da diferença temporal – o foco do jornalista seria o tempo presente, enquanto o do historiador, o tempo passado. Ao mesmo tempo, distingue-se pela declarada afecção, por abertamente “vestir a camisa” do *JB*. Desde o início, a autora deixa claros seus vínculos afetivos: “Era o nosso jornal”. Tal combinação foi recebida com ressalvas sob o ponto de vista da esperada precisão histórica e jornalística. Em resenha no jornal *Folha de S.Paulo*, o jornalista e pesquisador Plínio Fraga Filho, na ocasião do lançamento, aponta que o trabalho falha tanto na visada jornalística – “decepciona naquela que deve ser a missão número um do bom jornal: dimensionar os acontecimentos, atribuindo-lhes importância maior ou menor ao investigar por que ocorreram e demonstrar como se desdobraram” – quanto na pretensão de produzir documentação histórica – “acumula descrições e narrativas sem hierarquizá-las, contrapô-las ou criticá-las (...), sem aventurar-se ao olhar severo da história” (FRAGA, 2016).

Valem considerações sobre as aproximações e distanciamentos entre história-memória, e sobre o papel do testemunho no manejo da história/memória do *Jornal do Brasil*, o jornal “inesquecível”, classificação que a autora destaca no título do livro e que aciona ao longo da narrativa. Inesquecível é algo não só digno de memória, mas, mais ainda, aquilo que não se pode nem se consegue esquecer, haja o que houver. Assim, a narrativa assume dois pressupostos: 1. os testemunhos sobre o jornal são peças de verdade, estão a salvo das operações do lembrar-esquecer ou da própria subjetividade humana; 2. a história do *Jornal do Brasil* sobrevive à sua extinção, sobrevive à senilidade ou à morte de seus homens-memória, passe o tempo que for.

É exemplar neste sentido o tratamento dado ao depoimento que colheu de Joel Silveira, com 81 anos à época, lembrando-se de episódios da juventude em um asilo no qual vivia. A jornalista esforça-se, no texto, em garantir a credibilidade dos relatos, e evoca o talento de repórter (“relembra com uma memória impressionante”, p. 25; “memória prodigiosa em detalhes”, p. 30; “Se seu Silveira lembra com tanta clareza dessa mesquinha vivenciada quando ele ainda não havia completado 18

anos, lembra melhor ainda, nos mínimos detalhes, como foi a resposta, dentro do *Jornal do Brasil*, à reação violenta do governo militar à edição que acabou fazendo de bobos os censores do Exército”, p. 31), e mesmo a ascendência indígena de Silveira (“explicação, segundo ele, para que suas oito décadas de vida não tirem sua jovialidade”, p. 27) como antídoto para as operações da memória, validando-a como história.

Ao observar a “história” do *JB* sob o viés das memórias de seus jornalistas, entendemos que história e memória são indissociáveis e imprescindíveis uma à outra, num processo dual. Ao mesmo tempo, é de fato ingênuo e problemático, como apontam Fraga e Sarlo – “Nem sempre a história consegue acreditar na memória, e esta desconfia de reconstituição que não tenha em seu centro a lembrança” (2007: 9) –, tomar o testemunho como bastante e suficiente como provas de uma história com H maiúsculo, ou como fragmentos preservados do tempo passado, quando na verdade são produções do tempo presente.

Baseada em um olhar retrospectivo, a partir de certo distanciamento temporal em relação à realidade relatada, a memória é constantemente atualizada de acordo com o presente em que é produzida e, portanto, também por isso, frágil como fonte de informação factual (RIBEIRO, 2003). Assim, é preciso observar o jogo de forças pautado pelo momento presente e sustentado pela verossimilhança e pela coerência dos sucessivos discursos. Como alertam Barbosa e Ribeiro (2011), não é possível ter uma visão histórica sem refletir sobre temporalidade, sobre a questão dos espaços sociais, sobre processos e sistemas, sobre relações sociais e, por último, sobre narrativa e interpretações.

O que faz *Jornal do Brasil: história e memória* é apelar aos testemunhos para “fortalecer e completar o que sabemos de um evento do qual já estamos informados” (HALBWACHS, 2004: 27), e que os depoimentos só têm sentido em relação ao grupo, ao acontecimento vivido em comum, dependendo do “quadro de referência no qual evoluem o grupo e o indivíduo” (2004: 13) – como observamos nos depoimentos de jornalistas sobre o *Jornal do Brasil*. Impulsionam este processo a vontade de lembrar e o sentido de coletivo. Podemos dizer que a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si (POLLAK, 1992: 200-212).

Como sugere Nora, quando a memória não está mais em todo lugar, quanto menos é vivida coletivamente, “mais ela tem necessidade de homens particulares que fazem de si mesmos homens-memória” que dela se encarrega (1993: 18), papel que vários jornalistas atribuíram a si próprios ou para os quais foram escalados por seus contemporâneos, como fez Belisa Ribeiro. O autor identifica “sinais de reconhecimento e de pertencimento de grupo numa sociedade que só tende a reconhecer indivíduos idênticos” (1993: 13): para ele, os sujeitos só lembram a partir do ponto de vista de um grupo social específico, ao qual se vinculam: assim, a memória está diretamente relacionada às identidades sociais (RIBEIRO, 2003).

“A identidade, individual ou coletiva, é sempre relativa ao outro, relacional”, e “produto de uma incessante negociação”. “Mudamos, evoluímos, eventualmente enriquecemos, e, em todo caso, nos transformamos em contato com os outros. Daí a preocupação comum a todas as culturas do mundo de enquadrar ritualmente, na medida do possível, as ocasiões mais explícitas de contato entre uns e outros. A identidade rígida, estereotipada, já é solidão, e, inversamente, quanto menos eu estiver sozinho, mais eu existo” (AUGÉ, 2012: 65).

Para Huyssen (2000, 2014), a estabilidade de memórias de um grupo é muito mais um ideal do que a descrição de uma realidade histórica: “A ideia de memória coletiva bloqueia o discernimento dessas batalhas entre passados” (2014: 182). Neste aspecto, a obra de Belisa reforça a uniformidade das narrativas sobre o *JB*, em que se repetem certos protagonistas escolhidos para dar voz a episódios igualmente determinados. Abre o livro um capítulo dedicado à famosa primeira página fechada em 13 de dezembro de 1968, dia da decretação do Ato Institucional nº 5. “Dois quadradinhos e uma lavada de alma” reconta como Alberto Dines e Carlos Lemos driblaram os censores com pequenos textos em linguagem cifrada na previsão da meteorologia (“Tempo negro. Temperatura sufocante. O ar está irrespirável. O país está sendo varrido por fortes ventos”) e na pequena chamada “Ontem foi o Dia dos Cegos” (RIBEIRO, 2015: 17-23). Ambos deram depoimentos redundantes com os inumeráveis testemunhos sobre o caso em quase 50 anos, mas ao mesmo tempo inéditos, pelo propósito e pelo momento (Lemos morreu logo depois, em 7 de dezembro de 2015).

Elementos identitários são constantemente organizados e reorganizados, como Barbie Zelizer (1992) demonstra ao analisar o discurso dos jornalistas norte-americanos a respeito do assassinato do presidente John F. Kennedy: contando e

recontando as histórias da cobertura no seu tempo presente e depois em relatos memoráveis sobre o episódio dez, vinte anos depois, foram elaborando e reelaborando sua memória sobre este, ao mesmo tempo em que construíram sua própria celebridade, como vemos também aqui.

Ora, se é um fenômeno construído individual e socialmente, e o outro faz parte desta construção, é natural o conflito entre a memória individual e a memória alheia; assim, “a memória e a identidade são valores disputados em conflitos sociais e intergrupais, particularmente aqueles que opõem grupos políticos diversos” (POLLAK, 1992: 200-212). Porém, escapa à obra de Belisa qualquer conflito. Supõe-se que aqueles que porventura apareceram em seu processo de pesquisa tenham sucumbido por critérios como a autoridade a recorrência da fala – o que faz supor que haja silenciamentos.

A memória, “operação coletiva dos acontecimentos e das interpretações do passado que se quer salvaguardar”, se integra em tentativas mais ou menos conscientes de definir e de reforçar sentimentos de pertencimento e fronteiras sociais entre coletividades – partidos, sindicatos, igrejas, aldeias, famílias, comunidades, nações e categorias profissionais, tal como propomos aqui. A referência ao passado serve para manter a coesão dos grupos e das instituições que compõem uma sociedade, para definir seu lugar respectivo, sua complementaridade, mas também posições irredutíveis: “O que está em jogo na memória é também o sentido da identidade individual e de grupo; manter a coesão interna e defender as fronteiras daquilo que um grupo tem em comum, eis as duas funções essenciais da memória comum” (POLLAK, 1989: 3-15), que observaremos em muitos dos discursos memoráveis recolhidos – o que, convém salientar, ocorre muitas vezes inconscientemente.

Além da seletividade de toda memória, individual e coletiva, há a escolha de momentos memoráveis em detrimento de outros. Citando Veillon, em seus estudos sobre a Segunda Guerra sob o prisma da história oral, Pollak destaca que, conforme as circunstâncias, ocorre a emergência de certas lembranças, a ênfase é dada a um ou outro aspecto, deformando e reinterpretando o passado. “Assim, há uma permanente interação entre o vivido e o aprendido, o vivido e o transmitido. E essas constatações se aplicam a toda forma de memória, individual e coletiva, familiar, nacional e de pequenos grupos (POLLAK, 1989: 3-15). Como destaca Barbosa (1995: 85), também “no jornalismo são princípios subjetivos que determinam os fatos que serão

notícia, como o discurso será hierarquizado, o enfoque mais adequado”. Assim, é evidente a seleção e repetição de determinados momentos-chave do jornalismo brasileiro (imprensa e poder, ditadura, reforma gráfica do JB), assim como de jornalistas “legitimados” para falar sobre eles (Alberto Dines, Carlos Lemos, Janio de Freitas etc), como repete Belisa em seu livro. Mas, por mais óbvia que seja a sua relevância, imaginamos quantas histórias ficaram ocultas sobre as repetidas versões.

22. Identidade e dever de memória

Como já dito, a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si (POLLAK, 1992: 200-212).

Para Pierre Nora, a mundialização, a democratização, a massificação, a midiaticização teriam causado a aceleração da história, e o desmoronamento da memória: a aceleração impassível do tempo seria a causa do enfraquecimento dos elementos de identificação, o fim das sociedades-memória, que asseguravam a conservação e transmissão de valores; o fim das ideologias-memória, que garantiam a passagem regular do passado para o futuro ou indicavam o que se deveria reter do passado para preparar este futuro, produzindo cada vez mais rapidamente um passado morto, a percepção geral de algo desaparecido (1993: 7-8).

Diante do sentimento de que não há memória espontânea, continua Nora, passou-se a criar arquivos: “Se o que defendem não estivesse ameaçado, não se teria a necessidade de construí-los. Se vivêssemos verdadeiramente as lembranças que envolvem, eles seriam inúteis” (1993: 13). Barbosa (2016) observa que os meios de comunicação procuram um lugar na história. Também os jornalistas. É contra o apagamento definitivo que Belisa Ribeiro trabalha, como testemunha e personagem de uma história memorável ameaçada pelo esquecimento, na esperança de retardar seu curso, ou mesmo imobilizá-lo, como diz Ricoeur (2007: 435). Para não cair no esquecimento e perder o reconhecimento e a importância, o testemunho é o primeiro passo de um processo epistemológico que parte de uma memória declarada, passa pelo arquivo e pelos documentos e termina na prova documental:

Falar da questão do testemunho, portanto, é se referir ao momento declaratório e sua inscrição (a memória arquivada). Podendo ressurgir toda vez que é acionada, essa memória declaratória inscrita sob a forma documental passa a

representar o passado pelas narrativas, através de diversos artifícios retóricos. Enfim, o testemunho é selado pelo arquivamento e sancionado pela prova documental (RICOEUR, 2007: 170).

Neste processo, de tal forma imbricadas, torna-se impossível distinguir memória e história: de registro coloquial, quase um “causo” contado em rodas de colegas, o testemunho dos jornalistas-memória se materializa, se reveste de discurso oficial e vira “história” registrada em livros.

Contudo, pode-se apreender mais deste exercício memorialístico. Sua natureza declaradamente passional impede o distanciamento crítico, na medida em que o que se pretende é o elogio do passado, como instrumento de sua conversão em capital simbólico no presente e no futuro. No presente, acionando o sistema jornalístico, de valor-notícia, seja pelos canais de autopromoção (site, redes sociais), seja pela mídia tradicional, com notas publicadas em jornais durante todo o processo (“A jornalista Belisa Ribeiro escreve livro sobre o *Jornal do Brasil*”; “A jornalista Belisa Ribeiro vai lançar livro sobre o *Jornal do Brasil*”; “Lançamento de livro da jornalista Belisa Ribeiro sobre o *Jornal do Brasil*”), que legitimam a autoridade e relevância tanto da autora como da obra. Bem-relacionada e conhecedora dos mecanismos midiáticos de visibilidade, Belisa lançou mão de sua rede de contatos para divulgar o livro desde o início da pesquisa, para a qual abriu canal de colaboração, recebendo textos, documentos e imagens; passando pelas entrevistas, das quais publicava *teasers* em redes sociais; até o lançamento, para o qual acionou, com comunicações distintas: ex-colaboradores do jornal; o antigo público do jornal; e novos públicos, com pocket show do rapper Gabriel, O Pensador, seu filho. Quanto ao investimento com vistas à posteridade, verifica-se tanto na escolha do suporte livro – que, diferentemente do jornal, perdura – como no uso do termo “história” (desde o título) e de seus supostos atributos, tais como verdade, estabilidade, duração.

Neste grupo de jornalistas “veteranos”, como se classificam, e particularmente na iniciativa da jornalista Belisa Ribeiro, evidencia-se um esforço consciente contra o esquecimento definitivo, o esquecimento por apagamento de rastros, ao qual Ricoeur contrapõe o que chama de “esquecimento de reserva”, reversível, “tesouro do esquecimento a que recorro quando tenho o prazer de me lembrar do que, certa vez, vi, ouvi, experimentei, aprendi, adquiri” (2007: 427).

Destaca-se o valor da experiência – num momento em que muito pouco daquele jornalismo continua valendo.

23. Documentalismos e “verdades”

É notório o protagonismo que vêm assumindo os relatos identificados como não-ficção, as diversas formas de documentalismo, que, no entanto, não deixam de lançar mão de procedimentos característicos das narrativas ficcionais (FIGUEIREDO, 2012). Explicitando sua opção pelo caminho documental, Belisa Ribeiro explica que o livro é sobre edições marcantes do jornal, e sobre “as pessoas que fizeram as páginas, as edições e o veículo ímpar que se tornou inesquecível” (RIBEIRO, 2015: 14). A autora se apresenta ao leitor como narradora qualificada, seja pelos atributos de jornalista, seja pelo vínculo com o jornal, onde começou carreira na década de 1970. Percebem-se, ao mesmo tempo, os contornos de uma narrativa épica. Refere-se a seus antecessores ou contemporâneos enaltecendo suas passagens pelo jornal como “grandes feitos”. A narrativa é construída com o apoio de múltiplas falas que reforçam este sentido missionário do jornalista como defensor da liberdade e contra a opressão. Os capítulos formam uma epopeia vivida por personagens com contornos heroicos:

[...] homens e mulheres excepcionais, muito além do âmbito profissional. Aqui vocês poderão perceber seu caráter, suas personalidades, suas posições, sua disposição, seus sonhos, sua determinação, as vitórias e derrotas de vidas dedicadas ao jornalismo (RIBEIRO, 2015: 15).

Na segunda metade do século XX, os jornais – particularmente no *Jornal do Brasil* – eram veículos de prestígio, onde o leitor buscava, nas palavras de Belisa, “a verdade, a consolidação dos fatos, a opinião, o posicionamento político” (RIBEIRO, 2015: 32). Pode-se discordar que alcançassem todos estes nobres ideais, nem sempre compatíveis com os objetivos comerciais e políticos de qualquer empresa. Mas parece claro que havia, da parte dos jornalistas, a certeza de se estar lutando pela verdade e pela justiça, por um país melhor, por um projeto de futuro.

E o projeto de futuro no Brasil para aqueles jornalistas era o fim da ditadura. O *Jornal do Brasil* se firmou como um jornal influente e socialmente relevante exatamente nos anos de chumbo. A edição de 13 de dezembro de 1968, a do decreto do AI-5, é atribuída a “mentes jovens, brilhantes, revoltadas e destemidas”, e descrita como “uma verdadeira tática de guerrilha, armada às pressas e sem muito espaço para articulação, com os inimigos presentes e atentos” (2015: 18). A missão

cívica é reforçada, ainda, na fala da jornalista Virgínia Cavalcanti: “Decisões rápidas, argutas e cruciais tinham que ser tomadas [...]. A partir dali nossa função jornalística, de formar e informar a opinião pública, se tornaria mais do que nunca um desafio diário e um marco na luta contra a ditadura” (2015: 23).

Tal mérito é atribuído, pela jornalista e por entrevistados por ela selecionados, a Alberto Dines, editor-chefe de 1961 a 73, descrito como “o maestro que comandava todo o conceito do mais poderoso jornal brasileiro de todos os tempos até então, um homem elegante, bonitão, reservado e de méritos reconhecidamente brilhantes até por seus invejosos” (RIBEIRO, 2015: 17). Roberto Quintaes, que descreveu o ato institucional na previsão do tempo, a pedido de Dines, exalta, em depoimento a Belisa, aos 74 anos:

Quando Dines me aceitou como copidesque, me chamou à sala dele e me disse: “Vamos fazer leitores melhores. Você agora é curador do caráter de nossos leitores, para que eles sejam cada vez melhores [...]. O jornalismo vai nos equipando com uma nova maneira de ver as coisas ao nosso redor. Ainda mais em um ambiente como era o Jornal do Brasil daqueles tempos, em que o clima era regido pela busca do novo, do criativo, da excelência. Em que as pessoas honravam princípios e valores (QUINTAES, apud RIBEIRO, 2015: 20).

Na orelha do livro, Alberto Dines diz que Belisa comprova ali que “um jornal muda o mundo”, e que os envolvidos na preparação do jornal “são possuídos pela mesma obsessão – fazer daquela edição algo único, especial, capaz de transformar o leitor, movimentar sua vida, alterar seu olhar, enfiá-lo na história”. Estas palavras de Dines exalam a nostalgia destes jornalistas de seu passado de glória e realização profissional, mas também a nostalgia de um tempo de utopias, característico do modelo de intelectual que vigorava no Brasil naqueles meados do século XX, como uma voz de dissenso que tinha como missão conscientizar o povo com o objetivo de mudar os rumos da História (FIGUEIREDO, 2012).

24. Experiência e nostalgia da modernidade

A imagem do intelectual preponderante nos anos 1960 era de envolvimento em questões políticas, sociais e éticas, em defesa de direitos e interesses das classes populares, valores universais consagrados pela modernidade (FIGUEIREDO, 2012: 1). Com a modernidade, a hegemonia não é mais da tradição, e sim do futuro do projeto. A ideia de progresso vigorou por dois séculos, desde a prensa de Gutemberg até a invenção do computador, quando o tempo se torna tão acelerado que dá mesmo

a impressão de estar parado. Com a modernidade, as grandes narrativas de origem e os mitos do passado dão lugar a outras narrativas e trazem novos mitos, voltados para o futuro – um futuro feliz, pressupondo a emancipação do homem e a aceitação da irreversibilidade do tempo, trilhando caminhos diferentes dos outrora traçados pela tradição. O homem moderno assume seu tempo com liberdade para mudar e construir o futuro – o que pressupõe coragem e heroísmo, características evocadas nas narrativas da turma do Jornal do Brasil sobre si mesma. E o jornalismo é tributário da modernidade:

A última “profissão romântica” foi assim definida por conta da penosa dualidade que sujeita as emoções do relato à frieza da razão. [...] De qualquer forma persistiria a cruel lógica deste romantismo que tenta fazer do cotidiano algo trepidante, nobre, memorável, ajustando-o ao dever de torná-lo apenas justo e verdadeiro (DINES, apud RIBEIRO, 2015, orelha).

Temos este grupo de jornalistas debruçado sobre o paradoxo posto por Augé: “É preciso pertencer plenamente a seu tempo para ter uma chance de sobreviver a ele”. O trabalho de construção da memória-história do jornal e de seus jornalistas como marco de seu tempo pode ser entendido como uma reafirmação de sua pertinência com o tempo, buscando garantir “sua presença aos olhos da posteridade”, lançando mão de sua capacidade simbólica de criar vínculos (intelectual, afetivo, social) com aqueles que a descobrem (AUGÉ, 2012: 46-48). Concorde-se com o autor que uma mensagem só pode ser transmitida “quando é suscetível de ser ouvida, quando expressa algo do estado de espírito e da sensibilidade de uma sociedade e de uma época” (55). Ao mesmo tempo, “as modalidades da mudança são da ordem do anúncio, da resistência ou da renovação e que essas modalidades da mudança se medem também pela importância dos acontecimentos ou das conjunturas em relação às quais elas se situam (AUGÉ, 2012: 56). Em outras palavras, ainda de Augé, a força de ruptura está em certa performatividade histórica: “Só são verdadeiramente precursores aqueles que pertencem totalmente a seu tempo, mas tal pertencimento se mede melhor com alguma distância” (2012: 56).

Observamos aqui a valorização de uma experiência vivida em grupo, transmitida pela palavra, no narrar de seus personagens e testemunhas, glorificando-a, idolatrando-a, mitificando-a. Ao se lançar o desafio de assegurar ao JB seu lugar na história, Belisa Ribeiro recorre a um dos epítetos atribuídos ao JB desde o título de seu livro, ao tomar o Jornal do Brasil por “inesquecível”. E lança mão da

memória, também em destaque no título, como luta contra o esquecimento. Como Heródoto intenciona preservar do esquecimento a glória dos gregos e dos bárbaros, em busca de uma “justa memória” (RICOEUR, 2007: 424). Pretende-se mais um arquivo contra a ameaça do apagamento, da destruição destas memórias, pela própria morte de seus personagens e testemunhas, e o consequente apagamento sucessivo dos rastros e o esquecimento definitivo. O que é e o que não é considerado memorável passa por uma operação de seleção – a que Derrida entende por mal de arquivo, ao trazer à luz a autoridade que organiza o arquivo, o poder que manda apagar e recriar. Dessa forma, se expõe a relação entre arquivo e poder, presente desde a raiz da palavra arquivo, *arkhê*, que implica começo assim como comando. Ou seja, o poder de quem detém o arquivo e o organiza dentro de seus interesses, e as implicações políticas de seu uso (DERRIDA, 2001).

O que se busca evidenciar neste ensaio, tomando o livro de Belisa Ribeiro como exemplo, é o trabalho de “homens-memória” que tomam para si a tarefa de manter vivas memórias que são, efetivamente, de grande valor sociocultural, porém naturalizadas como história, e não como mera parte desta, um manejo parcial e imperfeito da história, atribuindo-se uma espécie de autocondecoração, de distinção a si próprios, como grupo. O exercício memorialístico destes jornalistas soa ainda como inscrições-afecções, como chama Ricoeur a capacidade de durar e permanecer, possibilitando a compreensão do que significa presença da ausência.

Referências

ALBUQUERQUE, Afonso de. A modernização autoritária do jornalismo brasileiro. *Alceu* (PUC-Rio), v. 10 - n.20 - p. 100 a 115 - jan./jun. 2010.

AUGÉ, Marc. *Para onde foi o futuro?* São Paulo: Papirus, 2012.

BARBOSA, Marialva. **Meios de comunicação: lugar de memória ou na história?**. *Contracampo*, v. 35, p. 7-26, 2016.

_____. Jornalistas: senhores da memória?. **Revista Brasileira de Comunicação (Intercom)**, São Paulo, v. XVIII, nº 2, p. 84-101, jul/dez 1995.

DERRIDA, Jacques. **Mal de arquivo: uma impressão freudiana**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **A sobrevivência dos vaga-lumes**. Belo Horizonte: UFMG, 2011.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de. Intelectuais sob suspeita: narrativas ficcionais e declínio dos ideais universalistas. **Revista Hispanista** (edição em português), v. XIII, p. 406, 2012.

FOUCAULT, Michel. **O enunciado e o arquivo**. *Arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FRAGA, Plínio. **Livro narra história do JB em ritmo de conversa de botequim**. Folha de S.Paulo, São Paulo, 8 mar. 2016. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/03/1747454-livro-narra-historia-do-jb-em-ritmo-de-conversa-de-botequim.shtml>. Acesso em: 30 de setembro de 2017.

GAGNEBIN, Jeanne Marie. O rastro e a cicatriz: metáforas da memória. **Pro-Posições**, v. 13, número 3 (39), set/dez, 2002.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2004.

HERKENHOFF, Alfredo. **Memórias de um secretário: Jornal do Brasil, pautas e fontes**. Rio de Janeiro: Edição do autor, 2010.

HUYSSSEN, Andreas. **Culturas do passado-presente. Modernismos, artes visuais, políticas da memória**. Rio de Janeiro: Contraponto/Museu de Arte do Rio, 2014.

_____. Passados presentes: mídia, política e amnésia. In: **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro, Aeroplano, 2000.

LE GOFF, Jacques. Memória. In: **Enciclopédia Einaudi. Memória-História**. Vol 1. Lisboa, Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 1984.

NORA, Pierre. Entre memória e História: a problemática dos lugares. **Projeto História**, São Paulo, n. 10, dez. 1993.

POLLAK, M. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, v. 5, n.10, 1992.

_____. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 2, n.3, 1989.

RIBEIRO, Belisa. **Jornal do Brasil, história e memória: os bastidores das edições mais marcantes de um veículo inesquecível**. Rio de Janeiro: Record, 2015.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Entre memória e esquecimento: a mídia e os diferentes usos do passado. In: RÊGO, Ana Regina; QUEIROZ, Teresinha e MIRANDA, Marcela (orgs.). **Narrativas do Jornalismo & Narrativas da História**. Porto: MediaXXI, 2014.

_____. Memória de Jornalista: um estudo sobre o conceito de objetividade nos relatos dos homens de imprensa dos anos 1950. **Estudos de Comunicação**. Livro do XI Encontro Anual da Compós. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2003.

RICOEUR, Paul. **A memória, a história, o esquecimento**. São Paulo: Editora da Unicamp, 2007.

_____. A identidade narrativa. **Arquipélago 7**, Universidade de Lisboa, 177-194, 2000.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007 (caps. 1, 2, 3 e 4).

A influência zineira no *Whatsapp*:¹²

uma análise da comunidade jornalística do Grupo Mídia-RJ

Ana Paula Goulart de Andrade **

Resumo

A proposta desse artigo é analisar a comunidade de 768 profissionais de comunicação do Grupo Mídia-RJ que estão conectados 24 horas, por meio do aplicativo *Whatsapp*. A partir dos estudos sobre os *zines*, o objetivo desse trabalho é identificar semelhanças da “produção zineira” na formação desse grupo, não só pelo caráter informativo, mas pela sociabilidade promovida entre os participantes, que são considerados fãs do jornalismo. Tem-se como premissa que os membros colaboradores representam uma resistência, na medida em que estão livres do comprometimento com a mídia tradicional, resgatando os pilares principais das especificidades dos *fanzines*. Para isso, a pesquisa está ancorada nos estudos de *fanzines* e nas teorias do jornalismo com o conceito de comunidade interpretativa.

Palavras-chave: *fanzines*; APAs; jornalismo; comunidade interpretativa; *Whatsapp*.

1. Introdução

A informação e a sociabilidade são elementos fundamentais para uma comunicação eficaz, dada a interação entre indivíduos com visões semelhantes que se relacionam de forma coletiva. De um modo geral, essa lógica está presente em vários meios de comunicação, considerando o avanço das novas tecnologias de comunicação e informação. No entanto, os veículos possuem especificidades que determinam a sua constituição. E nesse sentido, esse trabalho busca compreender os *modus operandi* da produção dos *fanzines* como forma de construção coletiva e de resistência. Reconhecendo, portanto, que os *fanzines* têm a necessidade de trabalhar em coletividade, produzindo uma construção social de um determinado grupo, que não se contenta em ser refém de uma cultura de massa no contexto das práticas comunicacionais.

Nesse sentido, esse artigo busca correlacionar o jornalismo com a criação das APAs (*Amateur Press Associations*) e, conseqüentemente dos *zines*, com destaque para o “*Factsheet5*”, considerado a maior expressão da rede de *zines*

¹² Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos do XIV Póscom PUC-Rio, de 21 a 24 novembro de 2017.

** Doutoranda em Comunicação Social – PUC-Rio. Mestre em Comunicação Social – PUC-Rio. E-mail: goulartdeandrade@gmail.com.

(DUNCOMBE, 1997). O objetivo é identificar os elementos específicos que definem um veículo como *fanzine* e apontar as semelhanças com o grupo de *Whatsapp* Mídia-RJ, composto por 768 profissionais de comunicação que são fãs do jornalismo. Tem-se como suspeita que a formação dessa comunidade representa uma forma de resistência por estarem desvinculado da mídia tradicional, promovendo a sociabilidade e tendo como função a informação. Acredita-se que a prática de interação desses integrantes resgata os pilares principais das especificidades dos *fanzines*, revelando uma inspiração enquanto meio constituinte de expressão. Para isso, a pesquisa está ancorada nos estudos de *fanzines* e nas teorias do jornalismo com o conceito de comunidade interpretativa e busca compreender a interação do grupo Mídia-RJ por meio de entrevista direta ao moderador.

2. A formação das APAs (*Amateur Press Associations*) e a criação dos zines

Historicamente, o jornalismo que se conhece hoje tem como origem o paradigma do jornal de informação que no século XIX acelerou a industrialização, refletindo na educação e profissionalização dos jornalistas, superando o jornal de opinião e os modos de vida da sociedade. Assim, os jornais foram transformados em produtos fabricados por empresas onde jornalistas atuavam de forma profissional. Concomitantemente, surgiu a necessidade da criação de regras éticas que colocassem a imprensa em um lugar privilegiado para as discussões democráticas e, dessa forma, os conteúdos textuais deram lugar à criação de um novo jornalismo no século XIX – a *penny press* trouxe um novo conceito jornalístico: o jornalismo de informação.

Presse abandonou os tradicionais artigos políticos longos e substituiu-os pelas notícias de rua, moda e furos jornalísticos. A grande novidade, no entanto, foi a introdução dos folhetins, uma inovação recebida com tremendo entusiasmo pelo novo público leitor, que ansiava por diversão e não estava muito interessado em política. A agitação política foi subordinada às notícias, à publicidade e ao entretenimento, com o objetivo de conseguir a maior venda possível do jornal (TRAQUINA, 2005, p. 65).

Como forma de resistência e resposta à *Penny Press* (publicações com preço popular vendida para milhares de indivíduos), a APA (*Amateur Press Association*) começou nos Estados Unidos nas primeiras décadas do século XIX. Na época, a nova economia dos meios de massa expandiu a ideia de público alfabetizado, mas o poder criativo foi posto em posição secundária na chamada

indústria da mídia de massa. A reação da APA ao mundo de produção em massa cedeu espaço para os artigos amadores, fazendo com que aos poucos o jornalismo amador crescesse a passos largos no período posterior a guerra civil.

Um diretório de 1875 listava mais de 500 escritores e editores, e quase a mesma quantidade de publicações. Tais publicações plagiaram autores populares, publicavam uma prosa brega, e reproduziam gravuras; como os *zines*, elas imprimiam quase tudo que os seus editores desejavam expressar (DUNCOMBE, 1997, p.534).

Segundo Duncombe, “esses editores amadores não apenas produziam periódicos, eles criavam ‘associações’, sistemas de comunicação e distribuição que foram os protótipos para as comunidades *zine* de hoje” (DUNCOMBE, 1997, p.534). Nesse sentido, é possível considerar que o *zine* representa uma forma particular de publicação, tendo como ponto pacífico da essência de expressão o contato em comum com outros indivíduos semelhantes, apesar de expor liberdade de ideia e criações artísticas variadas. É uma representação de contracultura, que não só serve de inspiração, mas também estabelece interlocuções, a partir de elementos que não estão disponíveis e não circulam plenamente na chamada mídia tradicional. Os *zines* funcionam de forma independente e imprevisível, são de caráter mais individualista e têm como função primária a comunicação, o foco está mais voltado para as comunidades que surgem a partir de sua circulação, como artefatos de expressão pessoal. Comumente, os seus criadores usam esses meios como forma de dizer ao mundo que eles existem; eles se sentem bem quando fazem isso, é uma forma de encontrar pessoas com gostos e visões de mundo parecidos. Uma das motivações para se conectar com estranhos, por exemplo, é a solidão, pelo fato de que os criadores/leitores dos *zines* possuem dificuldade para se comunicarem face à face, sendo essa uma das formas de eles terem companhia. Desse jeito, o *zine* pode ser considerado uma fórmula eficaz de se encontrar com pessoas que têm visões de mundo parecidas, uma maneira de escapar de uma sociedade em que os leitores/criadores do meio acham ser alienante. É uma opção que supre as necessidades de contatos sociais, que, por sua vez, os confortam por serem provenientes de pessoas às quais consideram semelhantes, é, de certa forma, uma noção de comunidade.

Porém, as comunidades precisam de instituições especialmente quando essas comunidades não possuem um local, como acontece com os *zines*. E nesse sentido, os *zines* são uma “comunidade-instituição” em si mesmos, já que

possibilitam conexões entre eles mesmos e os outros, congregando um conjunto de pessoas conectadas por meio da diferença, cada qual compartilhando a sua originalidade.

Como já dito anteriormente, os *zines* funcionam de forma colaborativa, tendo como exemplo exponencial a criação da APA (Associação de Imprensa Amadora), em que cada colaborador imprimia a sua parte de um determinado conteúdo e compartilhava entre si. A partir da publicação amadora, criavam associações e sistemas de comunicação.

Embora as APAs usassem as seções de cartas dos *zines* e as estendessem a seu extremo lógico, um *zine* com todas as cartas, outros *zines* ampliavam as seções de comentários, criando um *zine* feito totalmente com análises. Os fãs de ficção científica chamam essas edições de “*zines* de dados”, mas o mais usado atualmente - e verdadeiro - é “rede de *zines*” (DUNCOMBE, 1997, p.534).

A grande representação dessa rede de *zines* foi a criação da “*Factsheet5*”, instituição que ajudava a disseminar os *zines* dentro de sua estrutura, atingindo um crescimento exponencial, configurando-se como um guia completo para publicações alternativas, posteriormente, tornando-se uma revista de grande circulação com publicação bimestral. O “*Factsheet5*” foi criado em maio de 1982, tendo sua primeira edição feita a partir de um mimeógrafo com uma página listando seis *zines*, e enviado para, pelo menos, 50 pessoas. Quatorze anos e quase 60 edições depois, ele obteve a média de mais 140 páginas, com mais de 1.400 *zines* e a tiragem de mais de 15 mil exemplares.

Com a ajuda de instituições incentivadoras, como o “*Factsheet5*”, os *zines* começaram a tecer suas estruturas como *fanzines* de suas culturas mães, e a assumir a posição delas sob um vasto conjunto como ‘*zine qua zines*’ (DUNCOMBE, 1997, p.535). O crescimento veio de tal modo que as mais variadas publicações constituíram uma espécie de subcultura, ultrapassando fronteiras e desenhando um ideal de comunidade em rede, em que os indivíduos poderiam, de maneira livre, cultivar seus próprios interesses e compartilhar as diferenças dos outros, exercendo um comportamento não encontrado em comunidades na sociedade de massa.

Sendo assim, os *fanzines* (*fanatic magazine*) constituem-se com um produto de sociabilidade tendo a necessidade de se trabalhar em coletividade, produzindo uma construção social de um determinado grupo que não se contenta em ser subjugado pela cultura de massa dentro das práticas comunicacionais. Ao

contrário do que se possa imaginar, os *fanzines* não são produtos feitos para fãs; e sim por fãs, exprimindo o âmago do movimento *DIY*, por meio da composição de colagens, xerox, ilustrações, códigos particulares, resenhas e comentários sobre uma determinada cena. Ou seja, o caráter informativo também é uma especificidade direta do *fanzine* que representa um espaço simbólico para trocas e práticas comunicacionais. Apesar de ter uma variedade de assuntos, normalmente o *fanzine* gira em torno de um tema.

Ocorre que na contemporaneidade os *fanzines* se aproximam muito mais de uma memória ou vivência nostálgica do que um instrumento de resistência e transgressão, considerando que a internet é hoje um território fértil para desaguar tanto o caráter informativo, quanto a sociabilidade que eram marcas fortes na composição de um *fanzine*. Ou seja, a essência da comunicação de fato não existe mais, bem como a sociabilidade foi atropelada pela internet, deixando como marca dos *zines*, a autenticidade de um determinado grupo. Seguindo por esse caminho, a proposta desse artigo é analisar a comunidade de 768 profissionais de comunicação do Grupo Mídia – RJ, que estão conectados 24 horas por meio do aplicativo *Whatsapp*.

Ainda que não seja plenamente considerado um *fanzine* (ou *e-fanzine/fanzine* eletrônico), seja por questões estéticas ou outros critérios, tem-se como suspeita que o grupo em questão guarda semelhanças e tem inspiração na origem da “produção zineira”, não só pelo caráter informativo, mas pela sociabilidade e por todos os membros de uma maneira geral serem fãs do jornalismo (eles estão conectados durante 24 horas), promovendo nesse ambiente digital práticas comunicacionais semelhantes entre si e que representam uma resistência. Apesar de muitos participantes terem vínculos com organizações comunicacionais, no ambiente digital eles não estão comprometidos com nenhuma instituição e não há, portanto, restrição de assuntos. Dessa forma, não são regidos por nenhuma norma e são livres para expor seus temas, questões, angústias etc. É preciso considerar ainda que não existe nenhum tipo de valor monetário envolvido na produção discursiva desse grupo. A atuação dos membros participantes dentro desse ambiente digital, não está na lógica da mídia tradicional de massa, fazendo com que eles criem um infinito saber sobre a prática jornalística, movidos unicamente pelo prazer da atividade, o que de certo modo enquadra esse participante como um fã incondicional.

3. O Grupo Mídia-RJ e as semelhanças com os *fanzines*

Ao considerar a notícia como um valor, tendo o jornalismo como produto que movimenta fãs e de certa forma, reforça o *ethos* da profissão, Zelizer (2000) defende que os profissionais fazem parte de uma “comunidade interpretativa”, bem próximo do que Traquina (2008) chamou de “tribo jornalística”, composta por jornalistas comprometidos com o coletivo pela maneira semelhante de ler o mundo, difundida muito mais por uma circulação proponente de uma realidade compartilhada, do que por códigos deontológicos da profissão. Dessa forma, a comunidade interpretativa pressupõe que os jornalistas não atuam individualmente, eles trabalham em grupo e ultrapassam os limites organizacionais das instituições em que são vinculados, ao incluírem na sua rotina profissional relações interpessoais que auxiliam na percepção de mundo e, consequentemente, na produção noticiosa.

Já de acordo com Breed (1993), dentro da redação de uma instituição comunicacional os profissionais comportam-se interiorizando a lógica das sanções normalizadoras, os sentimento de obrigação e de estima com os superiores, além da aspiração de mobilidade e o prazer da atividade jornalística. Como recorte para a análise empreendida aqui destaca-se “o prazer da atividade jornalística”, justificando a escolha do Grupo Mídia-RJ como objeto de estudo desse artigo e ampliando essa visão para o ambiente digital, enquadrando o profissional como um fã da atividade jornalística.

Tem-se como hipótese que o grupo, constituído por 768 profissionais de comunicação, representa a força da comunidade interpretativa dos jornalistas e tem inspiração na produção dos *zines*, na medida em que estão fora dos processos de rotina da mídia de massa e do ambiente da redação, já que os participantes não contam com nenhum retorno financeiro e têm como foco ser um canal informativo e de sociabilidade, além de possuírem códigos particulares para entendimentos específicos ao ocuparem ambientes digitais.

Para além do conceito de comunidade interpretativa dos jornalistas (ZELIZER, 2000), o grupo também admite outros agentes sociais nessa comunidade com visão de mundo semelhantes (cf. LEAL; JÁCOME, 2013). Assim, cinegrafistas, técnicos de som, estudantes de jornalismo, ganham adesão nessa rede de interlocução, promovendo um ambiente potencialmente propício para o exercício

das práticas comunicacionais tendo a sociabilidade, a informação e a resistência como destaques nesse espaço simbólico de trocas.

O grupo que já existe há dois anos, funciona 24 horas por dia e tem a moderação feita pelo jornalista Édison Corrêa.

Sou um profissional formado em universidade, pós-graduado e dedicado ao jornalismo há 23 anos, nas 24 horas do dia. Um viciado na palavra falada e escrita. Uma pessoa que gosta de ajudar o colega na obtenção de um personagem difícil para uma reportagem importante ou que consegue aquele contato especial que o outro profissional tanto almejava para fechar sua pauta. Temos duas listagens no grupo: de membros e um mailing de imprensa justamente para nos auxiliarmos mutuamente. Creio que o sucesso do MÍDIA-RJ se deve, basicamente, a estes fatores (CORRÊA, entrevista concedida à autora).

Os membros estão divididos em três espaços (Mídia RJ-1, Mídia RJ-2, Mídia RJ-3), devido a limitação de participantes permitida em cada grupo pelo aplicativo *Whatsapp*. No entanto, em todos os três ambientes, as informações consideradas relevantes são amplamente compartilhadas construindo uma visão de mundo.

O 1 é formado por profissionais que se conhecem mais intimamente, que já participam dos encontros pessoais. O 2 é integrado por profissionais que estão no mercado, na correria cotidiana. O 3 tem, em sua grande maioria, estudantes de jornalismo em busca de oportunidades profissionais e crescimento no setor. Porém, os três grupos são entrelaçados por profissionais de diversos nichos da comunicação. Toda informação importante postada em um dos três grupos é rapidamente disseminada nos outros dois (CORRÊA, entrevista concedida à autora).

Nota-se que o “Mídia RJ-3” é constituído basicamente de jovens. Por esse enquadramento, é válido recorrer às análises de Miller (2014) que de certa forma dialoga com a sociabilidade que as novas tecnologias trouxeram, sobretudo para investigar uma comunidade, que se relaciona diariamente por centenas de trocas de mensagens. Nos estudos sobre redes sociais, o antropólogo traz o conceito de “*scalable sociality*” (sociabilidade escalonada), que mapeia essas formas e níveis diferenciados de sociabilidade para as suas respectivas plataformas. Esse termo refere-se ao tempo que o indivíduo se dedica às redes sociais, no sentido do que escolher publicar e divulgar nesses meios. Por exemplo, normalmente as pessoas sentem-se mais à vontade de compartilhar informações privadas no *Whatsapp* para um grupo de familiares, do que no *Facebook*, pois, neste último, além de familiares, há colegas de trabalho, conhecidos, etc. Seria como determinar os níveis de privacidade e os conteúdos ideais para cada rede social, considerando que isso varia

de lugar para lugar e, ainda que seja no mesmo país, de grupo para grupo (classe social, nível escolar, idade, cidade x campo, etc.).

No caso do grupo analisado nesse artigo, esse uso também sofre alterações, pois o prazer da atividade profissional impulsiona a comunidade interpretativa a compartilhar as informações mais próximas possíveis (eles estão conectados 24 horas por dia), não interpretando o outro apenas como um colega de trabalho, mas aquele que faz parte de uma comunidade como um todo. Para o autor, a ideia de sociabilidade escalonada pode estar relacionada a várias outras dimensões, tais como o nível que as pessoas querem ou sentem que precisam para os tipos de sociabilidade disponibilizados pelas redes sociais.

Desde a manutenção de relacionamentos mais próximos a possibilidades de estabelecer relacionamentos com estranhos, as redes sociais podem ser vistas como uma forma de ‘scalable sociality’ (sociabilidade escalonada). Isso acontece por meio de adaptações a normais sociais a diferentes contextos, ou possibilitando a criação de novas formas de relações sociais inteiramente novas ao se explorar esse registro de graus de intimidade e distância (MILLER, p.127, 2014)

O conceito de sociabilidade escalonada possibilita o entendimento de como as redes sociais podem ser, simultaneamente, mais conservadoras e mais liberais do que a vida *off-line*.

De volta à análise do grupo, vale destacar que apesar da grande maioria dos participantes se conhecerem apenas pelo aplicativo *Whatsapp*, existem encontros presenciais mensais para a comemoração de aniversariantes como uma forma de reforçar o laço dessa comunidade interpretativa. Durante esses dois anos de existência, quatro casais de jornalistas assumiram compromissos com cônjuges, a partir da convivência diária e afinidades.

Desse modo, nota-se que o grupo traz no bojo semelhanças com a essência da criação dos *fanzines*, ao evidenciar uma forte crença na profissão de modo que “a notícia torna-se um valor” (cf. BREED, 1983). Admite-se ainda que o grupo Mídia-RJ dificilmente teria êxito na sua existência (e sobrevivência com 768 membros) se não fosse constituído em sua maioria por jornalistas.

Outro ponto que merece atenção é o que esse grupo de fãs jornalistas não possui comprometimento com a mídia de massa. Por esse motivo, tem liberdade de criação, bem como a essência da comunicação e informação, além da sociabilidade e o grupo de fãs de um determinado tema, no caso aqui, o jornalismo.

4. Considerações finais

A noção de comunidade interpretativa favorece trocas intersubjetivas sobre a percepção dos jornalistas da realidade social, tal como na produção dos *fanzines*, a circulação de informações ocorre de forma livre no modelo *DIY*. Se antes existiam colagens, gravuras, ilustrações xerox e uma série de elementos específicos que configuravam a existência dos *fanzines*, hoje os comentários e resenhas ainda permanecem, mas estão acompanhados por postagens de *emojis*, *prints*, fotos, vídeos, *GIFs* etc.

Em comum, vê-se um veículo informativo que mantém o hábito de promover a sociabilidade e representa resistência. E se antigamente a periodicidade era marcada por edições específicas, hoje, no caso desse grupo, só é possível ter publicações via *Whatsapp* de forma contínua e diária, produzindo um ininterrupto espiral jornalístico de fãs, que têm a notícia como o principal valor e que dessa maneira move a criação de uma construção coletiva.

Assim, a essência da produção do *fanzine* permanece de certa forma viva, não só na memória de um veículo que promoveu marcas significantes para a cultura juvenil nas práticas comunicacionais, mas reforça o olhar para a observação das potencialidades das novas tecnologias, que ora permeiam o campo comunicacional, reconfigurando modelos de interações entre os indivíduos.

Referências

BREED, W. **Controle social na redação: uma análise funcional**. In: TRAQUINA, N. (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.

DUNCOMBE, Stephen. **Community: the Zine Scene**. In: GELDER, Ken (ed.) *The subcultures reader*. London and New York: Routledge, 1997.

LEAL, B. S.; JÁCOME, P. **Outros agentes na comunidade interpretativa do jornalismo**. In: *Rumores*, São Paulo, v.7, n° 14, p. 45-61, 2013.

MILLER, D. **Photography in the age of snapchat**. In: *Anthropology & Photography*. n. 1. Royal Anthropology Institute, 2014.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo** – Volume I: porque as notícias são como são. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do jornalismo** – Volume II: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2008.

ZELIZER, B. **Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa.** In:
Revista de Comunicação e Linguagens. Lisboa: CECL, nº 27, p. 33-61, Fevereiro de
2000.

A cultura na capa dos diários maranhenses*

Thays Assunção Reis**

Resumo

O presente artigo verifica como a cultura é tematizada nas primeiras páginas de três periódicos maranhenses - *O Estado do Maranhão*, *O Imparcial* e *O Progresso* no período de março a abril de 2016. O estudo foi realizado a partir de um levantamento quantitativo em 164 edições dos impressos, e indicou que a produção cultural estampada nas capas é expressiva, principalmente, aos finais de semana e representada por meio de chamada com foto, chamada sem foto e manchete sem foto. Além disso, os principais temas encontrados foram música, televisão, cinema, teatro/dança, literatura e moda/comportamento relacionados a uma abordagem muito direcionada ao lazer/entretenimento.

Palavras-chave: Jornais; Cultura; Capa; Maranhão.

25. Notas iniciais

As capas representam um território nobre dos jornais impressos, pois sinalizam as prioridades dos editores e a abordagem dada à produção cultural de uma localidade. De acordo com Pontes e Silva (2008, p. 54), “nos jornais, as matérias de maior destaque em cada editoria ou as consideradas mais importantes de toda a edição estão na capa”.

Além disso, a presença de um determinado assunto na capa contribui para que ele seja mais facilmente agendado pelo público, já que as matérias publicadas na primeira página tendem a ser mais lidas do que aquelas que estão somente nas internas (McCombs, 2009).

Com base nestas perspectivas, este artigo investiga a presença da cultura nas capas de dois jornais de São Luís (MA) – *Estado do Maranhão*, *O Imparcial* – e um de Imperatriz (MA) – *O Progresso* nos meses de março e abril de 2016. Este período foi escolhido por ser um momento em que não há destaques ou centralidades temáticas no agendamento midiático – seja por férias ou datas festivas presentes no calendário cultural dos municípios que compõem o universo da pesquisa.

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narrativa e Discursos Midiáticos do XIV Poscom PUC-Rio, de 21 a 24 novembro de 2017.

** Doutoranda em Comunicação Social – UERJ. Mestre em Jornalismo – UEPG. E-mail: thays.jornalista@gmail.com.

O levantamento foi desenvolvido a partir da identificação dos temas e formatos das matérias de cultura publicadas nas capas dos impressos com o intuito de oferecer um retrato, ainda que parcial, das escolhas editoriais que regem hoje a cobertura de cultura no Maranhão, de modo a entender os pontos de interesse da produção jornalística especializada em cultura regional.

26. Uma viagem em torno do conceito de cultura

Definir o termo “cultura” não é uma tarefa das mais fáceis, pois ele envolve uma variedade de conceitos. No entanto, considera-se importante delimitar neste estudo o que se entende por cultura, com base em um pequeno panorama sobre as concepções do objeto em pauta.

Conforme Eagleton (2005), o conceito de cultura, do ponto de vista etimológico, surge relacionado ao trabalho e agricultura, colheita e cultivo. “[...] é um conceito derivado de natureza. Um de seus significados originais é “lavoura” ou “cultivo agrícola” (EAGLETON, 2005, p. 09).

A partir do século XVIII, o conceito de cultura passa a ser associado à “civilização”, no sentido de um progresso intelectual, espiritual e material (WILLIAMS, 1992). É nesse momento que ocorre a consolidação do uso figurado de cultura nos meios intelectuais e artísticos. Cultura passa então a denominar os meios através do qual se dá o cultivo da mente.

Somente a partir do século XIX, o significado de cultura começa a migrar para o campo da antropologia, associado ao modo de vida dos povos. Suge então uma das primeiras definições formais de cultura produzida pelo antropólogo britânico Edward Burnett Tylor, na obra *Primitive Culture* (1871). Na visão do autor,

cultura e civilização, tomadas em seu sentido etnológico mais vasto, são um conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e as outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade (TYLOR, 1871, p.1 *apud* CUCHE, 1999, p. 35).

Esta concepção rompe com a perspectiva de que a cultura está associada a um progresso intelectual, espiritual e material comum. Dessa forma, a cultura passa a ser entendida como um “um modo de vida global e característico” (WILLIAMS, 1992, p. 11) e o plural “culturas” passa a ser utilizado nas pesquisas.

No entanto, esse conceito, segundo Vicente (2014), ainda associava a cultura à ideia de progresso no sentido de um estado mental desenvolvido a elementos presentes na civilização ocidental e particularmente na cultura da elite. A ausência destes elementos era o suficiente para identificar um sujeito ou um povo como primitivo.

A partir do século XX, a antropologia política e a antropologia social começaram a criticar e operar a desconstrução desta concepção elitista e etnocêntrica da cultura. É neste período que Franz Boas propõe o conceito de relativismo cultural, ou seja, o estudo das culturas sem compará-las prematuramente a outras. Conforme o pesquisador, “cada cultura representava uma totalidade singular e todo o seu esforço consistia em pesquisar o que fazia sua unidade” (CUCHE, 1999, p. 45).

Com o advento dos Estudos Culturais, em meados do século XX, a palavra “cultura” adquire uma nova leitura. Segundo Raymond Williams (1992), figura fundamental na estruturação dessa área de investigação, a cultura é um sistema significante através do qual uma ordem social é comunicada, reproduzida, vivida e explorada. Assim, ela permite a compreensão das atitudes humanas ao longo da história, pois ela é responsável pelas coordenadas da ação social e da atividade produtiva em uma sociedade.

Discípulo de Raymond Williams, Eagleton (2005) concorda com o pensador ao conceber a cultura como uma construção histórica, que emerge e se compromete com a referência de tempo da sua produção. “A cultura não é alguma vaga fantasia de satisfação, mas um conjunto de potenciais produzidos pela história e que trabalham subversivamente dentro dela” (EAGLETON, 2005, p. 38-39).

Cuche (1999) também reconhece o caráter ativo da cultura e a define “como um conjunto dinâmico, mais ou menos homogêneo. Os elementos que compõem uma cultura não são jamais integrados uns aos outros, pois provêm de fontes diversas no espaço e no tempo” (CUCHE, 1999, p. 140). Desse modo, a cultura não é, portanto, algo engessado, fechado, mas uma produção “manipulável” pelos indivíduos.

O conceito de cultura é intimamente ligado ao conceito de identidade. Stuart Hall (1999), também filiado aos Estudos Culturais, acredita que a construção da identidade dos sujeitos é um processo dinâmico e influenciado constantemente pela cultura. Uma identidade é “transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 1999, p. 13).

Associada ao aspecto da identidade, a hibridização cultural – entendida como processo de ‘trocas culturais’ - é outra característica que perpassa a noção de cultura dos dias atuais. Para Eagleton (2005, p. 28-29) “todas as culturas estão envolvidas umas com as outras; nenhuma é isolada e pura, todas são híbridas, heterogêneas, extraordinariamente diferenciadas e não monolíticas”.

Todavia, para Jean-Pierre Warnier (2000) defende que as culturas híbridas sempre existiram na história da humanidade, mas o processo tornou-se diferente com o advento das máquinas para fabricação de produtos culturais e meios de difusão de grande potência. De posse dessa tecnologia, os países considerados mais “desenvolvidos” começaram “a jogar no mundo inteiro, em massa, os elementos de sua própria cultura ou da cultura dos outros” (WARNIER, 2000, p. 26).

Ao discutir o conceito de cultura pela perspectiva estruturalista de Pierre Bourdieu, a noção de *habitus* se torna uma referência importante para a pesquisa, pois fornece pensar a cultura como uma produção simbólica, socialmente valorizada e ligada ao domínio das artes e letras.

Para o autor, o *habitus* funcionaria como um princípio gerador de práticas distintas e distintivas; por exemplo, a escolha de um filme por um professor, e a maneira de assisti-lo, é diferente da opção e do consumo de um zelador de escola. Portanto, pode-se dizer que o *habitus* está diretamente associado às expressões e escolhas de produtos/serviços culturais dos atores sociais.

Ao mesmo tempo, o *habitus* atua como um aspecto unificador de uma classe ou grupo social em relação a outros atores que não comungam de iguais dispositivos sociais. É por isso que Bourdieu (1990) considera o *habitus* como uma espécie de memória coletiva materializada que, de certo modo, garante sua (auto) reprodução às gerações futuras.

O *habitus*, que é o princípio gerador de respostas mais ou menos adaptadas às exigências de um campo, é produto de toda a história individual, bem como, através das experiências formadoras de primeira infância, de toda a história coletiva da família e da classe (BOURDIEU, 1990, p. 131).

O *habitus* pode ser entendido como esquemas classificatórios, princípio de visão e divisão de gostos diferentes. Isso significa que os indivíduos, através do *habitus*, conseguem formar sentidos de valoração e diferenciação estética e empregá-los a determinados produtos (chapéus, batons, óculos, celulares, livros, filmes, músicas etc.)

construindo assim seus respectivos gostos culturais. Há que se considerar que o *habitus* relaciona-se diretamente com algum campo social. Dessa maneira, quando um sujeito está inserido em um determinado campo, ele aprende a agir e reagir segundo as regras e mecanismos próprios daquele espaço. Portanto, cada campo constrói um esquema de socialização para seus sujeitos operarem.

Em conformidade com esta perspectiva, o presente estudo entende a cultura “como campo em disputa, marcado pelas mais diversas formas de expressão e materialidades” (GADINI, 2009, p.36). Dessa maneira, pode-se afirmar que o fazer jornalístico dos diários maranhenses participa da instituição cotidiana do campo cultural ao agendar e silenciar produtos e discursos culturais.

27. O Estado do Maranhão

O jornal *O Estado do Maranhão* começa a circular no território maranhense em 1959, com o nome de *Jornal do Dia*. Nesse período, a equipe do impresso é formada por Arimathéia Athayde (direção), Renato Carvalho (gerência) e José Bento Neves (secretário).

A mudança de nome para *O Estado do Maranhão* ocorre apenas em 1973, quando o então governador José Sarney e o poeta Bandeira Tribuzi assumem a direção do veículo. Segundo Figueiredo (2009), a alteração do nome coincide com a primeira reforma gráfica e editorial do periódico, produzida pela introdução das rotativas *off-set* e do sistema de composição eletrônica. “Antes, o processo quase artesanal dominava a confecção do jornal e a impressão era feita com placas de chumbo quente, nas quais as páginas eram montadas vagarosamente” (FIGUEIREDO, 2009, p. 09).

O jornal é um dos precursores do Norte-Nordeste na impressão colorida, antes restrita apenas à capa das edições de domingo; é também um dos primeiros periódicos maranhenses a implantar a organização por editorias. Atualmente, *O Estado* pertence ao Grupo Mirante de Comunicação e conta com uma tiragem média de 10 mil exemplares diários (16 mil aos domingos). O impresso é distribuído em 130 cidades do interior do estado.

Figura 01 - Capa do jornal *O Estado do Maranhão*



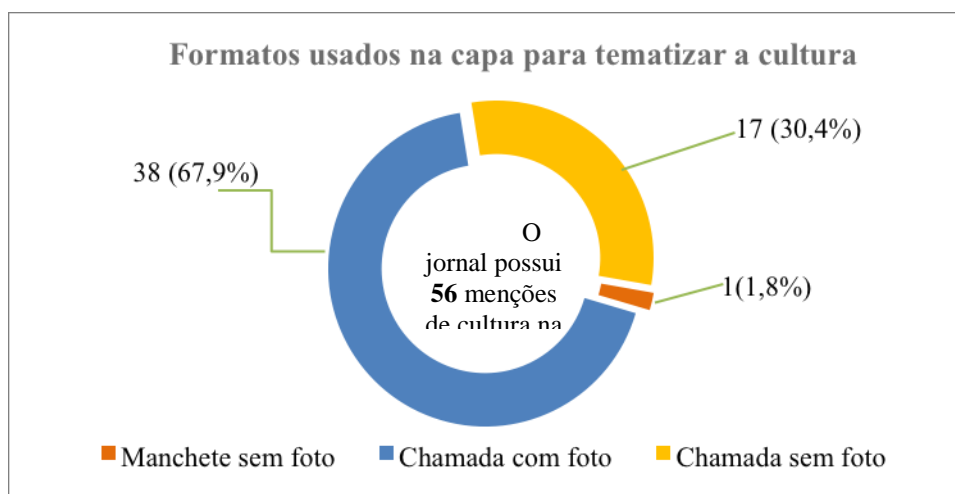
Fonte: Site Imirante. Acessado em: 10 de maio de 2016

Com uma média de 49 páginas de segunda a sexta-feira e 87 páginas aos finais de semana em formato *standard*, *O Estado do Maranhão* conta com 10 editorias ('Opinião', 'Política', 'Cidades', 'Esportes', 'Geral', 'O Mundo', 'Polícia', 'Economia', 'Alternativo', 'Vida') distribuídas em três cadernos diários; uma coluna de turismo ('Passaporte'); duas páginas especiais ('Dom' e 'A gente conta'); dois suplementos ('PH Revista' e 'Revista da TV') e um caderno de classificados ('Classificação').

O levantamento quantitativo realizado nas 53 edições do jornal *O Estado do Maranhão* indica a presença de 56 entradas de cultura na capa do impresso, sendo 31 (55,4%) em março e 25 (44,6%) em abril de 2016. Essas informações mostram que o setor aparece mais de uma vez em uma mesma edição da capa. Geralmente isso ocorre na edição de sábado e domingo quando se publica os suplementos.

O gráfico a seguir mostra que os formatos usados pelo *O Estado* para apresentar a cultura na capa foram: manchete sem foto (1); chamada com foto (38) e chamada sem foto (17). Nota-se que o diário privilegia, na maioria dos casos, um formato com visibilidade – chamada com foto – para tratar das notícias do campo cultural.

Gráfico 1 – Formatos encontrados na capa do jornal *O Estado*



Fonte: A autora (2017)

Quanto à tematização da cultura na capa, nota-se que a frequência de música (10) e televisão (10) é a maior na primeira página do diário. Em seguida, encontram-se ocorrências de teatro/dança (8); cinema (6); moda/comportamento (6); outro (6); literatura (5); patrimônio natural/turismo (2); patrimônio cultural (1); políticas culturais (1) e artes visuais (1).

Os assuntos relacionados à música, em sua maioria, tratam de shows e festas nas casas noturnas da capital maranhense. Cita-se como exemplo a chamada “Luan e Forró Estilizado apresenta-se hoje em São Luís” (edição de 20/04/2016). Além desses, é possível visualizar na capa do impresso destaques para entrevistas com músicos e lançamentos de CDs.

As ocorrências sobre televisão referem-se, majoritariamente, às telenovelas, como mostra o caso “Velho Chico estreia amanhã com Rodrigo Santoro” (edição de 12 e 13/03/2016). As chamadas são encontradas na edição do fim de semana quando circula o suplemento televisivo do impresso. Os casos da categoria “outro” correspondem, em boa parte, a ocorrências direcionadas para o suplemento de colunismo social ‘PH Revista’. Dois exemplos desse caso são: “Maria Eduarda Guimarães, debut em grande estilo” (edição de 26 e 27/03/2016) e “Belo casamento de Camila e Márcio Sekeff” (edição de 23 e 24/04/2016).

Observa-se ainda que a cultura agendada nas primeiras páginas reflete um caráter de oficialidade dos espaços (casas noturnas, bares, teatros, centros de arte, escolas, universidades, academias de letras, shoppings, galerias, etc.) e dos atores sociais (poderes públicos, artistas ou produtores, empreendimentos privados). Isso

faz com que os projetos, mobilizações e atividades que estão inseridos em circuito cultural mais alternativo e popular sejam silenciados na .

28. O Imparcial

Fundado em 1926 por José Pires Ferreira, o jornal *O Imparcial* apresenta uma nova forma de fazer jornalismo para a época, caracterizada pela “imparcialidade” na apuração das informações. Segundo Souza et al (2006, p. 06), o jornal “não pretendia defender posições ideológicas de determinados grupos políticos ou empresariais, separava notícia de opinião”.

Em 1944, *O Imparcial* é adquirido por Assis Chateaubriand e passa a integrar o Grupo dos Diários Associados¹³, vinculação que permanece até hoje. Além deste impresso, o grupo possui no Maranhão o *Aqui-MA* (periódico de cunho mais popular), o portal de notícias *O Imparcial* e a *TV Imparcial*, presente no site, YouTube e redes sociais do veículo.

Distribuído em 82 municípios do Maranhão, *O Imparcial* adota o formato *standard*, com uma média de 12 a 20 páginas de segunda-feira a sábado e 50 aos domingos. O jornal circula com uma média de 8 mil unidades na semana e 11 mil aos domingos e possui oito editorias (‘Política’, ‘Opinião’, ‘Geral’, ‘Negócios’, ‘Urbano’, Polícia, ‘Super Esportes’, ‘Impar’) distribuídas em dois cadernos, duas colunas (‘Pdv’ e ‘Giro’), três suplementos (‘Elite’, ‘TV+’, ‘Tudo’) e um caderno de classificados (‘Classificados Tem’).

¹³ O grupo é constituído de 50 veículos de comunicação entre jornais, emissoras de televisão, revista, rádios e portais na internet presentes em diversos estados do país. Informação obtida do site <http://www.diariosassociados.com.br>.

Figura 2 – Capa do Jornal *O Imparcial*

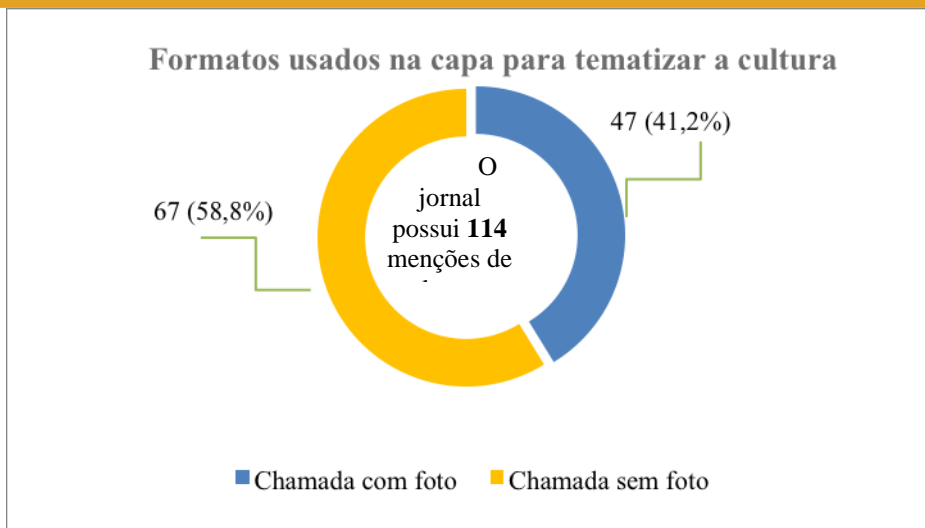


Fonte: Site O Imparcial. Acessado em: 10 de maio de 2016

O jornal *O Imparcial*, ao longo das 61 edições consultadas neste estudo, tematiza 114 vezes a cultura na capa. Foram 44 (38,6%) chamadas no mês de março e 70 (61,4%) em abril de 2016. A explicação para esses dados é que o jornal publica todos os dias da semana ao menos um destaque de cultura na capa, chegando a quatro aos domingos, devido à circulação de seus três suplementos. Dessa forma, nota-se que a cultura possui uma alta visibilidade na primeira página do diário.

Em seguida, os números revelam a presença apenas de dois formatos empregados pelo *O Imparcial* para pautar a cultura na capa. O primeiro é a chamada sem foto, com 67 casos (equivalente a 58,8%) e o segundo é a chamada com foto, utilizada em 47 ocorrências (equivalente a 41,2%). A partir deste índice é possível inferir que a presença da cultura na primeira página não é muito atrativa, pois não apresenta acompanhamento de fotos na maioria dos casos.

Gráfico 2 – Formatos encontrados na capa do jornal *O Imparcial*



Fonte: A autora (2017)

Além destas informações, verifica-se os temas culturais priorizados na capa do diário. O levantamento mostra que música, com 36 ocorrências, é hoje o assunto preferido pelo *O Imparcial*. Logo depois vem o cinema (16), teatro/dança (13), televisão (12), literatura (9), moda/comportamento (8), gastronomia (5), outro (5), patrimônio cultural (2), patrimônio natural/turismo (2), tradições/cultura popular (2). Com base nessas informações é possível entender que, juntamente com as artes tradicionais, há a incorporação da lógica de variedades na produção jornalística voltada para a cultura, bem como, o aparecimento de outras áreas de expressão.

Os temas classificados na investigação como “outro” dizem respeito às chamadas para o caderno ‘Elite’ e matérias específicas de datas comemorativas ou de cunho político. “Elas são artistas” (edição de 08/03/2016) e “Artistas contra o impeachment” (edição de 31/03/2016) são os casos de chamadas identificadas como “outro”.

Com relação às matérias de capa sobre música, elas estão ancoradas na agenda de eventos da capital. Cita-se como exemplo: “Música alternativa no Baile do Pierrot” (edição de 03/03/2016) e “Cantora Anitta agita feriado de Tiradentes em São Luís” (edição de 21/04/2016). Já as pautas de cinema são mais direcionadas ao mercado, como é o caso de “Comercial do filme Capitão América - Guerra Civil” (edição de 27/04/2016).

29. O Progresso

Intitulado como um jornal de expressão regional, *O Progresso* é o impresso mais antigo em circulação de Imperatriz, fundado em 3 de maio de 1970 pelo

empresário gráfico José Matos Vieira e pelo jornalista Jurivê de Macedo. Posteriormente, o veículo é vendido e passa a ser administrado por vários proprietários. Hoje tem como diretor Sergio Godinho e conta com uma equipe de reportagem formada por quatro profissionais: o editor-chefe, Coriolano Miranda Rocha Filho, o repórter especializado na editoria de Polícia e Esporte, Dema de Oliveira, o repórter e colunista, William Marinho e o repórter Hemerson Pinto. Ainda, o impresso conta com três diagramadores, uma revisora, dois colunistas sociais e outros colaboradores.

O jornal circula em Imperatriz e municípios do oeste do Maranhão, além de cidades do sul do Pará e do norte do Tocantins, mais precisamente da região do Bico do Papagaio¹⁴. *O Progresso* é diário, mas não circula as segundas-feiras. É formado por 16 páginas divididas em dois cadernos e oito editorias: ‘Política’, ‘Polícia’, ‘Cidade’, ‘Regional’, ‘Esporte’, ‘Geral’, ‘Justiça’ e ‘Tocantins’. Na edição de final de semana, o impresso chega a possuir 30 páginas devido à presença do suplemento ‘Extra’ e do ‘Caderno de Domingo’. A tiragem do impresso é de 4.500 mil exemplares de segunda-feira a domingo.

Figura 03 – Capa do jornal O Progresso



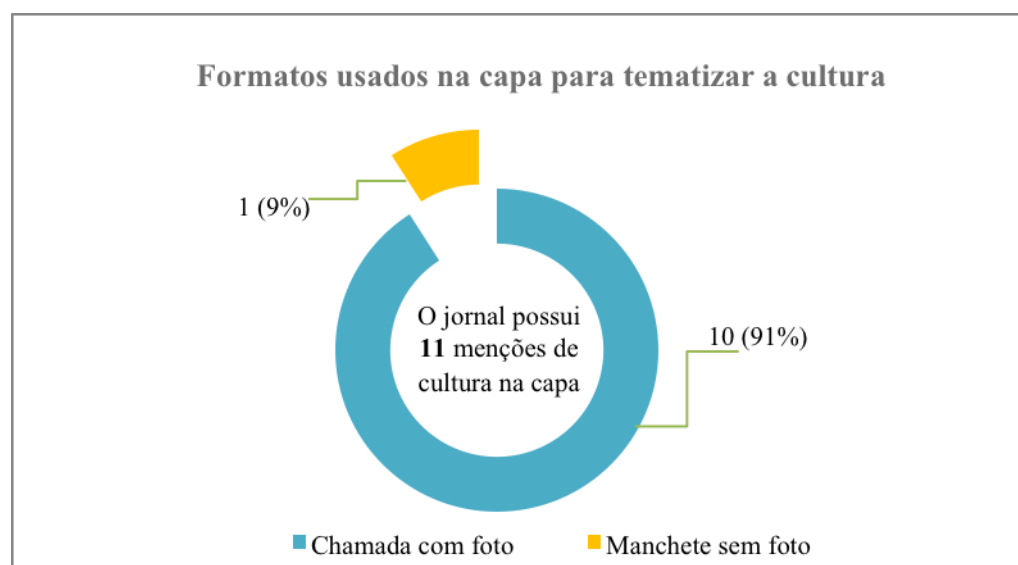
Fonte: Site do O Progresso. Acessado em 02 de novembro de 2016

¹⁴ Microrregião do estado do Tocantins composta por 25 municípios.

O ‘Extra’ é um suplemento literário produzido pela Academia Imperatrizense de Letras (AIL). Ele foi criado em 2001 pelo jornalista Edmilson Sanches, e é composto por quatro páginas dedicadas à divulgação da produção literária dos escritores e das atividades da entidade. O ‘Caderno de Domingo’ é a publicação do jornal responsável por oferecer material sobre telenovelas, caça-palavras, horóscopo, cruzadas, receitas, dicas de livros, filmes, CDs e DVDs. Ele possui 12 páginas e costuma ainda publicar notícias sobre as celebridades e programação da TV fechada.

Nas 50 edições investigadas do jornal *O Progresso* verificou-se uma baixa frequência da cultura na capa. Foram localizadas apenas 11 chamadas na primeira página do periódico. O primeiro mês (março de 2016) teve três ocorrências, sendo estas representadas, exclusivamente, pela imagem do caderno de domingo. E o segundo mês (abril de 2016) contabilizou oito ocorrências de cultura.

Gráfico 03 – Formatos encontrados na capa do jornal *O Progresso*



Fonte: A autora (2017)

Com relação aos tipos de formatos de capa, os dados revelam a existência de 10 chamadas com fotos e uma manchete sem foto. Em seguida, verifica-se que a televisão, com sete inserções, é o setor frequentemente tematizado na capa do diário. Talvez porque o caderno de domingo – suplemento televisivo – seja uma das principais chamadas da primeira página. Depois, há inserções de literatura (1), música (1) e (1) teatro/dança.

A matéria de literatura diz respeito à reunião na Academia Imperatrizense de Letras para escolha da obra merecedora do prêmio literário AIL 2016. A matéria é

uma produção do jornalista Domingos Cezar, um dos principais colaboradores do jornal. O texto de música trata das inscrições no Festival Palco das Canções do Brasil, e a publicação de teatro/dança, que inclusive é manchete de capa do impresso, aborda a seleção de alunos pela escola Bolshoi Brasil em Imperatriz.

Considerações Finais

A partir da investigação realizada verificou-se 181 ocorrências na capa dos jornais *O Estado*, *O Imparcial* e *O Progresso* nos meses de março e abril de 2016. Deste número, *O Imparcial* é o que mais tematiza a cultura na capa, com 114 (63%) casos. Em segundo lugar aparece o jornal *O Estado*, com 56 (30,9%) ocorrências, seguido pelo *Progresso*, com 11 (6,1%).

Com relação aos formatos de capa, percebeu-se que a chamada com foto, chamada sem foto e manchete sem foto são as escolhas mais usuais dos veículos para tratar da produção cultural nas primeiras páginas. Observa-se ainda que a cultura ganha um maior destaque nas capas aos finais de semana, quando saem os suplementos e cadernos dos impressos.

Já os temas mais frequentes nas publicações maranhenses são música, televisão, cinema, teatro/dança, literatura e moda/comportamento. Há destaque constante nas capas para os shows, festas, entrevistas com músicos, lançamentos de CDs e DVDs, projetos e festivais de cinema, além das estreias de filmes em cartaz em níveis nacional e internacional. As produções televisivas (novelas, programas da TV aberta, séries, filmes ou informações dos artistas) também ocupam expressivo nas primeiras páginas dos periódicos.

Por outro lado, a cultura popular, segmento que diariamente movimenta a cena cultural do Maranhão, não apareceu nas primeiras páginas dos periódicos. Acredita-se que as manifestações populares ganham destaque nas capas somente no mês de maio, que antecede o São João, e em junho, quando acontecem os arraiais em todo estado.

Importante, enfim, considerar que a produção cultural estampada nas capas dos diários maranhenses está relacionada à abordagem e aos ganchos das matérias direcionadas para a tematização e o agendamento de atividades, eventos e programas de lazer/entretenimento do público.

Referências

- BOURDIEU, Pierre. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.
- EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: UNESP, 2005.
- FIGUEIREDO, Selma. **O Estado: 50 anos**. São Luís: Gráfica Escolar, 2009.
- GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009 – Coleção Comunicação.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3º ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- PONTES, Felipe S; SILVA, Gislene. **Mídia Noticiosa como Material de Pesquisa: recursos para o estudo de produtos jornalísticos**. In: BOURGUIGNON, Jussara A; OLIVEIRA JR, Constantino R (orgs). **Pesquisa em Ciências Sociais**. Interfaces, Debates e Metodologias. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2012, p; 49-77.
- SOUZA, Débora Andréa; SILVA, Hugo Leonardo Viegas; SOUSA, Marcela Coelho de; GONÇALVES, Yuri Augusto Santos. **O Imparcial: histórico e consolidação dos diários associados no Maranhão**. Monografia (Graduação em Comunicação). – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2006.
- WAINER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru: EDUSC, 2000.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Tradução de Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- VICENTE, Wilq. **Cultura como prática social e política**. In: II Encontro Nacional de Pesquisa em Cultura, Rio de Janeiro, 2014. **Anais...** II Encontro Nacional de Pesquisa em Cultura, 2014, p.1-8.

SOMOSTODOSMAJU

Uma análise sobre a apropriação da agenda racial pela mídia hegemônica, através do Jornal Nacional *

Wagner dos Santos Dornelles

Paolla de Santa Anna Moura**

Resumo

Em 30 de junho de 2015, a jornalista Maria Julia Coutinho recebeu uma série de comentários racistas no Facebook, alguns meses após assumir o posto de garota do tempo no Jornal Nacional. O evento em questão resultou num posicionamento formal do JN em repúdio aos ataques, além de ter gerado uma série de reações em diferentes frentes, a partir dos engajamentos em redes sociais com o uso da hashtag #somostodosmaju. As ações posteriores refletiram uma série de tensões que circundam as pautas de diferentes movimentos sociais no que tange a ideia de representatividade, principalmente na TV. O artigo pretende apresentar possíveis linhas de leitura sobre o evento em questão, tendo como base pontos levantados por diferentes teóricos e suas críticas, além de questões relacionadas à legitimidade da televisão enquanto veículo de comunicação de massa e terreno de disputas.

Palavras chave: Telejornalismo, Transmediação, Cultura, Identidade, Representação

1. Introdução

Debates relacionados às minorias representativas tem sido pauta recorrente em diversas frentes, inclusive no conteúdo oferecido por grandes conglomerados midiáticos, que atualmente tem levantado as bandeiras de respeito às diferenças. Algo que já ocorre na academia há alguns anos, principalmente após a popularização dos Estudos Culturais. Neste contexto, a TV, historicamente condicionada ao discurso hegemônico pós-colonial, teve que se reinventar. De um lado, cedendo espaços para raças diferentes daquelas que ocupam as posições de poder na sociedade e por outro, controlando este processo de forma tal que não gere a perda da audiência mais conservadora e, conseqüentemente, da receita. Todas estas tensões ficaram mais latentes com o advento da internet e das redes sociais. Se antes, o desconforto gerado por uma dada representação midiática ficava restrita às cartas e manifestações nos SACs das

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos do XIV Poscom PUC-Rio, de 21 a 24 novembro de 2017.

** Mestrandos em Cultura e Territorialidades – UFF. E-mail: wsdornelles@gmail.com e paollamoura@gmail.com.

produtoras destes conteúdos, hoje, Facebook, Twitter entre várias plataformas, garantem a circularidade dos temas, em ações que podem alavancar ou até mesmo destruir empreitadas dos conglomerados midiáticos. Grupos minoritários têm aproveitado as redes sociais para trazer à tona pautas antes restritas às militâncias. Isto tem gerado a ampliação do alcance dos debates e embates contra o discurso hegemônico constituído.

Por outro lado, nem sempre há a ruptura entre movimentos sociais e grupos midiáticos. Muitas vezes, trilha-se o caminho oposto em que a mídia hegemônica cria terreno para o debate de dadas temáticas, abrindo, inclusive, espaço para o entendimento e a crítica de processos de preconceito.

O presente artigo pretende analisar parte da constituição histórica e os desdobramentos gerados pelos ataques à jornalista Maria Julia Coutinho, após sua entrada no Jornal Nacional em 2014, à luz de autores como Bruno Latour, Agnes Heller, , Barbie Zelizer e Roland Barthes, entre outros.

O caso Maju

Antes de detalhar o evento, há de se ter em mente a construção racial do Jornal Nacional durante os anos. Criado em 1 de setembro de 1969, em meio à ditadura militar, o JN tem sua história marcada pela representatividade quase nula de grupos minoritários. Um exemplo foi o fato de, somente em 1992, uma mulher¹ ter assumido a bancada do periódico. Dez anos mais tarde, em 2002, Heraldo Pereira², que é negro, foi escalado como apresentador eventual, ou seja, tendo sua presença na bancada restrita a feriados, fins de semana e cobertura de férias dos jornalistas principais. Em dezembro de 2014, tivemos a primeira mulher negra a ter uma função fixa no JN. Maria Júlia Coutinho assumiu o posto de garota do tempo. A entrada da jornalista atendeu à necessidade de maior dinamismo, estreitando a relação com os espectadores, a partir de uma abordagem que priorizava a interação direta com a bancada, algo novo no jornal.

Em junho do ano seguinte, a jornalista foi alvo de comentários racistas na internet. A partir disso, Maju foi o centro de um amplo debate sobre questões raciais na emissora, que além do JN, ocupou parte da grade com o assunto tendo reflexos em vários programas e motivando uma grande mobilização na internet através do uso da hashtag #somostodosmaju. Num vídeo³ divulgado nas redes sociais, William Bonner, Renata Vasconcelos e demais membros da equipe do JN apresentaram sua solidariedade à colega de trabalho e repudiaram atos de racismo. Além disso, o ataque foi pauta do próprio jornal⁴, no dia 3/7/2015 em que a ação das autoridades virou notícia, tendo

espaço, inclusive, para que a própria Maria Júlia Coutinho falasse suas opiniões acerca dos ataques sofridos. O assunto repercutiu nas redes gerando uma série de manifestações de apoio. Posteriormente, a jornalista recebeu novos ataques e fez uma postagem em resposta, na qual dizia simplesmente “beijinho no ombro”.

Figura 1. Ataques no Facebook do JN



Fonte: Favela Potente⁵ acessado em 27/08/2017

Além da manifestação pública de toda a equipe do JN, também houve uma ação conduzida pela ONG Crioula em torno do tema. Na iniciativa, foram feitos outdoors com as postagens racistas feitas. A divulgação levou em conta a região onde os agressores residiam e a publicidade foi instalada nesses locais. Meses depois, a ONG seguiu com a campanha e apresentou vídeos com diálogos entre agressores e vítimas de racismo.

Apesar de Maju Coutinho ter sido a primeira mulher negra a assumir oficialmente uma posição fixa na frente das câmeras do JN, a rede Globo de Televisão já havia feito algumas investidas que esbarravam nas questões de raça e gênero. Um exemplo foi a entrada de Glória Maria como apresentadora do Fantástico, em 1998. A jornalista permaneceu na função por quase 10 anos, tendo sofrido inúmeros ataques racistas, conforme narrou em entrevista ao portal Geledés:

Sofri durante 10 anos com ataques racistas (...) Essa é a prova do que eu sempre disse, que o racismo nunca vai acabar. O que ela (Maria Júlia Coutinho) está passando hoje, eu

vivi no Fantástico. Recebia os comentários por cartas e, depois, por e-mails. Não era uma declaração pública e vinha diretamente a mim, atingia a minha alma e meu coração. Hoje atinge o Brasil. A diferença é essa. Eu tinha que aguentar o tranco sozinha. Isso que ela está vivendo é a normalidade do brasileiro. Mas nunca fraquejei, nunca desisti’, acrescentou Glória⁶.

Obviamente, tendo como base estes episódios, uma questão se impõe: se antes, havia uma série de diretrizes e protocolos para garantir o protagonismo da notícia, hoje, há condições que cortam o convívio social e perpassam todo o entorno, principalmente após a construção da imagem dos jornalistas através das redes sociais, algo que além de garantir a circularidade dos assuntos, também impacta em questões como a apresentação, a escolha dos profissionais e, principalmente, o tratamento das notícias.

Jornalistas como William Bonner, Evaristo Costa, Flávio Fachel, Silvana Ramiro e a própria Maria Júlia Coutinho, utilizam suas redes para criar uma interação maior com o público, gerando assim, além de uma imagem cristalizada na TV, uma nova personificação pela internet. As notícias, muitas vezes, são o mote para incitar um dado posicionamento ou gerar a divulgação da edição do periódico. Assim, através da internet cria-se uma certa fidelização da audiência. Fernanda Gentil, por exemplo, combina com os internautas sinais que serão utilizados frente às câmeras durante a apresentação do Esporte Espetacular.

Esses fatores são fundamentais para se pensar a questão da representatividade no contexto atual, já que impactam diretamente na visibilidade e, ainda, no debate sobre a posição social do jornalismo. Obviamente, a questão da representatividade não é algo exclusivo deste campo. Em novelas, por exemplo, a primeira protagonista negra da rede Globo foi Thaís Araújo, em “Da Cor do Pecado”, exibida entre 2003 e 2004. Antes disso, o último astro negro, esteve em *A cabana do pai Tomás*⁷, exibida nos anos de 1969 e 1970, mas com um grande detalhe: o folhetim apresentava como protagonista Sérgio Cardoso, que era branco. Algo que pode ser entendido a partir do texto disponibilizado no site memória da TV Globo:

A agência de publicidade Colgate-Palmolive, responsável pelo patrocínio das novelas na década de 1960 no Brasil, influenciou diretamente na escolha do ator para o papel principal. A filial norte-americana da agência escolheu o ator Sérgio Cardoso para interpretar o escravo Tomás.

Para viver um negro, Sérgio Cardoso pintava o rosto e o corpo de preto, usava peruca e punha rolas no nariz. A técnica, conhecida como blackface, havia sido utilizada no início do cinema americano.

Gerou controvérsia a escalção de Sérgio Cardoso, um ator branco, para interpretar um negro. Plínio Marcos chegou a comandar uma série de manifestações de repúdio à decisão através da sua coluna diária Navalha na Carne, publicada no jornal Última Hora de São Paulo⁸

Cabe dizer que a TV Globo se exime da responsabilidade sobre o caso, culpando os anunciantes no processo. Além deste pequeno panorama de raça na TV, deve se ter em mente o próprio debate racial no Brasil, seus contornos e tensões. Nesta agenda, acumulam-se estruturas cristalizadas e até científicas de preconceito, algumas que circulam ainda hoje no corpo social brasileiro. Antes disso, deve-se entender a posição da TV e do jornalismo na sociedade.

Jornalismo, Legitimidade e Poder

Tendo em vista o amplo período embranquecido do JN, há de se pensar nos fatores que culminaram na mudança de postura do jornal nos últimos anos. Se por um lado, o dinamismo atende à fluidez de uma geração condicionada a participação direta, por outro existe uma série de fatores que dialogam com o contexto atual, reconfigurando alguns pilares históricos do jornalismo, entre eles as ideias de autoridade e legitimidade. Apesar do caso “Maju” ser diretamente ligado à rotina do JN, a tratativa e as notícias foram feitas em diversos suportes e plataformas. Antes de avançar, faz-se necessário retornar a conceitos básicos: “Criar jornais é encontrar uma forma de elevar a uma alta potência o interesse que grupos têm de afirmar suas opiniões e informações”, (MARCONDES FILHO, 2009:75). Fazendo novamente o paralelo entre Glória Maria e Maria Júlia, percebe-se que houve uma mudança na postura da Rede Globo ao tratar casos de racismo. Cabe-nos pensar se tal fato atende à compreensão de um discurso inclusivo por questões sociais ou mercadológicas, já que o caso gerou uma série de mudanças posturais na emissora.

Nesse contexto, vale relembrar que houve uma mudança significativa entre os consumidores da TV aberta nos últimos 5 anos. De acordo com números divulgados pela ANCINE:

A participação da tevê aberta no setor audiovisual encolheu de 63,7% para 41,5% — uma retração de mais 20 pontos percentuais. Isso significa que a renda gerada pelas emissoras exibidas de forma gratuita diminuiu mais de 30%. O estudo fez um recorte entre os anos 2007 e 2014, quando os serviços de streaming ainda não estavam tão populares quanto hoje. Vale, então, concluir que os números que atestam uma preocupante crise na tevê aberta poderiam ser piores. Um dos maiores analistas da tevê brasileira, o jornalista Maurício Stycer, blogueiro do site Uol e autor do livro Adeus, controle remoto (que será lançado na Bienal do Livro de Brasília no próximo dia 27)

acredita que o aumento da oferta de meios para consumir audiovisual somada a uma melhora no nível socioeconômico podem ser os responsáveis pelo tempo de vacas magras pelo qual a tevê aberta passa.⁹

Tendo em vista que a Televisão é uma forma de negócio e o jornal um produto, a apropriação de um fato e a tratativa em série, garante o envolvimento do público expectador através da aproximação com a pauta em questão, gerando assim um posicionamento ante o debate estabelecido: “Não há ação ou envolvimento possível do receptor das notícias se estas não forem associadas à sua realidade específica; sem a vinculação ao contexto de vida, à experiência imediata, pessoal, não há politização possível” (MARCONDES FILHO, 1986: 75).

Há de se ter em mente os fatores que corroboram a constituição desta autoridade, já que mesmo com a popularização da internet e dos serviços de Streaming, a TV continua agendando debates na sociedade. O posicionamento da Rede Globo, frente aos ataques e a transformação do assunto em tema de relevância é exemplo disso e gerou uma grande cadeia de discussões, que envolveram desde a circulação da informação em sites de notícias, manifestações em redes sociais, a ações efetivas e contínuas da ONG Crioula, que estabeleceu a criação de um método para tratativa de casos de racismo a partir do ocorrido. A interação entre diferentes frentes midiáticas, integrando velhas e novas mídias, pode ser pensada introdutoriamente a partir de Buonanno, já que a entrada da internet representa contornos diferenciados aos debates apresentados: “Nevertheless, a new medium tends to edge its predecessors out and install itself in centre stage, since it does not merely join the pre-existing media but reorders the field of play and shakes up existing reciprocal relationships” (BUONANNO, 2008:12)

As questões relacionadas autoria e autoridade jornalística, não são novas e até mesmo a reconfiguração do mercado deve ser pensada a partir de uma abordagem que entenda os fluxos de legitimação desse poder. Neste caso, podemos recorrer a Zelizer, que ao apresentar questões relacionadas ao jornalismo americano, também destaca padrões que podem ser um ponto de partida para os casos relacionados ao evento tratado neste artigo:

To a large extent, this link between authorship and authority emerges from some underlying sense of a journalist's proximity to the event. As the executive of one American broadcasting network said long ago, journalists convey a sense that whatever the event, 'they were there', and that the story they bring to audiences 'is their own' because they 'saw' it happen. In this paper, I explore the link between journalistic authority, authorship, and proximity in American broadcast news presentation. Three questions are central here: How do American journalists create a sense of proximity for

the events they cover? How is this used to convey a sense of authorship? And how is the construction of proximity and authorship used to enhance journalistic authority in the presentation of American broadcast news? (ZELIZER,1990:37)

Obviamente desconsiderando as questões pessoais atribuídas ao fato, os ataques ocorridos reforçaram as noções de autoridade através de um processo que utilizou a proximidade e a familiaridade como gatilho. Fato é que os ataques tornados públicos, são reflexo de uma sociedade que veio por naturalizar formas de violência racial. Assim, ao apresentar o repúdio as agressões sofridas por Maria Júlia e estreitar relações com frentes antes alheias ao discurso midiático, o JN tentou trabalhar através da ideia de proximidade em que um caso de racismo, normatiza todas as tratativas em torno do tema. “By promoting their proximity, journalists can both claim authorship and establish authority for their stories. Proximity thus acts as a mitigating factor in the journalistic selection, formation, and presentation of a news story.” (ZELIZER,1990: 38)

Cabe ressaltar que a noção de autoridade, somada a atuação em redes sociais também pode ser lida pelo prisma da cultura fã, já que no caso em questão, houve o estímulo da empatia e pessoalidade:

The image of mattering maps points to the constant attempt, whether or not it is ever successful, to organize moments of stable identity, sites at which we can, at least temporarily, find ourselves ‘at home’ with what we care about. The very notion of a fan assumes the close relationship between identity and caring; it assumes that identity matters and that what matters – what has authority – is the appropriate ground of stable identity.(LEWIS,2009:60)

Esse reconhecimento promovido pela TV gera mobilização e envolvimento do público, desde a questão da geração de empatia, até mesmo passando pelo agendamento de debates dentro da sociedade. Em complemento a estes pensamentos, deve-se pensar nas falas acerca da diferença pelo prisma de alguns autores, que serão detalhados no tópico a seguir.

Breve histórico do debate racial

O debate de raças antecede a consolidação do Brasil como grande país escravocrata, já que desde a época do descobrimento há apresentação das “pessoas de cor” enquanto diferença e seres dados aos vícios da carne, em contraposição com a virtude europeia. Os relatos feitos pelos navegantes acerca dos indígenas são prova disso. Destacavam a abordagem racial através de uma hierarquia, que resultava numa leitura dicotômica entre selvageria/civilidade, e atendia, em grande parte das cartas, o anseio por leituras aventurescas sobre terras inexploradas, como pode ser

percebido no relato dos navegantes. Algo que, séculos mais tarde, tornou-se o discurso científico que legitimava uma hierarquia racial.

Antes de seguir a discussão e a apresentação dos autores, cabe-nos entender o conceito de raça tratado no texto, que pode ser explicada como “uma construção histórica e social, matéria prima para o discurso das nacionalidades. Raça, como diz Thomas Sowell, ‘antes de um conceito biológico, é uma realidade social, uma das formas de identificar as pessoas em nossa própria mente’.”(SCHWARCZ,2017:33)

A partir destes pensamentos, vamos nos ater a perspectiva de raça e nas relações de poder implicadas neste processo através do prisma da representação. Os negros foram renegados à escravidão, tendo sua história, identidade e cultura extirpadas. Diferente do que ocorreu nos Estados Unidos, onde parte da violência foi denunciada através de relatos de ex-escravos. Este material foi o insumo fundamental para a reconstituição histórica desses indivíduos à exemplo dos livros escritos por Angela Davis¹⁰.

No Brasil o direcionamento foi outro. A memória e a história dos negros foi condicionada ao olhar elitista da época, o que trouxe uma mítica de pacifismo na tratativa racial, frente outras nações. Tal fato nos leva a outras questões, como a própria noção de imaginário social, definida por Bronislaw Baczko, presente no livro de Denis Moraes (2009:29), como meio o qual “uma coletividade designa a sua identidade; elabora uma certa representação de si; estabelece a distribuição dos papeis e das posições sociais; exprime e impõe crenças comuns”. Tal pensamento pode ser complementado à proposta feita por Bruno Latour que trata das relações em torno dos componentes que constituem uma dada obra seja ela artística ou científica. O autor exemplifica as relações que impactam o discurso através da ideia de “centro de cálculo”, que de uma forma resumida, pode ser entendida como o nó onde há o encontro temporário entre saberes e transportes. Isto pode ser percebido nos próprios exemplos apresentados no texto do autor. Num deles, há a questão da relação entre índios na pintura de um retrato, por exemplo, em que a representação dos índios se dá a partir da observação de um pintor, numa camada superficial e, mais profundamente, pelos itens de afetação que atravessam a constituição da pintura, numa tentativa de transporte daquilo que está condicionado ao ambiente natural a outros espaços, olhares e experiências. Outro item importante é o conceito de inscrição, também apresentado por Latour. O termo é bastante amplo e perpassa

problemas de representação, linguagem, estética, cálculo e montagem. É o lugar onde há a cristalização da passagem daquilo que é apresentado enquanto enunciado, estabelecido na relação.

A informação não é um signo, e sim uma relação estabelecida entre dois lugares, o primeiro, que se torna uma periferia, e o segundo, que se torna um centro, sob a condição de que entre os dois circule um veículo que dominamos muitas vezes forma, mas que, para insistirem seu aspecto material, eu chamo de inscrição. (LATOURET,2004:2)

Com essa base, atingimos um novo problema que se impõe sobre o conceito de representação, no que tange a estabilidade do representado em que se desconsidera a afetação provocada pelas relações que atravessam a constituição e delimitação do representável. No debate racial, esta questão se impõe a partir da confluência de uma série de fatores, incluindo o lugar do qual os autores falam sobre negritude.

Nina Rodrigues apresenta um olhar sobre o tema no livro “Os Africanos no Brasil”, em que faz uma leitura determinista sobre a questão racial no país. Num primeiro momento o autor denuncia o esforço para apagar os rastros do período escravocrata:

Destruíu-as a preocupação, tão sentimental quanto improfícua, da atual geração brasileira, de apagar da nossa história os vestígios da escravidão, fazendo consumir pelo fogo documentos em que se continha aquela verdade histórica a que, a mais de um respeito, nenhum povo se pode furtar, nem é lícito procurar iludir. Se o fogo a que se mandou entregar o arquivo da escravidão não é capaz de cancelar a história impressa dessa instituição, mais impotente há de ser para esgotar o sangue africano que, nas veias do nosso povo, estará a atestar de contínuo, na sua emigração da terra natal, a instituição que a promoveu (RODRIGUES,2010:29)

De acordo com o autor, a mistura das raças era “sinônimo de degeneração” (SCHWARCZ,2012:21). À época, este era um movimento contrário à miscigenação, algo pensado pelo poder vigente como uma tentativa de embranquecimento da população. Em sua obra, Nina apresenta relatos e notícias que cruzam o aumento da criminalidade a mistura das raças.

De fato, não é a realidade da inferioridade social dos negros que está em discussão. Ninguém se lembrou ainda de contestá-la. E tanto importaria contestar a própria evidência. Contendem, porém, os que a reputam inerente à constituição orgânica da raça e, por isso, definitiva e irreparável, com aqueles que a consideram transitória e remediável. Para os primeiros, a constituição orgânica do negro modelada pelo habitat físico e moral em que se desenvolveu, não comporta uma adaptação à civilização das raças superiores, produtos de meio físico e cultural diferente. Tratar-se-ia mesmo de uma incapacidade orgânica ou morfológica (RODRIGUES,2010:289)

Estes argumentos, atrelados às políticas de embranquecimento criam terreno para a compreensão da recepção dos negros após a abolição da escravatura, no

convívio social. Grande parte destes argumentos, encontraram o contraponto necessário décadas mais tarde, após a publicação do livro *Casa Grande Senzala*, de Gilberto Freyre. O autor tornou-se uma das vozes a celebrar a diversidade racial brasileira, numa obra que pautada pela relação servil nordestina, que apresenta a constituição identitária negra a partir da mistura decorrente do seu contato com a casa grande.

Considerada de modo geral, a formação brasileira tem sido, na verdade,(...)um processo de equilíbrio de antagonismos. Antagonismos de economia e de cultura. A cultura europeia e a indígena. A europeia e a africana. A africana e a indígena. A economia agrária e a pastoril. A agrária e a mineira. O católico e o herege. O jesuíta e o fazendeiro. O bandeirante e o senhor de engenho. O paulista e o emboaba. O pernambucano e o mascate. O grande proprietário e o pária. O bacharel e o analfabeto. Mas predominando sobre todos os antagonismos, o mais geral e o mais profundo: o senhor e o escravo. (FREYRE,2016:125)

A mítica em torno do conceito de democracia racial é refutada por Lilian Moritz Schwartz (2017:28), que descreve a relação pacífica presente no convívio social e as violências decorrentes da vida privada e cotidiana. “(...) a partir dos anos 1930, quando foi propalada a ideia de ‘democracia racial’, formulada de modo exemplar na obra de Gilberto Freyre, foi exaltada de maneira a menosprezar as diferenças diante de um cruzamento racial singular”.

No panorama apresentado por Moritz, apenas Lima Barreto apresenta uma relação direta com o processo de escravidão. Consequentemente, os relatos sobre a inserção do negro na sociedade acabam por revelar tensões não consideradas pelos teóricos que o antecederam neste debate, revelando que mesmo após a abolição, os negros ainda eram vistos como uma raça inferior. O contexto de celebração da pluralidade e da diversidade brasileira, silenciava a violência, através do discurso da democracia racial em que todos são miscigenados em certa medida.

Há de se destacar que mesmo tentando sistematizar e criar uma estrutura dada à linearidade, todas as fases e formas de manifestação da tratativa racial deixaram profundas marcas na sociedade, resultando em percepções que coexistem e, principalmente, se entrecruzam, apesar do discurso que tenta estabelecer uma sequencialidade histórica. Desta forma, ainda há uma série de pensamentos relacionados ao determinismo nos dias de hoje, principalmente na constituição narrativa do cotidiano. Além do debate proposto por estes autores, há de se ter em mente a leitura feita pelo estado acerca do debate racial.

Uma linha de pensamento em torno da questão das raças no decorrer da história, pode ser traçada a partir da alteração dos parâmetros dos mecanismos de controle, nos órgãos formais à exemplo da classificação de cor e raça no questionário utilizado pelo CENSO Demográfico, nos anos 1940:

A instrução para o preenchimento do quesito, em 1940, foi de que se considerassem apenas as três respostas mencionadas, lançando um traço (–) no espaço correspondente do questionário em qualquer outro caso. Posteriormente, o traço foi codificado como categoria residual, parda, e foi destinada tanto para classificar os que utilizaram outros termos de cor ou raça, quanto para os indígenas, para quem não se proporciona termo de identificação. ‘Há aí mudança radical de perspectiva, pois o que se valoriza não são mais os tipos raciais originários, mas a ‘cor’, isto é, as tonalidades de pele, sem a antiga referência à continuidade sanguínea. (IBGE, 2011:15)

No amplo grupo designado como traço ou pardo, há uma série de subdivisões relacionadas a destituição dos espaços de poder, numa sociedade que se pauta pela nomeação para a condição de existência. Neste sentido, a ideia de pluralidade e celebração da miscigenação cai por terra, já que de acordo com o a fala de Lilian Moritz, a utilização do termo pardo tornou-se um verdadeiro “saco de gatos”

Em 2010, último censo realizado, repetiram-se as mesmas categorias de classificação da pergunta, que voltou ao questionário básico aplicado à totalidade da população, sendo que, pela primeira vez, as pessoas identificadas como indígenas foram indagadas a respeito de sua etnia e língua falada. A investigação de cor ou raça também passou a integrar outras pesquisas domiciliares, tais como a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD, em 1987, a Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF, em 2002-2003, e a Pesquisa Mensal de Emprego - PME, em 2003. (IBGE, 2011:15)

Com isso, nos últimos anos, houve uma demanda crescente pela reivindicação de espaços representativos e da manifestação de um dado protagonismo, principalmente na esfera midiática. Há alguns anos, a novela “Amor à Vida”, foi duramente criticada por ter poucos negros escalados, isto num país composto por mais de 50% de Negros e Pardos, de acordo com o IBGE. No jornalismo não tem sido diferente. A presença de Maju garante a consolidação da política da diferença, algo que pode ser percebido em outras frentes, tanto na teledramaturgia, quanto na escalação de nomes como Zileide Silva e da própria Maju para comandar o Jornal Hoje durante os fins de semana. Todo este debate se relaciona diretamente com a posição da Televisão enquanto esfera de visibilidade, legitimação e autoridade, estabelecendo contato direto com espaços de poder. Algo que será detalhado no próximo tópico. Fechando este bloco, cabe dizer que todas as questões envolvidas no pensamento racial também dialogam com as tensões relacionadas ao debate sobre representação.

A questão da representação

Antes de pensar no conceito título, deve-se ter em mente a grande gama de relações estabelecidas na constituição do sujeito dentro da sociedade. Assim, com base no pensamento proposto por Agnes Heller (2011:13), temos a definição das esferas heterogêneas, que, de acordo com a autora, atravessam “produção, relações de propriedade, estrutura política, vida cotidiana, moral, ciência, arte, etc”. Com esse background, podemos entender a negritude a partir de uma confluência dessas esferas que são atravessadas tanto por questões histórico-culturais, quanto por fatores espaciais que dialogam ou digladiam entre si. Nesta linha de pensamento, uma série de problemas se põem na relação e, principalmente, na delimitação entre representante / representado. Que componentes norteiam a visão daquele que é representado? Que tipo de relação esta dada representação tem com a memória e a historicidade, tendo como base sua sujeição às estruturas de poder?

De antemão, há de se pensar que a representação atende ao estático, já que as composições partem de visões idealizadas do item a ser representado. Assim, ao elaborar a imagem e as delimitações daquilo que se pretende representar, há a destituição da rede vinculativa que imprime sentido àquela dada existência. Podemos recorrer novamente a Bruno Latour e aos conceitos de “centro de calculo” e “inscrição”, que também podem ser entendidos através da análise do cotidiano, principalmente no que tange a memória e a historicidade.

No caso da representação negra, há o esforço de sintetizar toda a complexidade e pluralidade de uma raça, na figura de um sujeito, como se fosse possível resumir toda a heterogeneidade deste grupo social, numa espécie de metonímia racial. Retomando o evento em que William Bonner conduziu a matéria sobre os ataques sofridos por Maju, fica nítido o esforço em atrelar a ocupação do posto no JN à fatores relacionados ao esforço individual, algo que, mesmo que inocentemente, estabelece uma relação direta com uma ideia essencialista¹¹. Por aproximação, também atende à representação, já que se constitui através da leitura estática da raça. Criticamente, tendo o conceito de esferas heterogêneas¹², cabe-nos pensar na grande carga representativa cristalizada nas práticas do dia-a-dia, que são atravessadas desde relações diretas aos norteamentos apontados pela mídia. De acordo com Heller, as esferas atendem à constituição do sujeito enquanto entidade humano-genérica e singularidade, ao mesmo tempo, assim, a partir do discurso e da

posição de autoridade definidas no jornal, há o esforço de criar o diálogo do caso em questão com o cotidiano dos espectadores.

Na prática, tendo como base agendas dos movimentos raciais, há a crítica a um dado modelo em que traços físicos, tipos de cabelo, tonalidade da pele, sobrenome, acesso a dadas manifestações culturais, dentre várias condicionantes, se entrecruzam de forma tal que antecedem e resumem o indivíduo dentro da estrutura. Calçados num certo pragmatismo, podemos pensar pelo aspecto midiático, em que as grandes empresas de comunicação do Brasil, a exemplo da própria Globo, são, em grande parte, produto de famílias tradicionais que estabelecem suas visões de mundo, cristalizando-as acerca de uma série de elementos constituintes da realidade, a partir da centralidade dos discursos. Não é muito difícil que o negro, por exemplo, (o bem sucedido, na perspectiva do poder econômico) seja retratado como resultado de esforço, numa construção narrativa, que valorize o discurso meritocrático neoliberal. Pouco se diz, no entanto, sobre a constituição dos espaços de poder e os fatores que resultaram em camadas historicamente marginalizadas. Sobre este ponto, vale pensar nos dados ocultados pelo discurso através de pensadores da linguagem.

Reflexão e refração

Como uma sociedade pós-escravocrata, não há surpresa ao se observar que a fenotipia, ainda hoje, marque as relações de poder. Por outro lado, as militâncias trazem à tona aspectos relacionados à ancestralidade, religiosidade e resistência. Neste sentido, a apresentação de uma jornalista negra no jornal de maior audiência do país adquire um novo significado relacionado às disputas implicadas no campo da representatividade, que no fim, esbarram na conversão de uma profissional em ideologia que muito além de pressupor a competência de manusear gráficos e mapas, move toda uma comunidade antes excluída. Por aproximação, pode-se recorrer à Barthes e sua visão acerca do Mito:

(...) já que o mito é uma fala, tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso. O mito não se define pelo objeto da sua mensagem, mas pela maneira como a profere: o mito tem limites formais, mas não substanciais. Logo, tudo pode ser mito? Sim, julgo que sim, pois o universo é infinitamente sugestivo. Cada objeto do mundo pode passar de uma existência fechada, muda, a um estado oral, aberto à apropriação da sociedade, pois nenhuma lei, natural ou não, pode impedir-nos de falar das coisas (BARTHES, 1957:131)

Atrelada aos conceitos mito, devemos levar em conta a ideologia e as forças que se digladiam no terreno da linguagem, fazendo um movimento já anunciado por

Bakhtin (2006:29) através das ideias de reflexão e refração. Ao defender o movimento negro e repudiar o racismo, o JN também, de certa maneira, se exime e se retrata por toda a história, em que o discurso racial não foi uma preocupação do periódico.

Conclusão

Por fim, se por um lado a representatividade é algo necessário para conter a invisibilidade a qual os negros foram submetidos historicamente, por outro há de se pensar de que forma este debate tem sido trazido à tona pela mídia hegemônica, já que o racismo é parte do cotidiano, bem como as formas de enfrentamento. Nesse sentido, vale a pena entender de que forma os pilares, que estabelecem o poder do jornalismo atual interferem na interpretação da agenda racial, já que em vez de agir como uma possibilidade para o debate, a mídia hegemônica faz o caminho oposto criando as agendas que os movimentos sociais devem ser submetidos, frente ao grande público. Tal fato é amplificado ao se somar o discurso televisivo e toda a capilaridade das redes sociais, principalmente neste momento em que há uma grande crise no mercado televisivo e uma necessidade de se repensar o espaço da TV frente às novas tecnologias.

Notas

¹ Apesar de não constar no vídeo comemorativo de 50 anos da TV Globo (disponível no link: <https://goo.gl/A59Xr4>), Valéria Monteiro conduziu o JN entre os anos de 1992 e 1993, como apresentadora eventual. A jornalista, inclusive, deu uma entrevista ao Portal da Imprensa reclamando sobre o caso: <https://goo.gl/afHCHe>. Acessado em (03/09/2017)ⁱ

² Informação disponível no link: <https://goo.gl/eFXj1M> Acessado em (03/09/2017)

³ Vídeo disponível no link: <https://goo.gl/KjFzMy> Acessado em (07/09/2017)

⁴ Fala de William Bonner sobre o caso após a previsão do tempo (após 3min16s), disponível no site Memória Globo no link: <https://goo.gl/C1QqjT> Acessado em (07/09/2017)

⁵ Imagem disponível no link: <https://goo.gl/UHAur4> (17/09/2017)

⁶ Texto Disponível no link: <https://www.geledes.org.br/sofri-durante-10-anos-com-ataques-racistas-diz-gloria-maria/> (acessado em 31/07/2017)

⁷ A apresentação da novela, disponível no site memória Globo, apresenta detalhes da controversa escalção do ator. Link: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/a-cabana-do-pai-tomas/curiosidades.htm> (acessado em 17/08/2017)

⁸ Texto completo disponível no link: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/a-cabana-do-pai-tomas/curiosidades.htm> (acessado em 17/08/2017)

⁹ Informação disponível no site do Jornal Correio Brasiliense. Link: <https://goo.gl/cNcrR3> (acessado em 26/08/2017)

¹⁰ A autora faz a recomposição da posição servil negra e estabelece diferenças fundamentais entre o processo de exploração de mulheres, homens e crianças tendo como base estes relatos. Além disso, propõe a refutação a literatura basilar acerca da escravidão estabelecendo uma compreensão mais profunda do processo de violência implicado na escravidão (DAVIS, 2016:11-56)

¹¹ Heller apresenta uma crítica ao princípio da imanência (HELLER, 2011,p11)

¹² De acordo com a autora “as esferas heterogêneas – por exemplo, produção, relações de propriedade, estrutura política, vida cotidiana, moral, ciência, arte, etc.” (HELLER, 2011,p13)

Referências:

Livro:

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 12 ed. [S.L.]: HUCITEC, 2006. 44

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 11 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001. 131-133 p.

BUONANNO, Milly. **The age of television: experiences and theories**. Brixton/UK/Chicago/US: Intellect, 2008.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 11ª ed., Rio de Janeiro: Graal, 1997.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. 8 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011

LEWIS, Lisa A. **The adoring: audience fan culture and popular media**. London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2001. 60 p.

MARCONDES FILHO, **Ciro. Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria**. São Paulo: Paulus, 2009.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Nem preto nem branco, muito pelo contrário: Cor e raça na sociabilidade brasileira**. 1. São Paulo: Claroenigma, 2012.

ZELIZER, Barbie. **Where is the author in Amerian TV news? On the construction and presentation of proximity, authorship, and journalistic authority**. Semiorica, [S.L], n. 20, p. 37-48, 199. undefined.

Sites:

LATOUR, Bruno. **Redes que a razão desconhece: laboratórios, bibliotecas, coleções**. Tramas de Rede, Porto Alegre, p. 39-63, 200./set. 2017. Disponível em: <<http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/downloads/64-JACOB-BIBAL-POR.pdf>>. (acessado em 26/08/2017).

Notícia BOL. **32 jornalistas que já passaram pela bancada do "Jornal Nacional"**, 2015 Disponível em <https://goo.gl/afHCHe> (acessado em 03/09/2017)

Geledés. **“Sofri durante 10 anos com ataques racistas”, diz Glória Maria**. Rio de Janeiro, 2015 Disponível em <https://www.geledes.org.br/sofri-durante-10-anos-com-ataques-racistas-diz-glora-maria/> (acessado em 26/08/2017)

Correio Brasiliense. **Estudo da Ancine demonstra queda brusca de audiência da TV aberta**. Brasília, 2015 Disponível em : <https://goo.gl/cNcrR3> (acessado em 26/08/2017)

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Características Étnico-Raciais da população: Um estudo das categorias de Classificação de Cor ou Raça**. Rio de Janeiro, 2011 Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv49891.pdf> (acessado em 26/08/2017)

20 anos de *Harry Potter*

Discussões sobre preconceito entre crianças e adolescentes*

Milena de Azeredo Pacheco Venancio**

Resumo

O presente artigo tem como objetivo refletir sobre como as discussões sobre preconceito permeiam a série *Harry Potter* e produzem efeito ainda hoje, 20 anos depois da primeira obra lançada. Para se chegar à conclusão da questão proposta, serão consideradas a ideia de preconceito em Arendt (2002, 2007 e 2008) bem como contribuições ao tema de autores como Munanga (2016), Sodré (2011), Heller (2000) e Bakhtin (1997). Como metodologia, optou-se pela Sociolinguística Interacional, na análise de duas cenas de filmes da série, sendo a primeira do filme “Harry Potter e a câmara secreta” e a segunda do filme “Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban”.

Palavras-chave: *Harry Potter*; Preconceito; Sociolinguística Interacional.

30. Introdução

É inquestionável o sucesso da série *Harry Potter*. O primeiro livro, “Harry Potter e a pedra filosofal”, começou a ser vendido em 1997, seguido por mais seis livros que assim como, depois, os filmes, são de grande sucesso até hoje, mesmo com o encerramento da série. O sucesso é mantido com diversos eventos que promovem as histórias criadas por J. K. Rowling, como exposições e reuniões de fãsⁱⁱ. Há também páginas na Internet, como o site oficial, chamado Pottermoreⁱⁱⁱ, e comunidades como a Potterish^{iv}. Esta última, aliás, é um portal de fãs com mais de 23 mil textos cadastrados na seção de *fanfics*^v, resultando em mais de 128 mil capítulos^{vi}. Além disso, estrearam em 2016 o filme “Animais fantásticos e onde habitam”, uma espécie de prólogo da história de Harry Potter, e a peça “Harry Potter e a criança amaldiçoada”, assim como novos livros temáticos sobre a série.

* Trabalho apresentado no GT 4 – Comunicação, Narratividade e Discursos Midiáticos do XIV Poscom PUC-Rio, de 21 a 24 novembro de 2017.

** Mestre em Mídia e Cotidiano – UFF. E-mail: milena.pacheco@gmail.com.

Considerando essa forte relação com o público, é interessante notar em que pontos a obra pode contribuir para uma discussão sobre temas do cotidiano. Nesse sentido, a temática do preconceito tem importância tanto na própria narrativa dos livros e filmes, quanto nos debates que surgiram ao longo dos anos sobre os efeitos que o consumo de tais histórias poderia causar.

A história está dividida em sete livros que geraram oito adaptações cinematográficas, começando com “Harry Potter e a pedra filosofal” até o último livro, “Harry Potter e as relíquias da morte”, que foi dividido em dois filmes. No primeiro livro, Harry Potter, ainda bebê, é deixado pelos professores da Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts à porta da casa de seus tios, após sobreviver a um ataque do vilão da história, Lord Voldemort. Neste mesmo ataque, os pais de Harry são assassinados, mas ele desconhece a forma como morreram até chegar aos 11 anos, quando recebe sua carta para ingressar na escola de bruxaria, e descobre que seus pais, e ele mesmo, são bruxos. Na escola, conhece Hermione Granger, que é uma bruxa mestiça, e Rony Weasley, bruxo de família pobre. Lá também conhece Draco Malfoy, preconceituoso com pais ricos e seguidores de Voldemort. Harry também começa a conhecer mais sobre seu passado e o que ocorre no mundo bruxo, descobrindo que é famoso por ser o único bruxo a ter sobrevivido a um ataque de Lord Voldemort, que lhe deixou apenas uma cicatriz na testa. Ao longo das histórias que se desenvolvem, a partir de então, Harry enfrenta reiteradas vezes Lord Voldemort e seus seguidores, que possuem um projeto de poder dos chamados bruxos de “sangue-puro”^{vii}, eliminando os bruxos com ascendência “trouxa”^{viii}.

Nota-se que a exclusão e o preconceito contra aqueles que não se enquadram em padrões sociais aceitos é recorrente na história apresentada. Por outro lado, o fato de se tratar de uma narrativa que se passa em um ambiente ficcional do “mundo bruxo” também levou a própria série *Harry Potter* a ser questionada como prejudicial, sob o ponto de vista de setores sociais conservadores. Percebe-se, portanto, que o ato de julgar o outro e as formas de interação geradas a partir disso são um ponto essencial para entender a relação da obra com a reflexão sobre preconceitos. Assim, pretende-se, com o presente artigo, refletir sobre como as discussões sobre preconceito permeiam a série *Harry Potter* e produzem efeito ainda hoje, 20 anos depois da primeira obra lançada.

Como escolha metodológica para se chegar à conclusão da questão proposta, será utilizada a metodologia da Sociolinguística Interacional, na análise de duas

cenar de filmes da série. Com influência da pesquisa qualitativa empírica e interpretativa, esta metodologia teve origem entre as décadas de 1960 e 1980 e traz como base a Análise do Discurso, buscando compreender a linguagem tal como utilizada na interação social (RIBEIRO e GARCEZ, 2013). Além disso, a metodologia é utilizada para a análise das falas para além dos elementos linguísticos, considerando, também, gestos, silêncios e outros fatores que, associados ao uso da fala, estão presentes na interação. O que a torna pertinente na análise de um filme, considerando que não se fará aqui uma análise fílmica.

31. A formação de preconceito a partir de um olhar sobre o “outro”

Não há como entender o indivíduo sem considerar o contexto em que está inserido, mas também a particularidade que o compõe.

O indivíduo é sempre, simultaneamente, ser particular e ser genérico. Considerado em sentido naturalista, isso não o distingue de nenhum outro ser vivo. Mas, no caso do homem, a particularidade expressa não apenas seu ser ‘isolado’, mas também seu ser ‘individual’. Basta uma folha de árvore para lermos nela as propriedades essenciais de todas as folhas pertencentes ao mesmo gênero; mas um homem não pode jamais representar ou expressar a essência da humanidade. (HELLER, 2000, p. 20)

Assim, a não aceitação das diferenças e uma consequente opressão da voz social de minorias se torna um paradoxo, visto que a diferença e, assim, a relação com o outro, são essenciais aos seres humanos. Porém, o outro é condição para a existência do discurso e para a própria compreensão que o indivíduo tem de si mesmo (BAKHTIN, 1997). Logo, cabe perguntar: uma vez que nem sempre se aceita o outro, o diferente, como se dá a relação com este outro? E quando, nesta relação, se subalterniza o outro, como se dá a construção dialógica do indivíduo? Estas relações são, portanto, prejudicadas.

Diz-se dialógica, pois a concepção bakhtiniana compreende como dialógico o processo de interação entre textos de qualquer natureza, logo, também assim ocorre nas interações no âmbito das relações humanas, estas formadas na ação e concretizadas no discurso. Mas, a partir do momento em que se fragiliza a relação com o outro, em função de uma subalternização deste outro, nota-se que houve uma interação em que o indivíduo se viu superior ao outro, e não encontrou – ou não quis, por algum motivo, reconhecer – os pontos de identificação com o outro indivíduo. Ora, para que o indivíduo se veja no outro, se nivelando a ele, o caminho de reflexão é bem mais complexo, pois, de acordo com as palavras de Bakhtin, “[...]”

se quero operar uma transposição que nos coloque, eu e o outro, num único e mesmo nível, devo, em meus valores, situar-me fora da minha própria vida e perceber-me como outro entre os outros” (*Ibid.*, p. 76). Logo, há a necessidade de uma ação que parta da própria consciência, e não do senso comum. E o senso comum é uma das bases do preconceito.

Sodré (2011) afirma que o preconceito é um saber automático sobre o outro. Portanto, o preconceito é, em princípio, uma ausência de reflexão sobre valores já constituídos, que assim se estabeleceram a partir de juízos formados previamente por diferentes fatores. Nesse sentido, de acordo com o pensamento de Arendt (2008), o preconceito tem relação com a experiência do passado que não foi revista. Logo, para que se reveja um pensamento já estabelecido em experiências do passado é necessário que haja uma consciência desta necessidade de rever a ideia já dada sobre o outro.

A autora alemã fala sobre a formulação de preconceitos a partir de juízos pré-concebidos sobre alguém ou uma determinada situação. Juízos estes que não foram revisados e questionados sob uma nova perspectiva. Assim, se formaria o pré-conceito, que serve ao senso comum na construção de opiniões sobre algo ou alguém.

É importante, portanto, discutir como o rebaixamento do outro ocorre. Segundo Arendt (2002), o verdadeiro preconceito se reconhece no momento em que se localiza no mesmo um juízo formado com origem em uma causa empírica, a qual é apropriada e mantida através dos tempos sem ser revista, se evitando uma nova e verdadeira experiência com o juízo. A pensadora, aliás, estabelece a existência de dois tipos de juízo: um sem parâmetros, uma vez que se apresenta ante o conhecimento de algo nunca visto antes, e o juízo a partir da inferiorização do indivíduo em sua particularidade a algo geral. Neste último, especialmente, se encontra o preconceito: “[...] só o indivíduo é julgado, mas não o próprio critério, nem sua adequabilidade para o medir. Também o critério foi um dia posto em julgamento, mas depois esse juízo foi assumido e como que se tornou um meio para se poder continuar julgando”. (*Ibid.*, p. 11)

Ora, se os critérios não são postos a prova, podem ser determinados de acordo com os interesses de quem julga. Visto que o senso comum se alicerça nos critérios de um discurso já difundido na sociedade, inferiorizar o outro é uma forma de manutenção desse discurso. Isto apresenta outro problema: a própria negação do

preconceito, visto que se pauta em valores já assimilados na sociedade, negando, assim, a condição de inferioridade a que se expõe o outro e dificultando a problematização dos preconceitos de modo a revisar o senso comum.

Portanto, considerando que o preconceito pode estar presente na relação de alteridade, ao se comparar ao outro e rebaixá-lo, e visto que tal preconceito é construído a partir de juízos preestabelecidos sobre o outro que não são revisados, cabe questionar quais são os valores que levam a tais juízos e, consequentemente, a uma atitude preconceituosa. A fala que segue, do antropólogo Kabengele Munanga (2016, n.p.), reflete sobre as bases do preconceito.

[...] preconceito é uma ideia preconcebida, um julgamento preconcebido sobre os outros, os diferentes [...]. Não há uma sociedade que não se define em relação aos outros. E nessa definição acabamos nos colocando em uma situação etnocêntrica, achando que somos o centro do mundo, a nossa cultura é a melhor, a nossa visão do mundo é melhor, a nossa religião é a melhor, e acabamos julgando os outros de uma maneira negativa, preconcebida, sem um conhecimento objetivo. Isso é o preconceito, cuja matéria prima são as diferenças, sejam elas de cultura, de religião, de etnia, de raça no sentido sociológico da palavra, de gênero, até de idade, as econômicas. Todas as diferenças podem gerar preconceitos.

Há outros fatores, além da diferença em si, que são responsáveis pela formação do preconceito nos indivíduos, o que demanda estudos específicos. Fatores em outros campos das Ciências Sociais, como a Psicanálise. Contudo, é importante perceber que, nas ideias apresentadas, há em comum o aspecto de se julgar o outro. Tal característica também se faz presente nas relações entre os personagens “bons” e “ruins” na história de *Harry Potter*, bem como no julgamento feito pelo público e por críticos de elementos da obra.

32. Análise das relações de preconceito retratadas na série *Harry Potter* sob um viés metodológico

Ao se observar os diálogos nos livros e filmes, nota-se que as situações vividas pelos personagens são análogas a situações de preconceito da vida cotidiana, a partir das relações ali representadas. Assim, busca-se utilizar cenas dos filmes “Harry Potter e a câmara secreta” e “Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban” para análise com base na Sociolinguística Interacional, que tem influência do Interacionismo Simbólico e da Escola de Palo Alto, especialmente a partir de autores como Goffman e Bateson, respectivamente.

O Interacionismo Simbólico (RIZO, 2004) tem como premissa básica que os seres atuam sobre as coisas de acordo com os significados que estas têm para eles. Este

significado, por sua vez, surgiria das interações entre os indivíduos e seriam utilizados como um processo de interpretação do indivíduo no seu relacionamento com as coisas, as quais são modificadas em tal processo. Já a Escola de Palo Alto tem como premissa que a essência da comunicação está nas relações e interações, bem como todo comportamento humano possui valor comunicativo. Assim, é impossível não comunicar (*Ibid.*). Nota-se, portanto, que a partir de ambas as influências, o processo interacional é fundamental na comunicação e, assim, nas relações sociais.

Um princípio básico da Sociolinguística Interacional é que a interação face a face tem sua complexidade enquanto cenário de construção de significado social. O importante nessa interação é que o agrupamento de pessoas em si não basta para que ocorra o comprometimento do encontro entre as mesmas. No encontro, há uma orientação de um indivíduo para o outro que os separa dos demais indivíduos no agrupamento.

Esses encontros são analisados na interação entre os personagens de *Harry Potter*, de modo a verificar como o preconceito se mostra em tais interações, a partir das falas dos personagens. A partir destes encontros, busca-se entender como as falas reproduzem o senso comum entre os personagens e como estes definem o outro de acordo com suas próprias expectativas de como este outro é. Nas relações de preconceito presentes nas falas em interação, poderá ser observado como o discurso atribuído aos personagens preconceituosos em relação ao “outro” reflete as ações destes mesmos personagens ao longo da narrativa.

Para Arendt (2007), sem o discurso, a ação não existira por si só. Considerando o pensamento da autora, portanto, o uso da Sociolinguística Interacional contribui para a compreensão de significados sociais que se estabelecem no discurso presente nas interações, bem como as ações que se apresentam nos mesmos.

Por outro lado, uma relação humana bem-sucedida pressupõe que o indivíduo assimile a visão do outro em sua própria visão de mundo e, ao mesmo tempo, atue na vida do outro de acordo com sua própria visão de mundo (BAKHTIN, 1997). Assim, ver a negação do outro em sua diferença nas interações entre os personagens e as relações de alteridade justifica a escolha de uma metodologia que tenha como foco a interação de um indivíduo com o outro dentro de um contexto social.

Em um primeiro momento, será identificada a situação social em que se dão os diálogos. De acordo com Garcez e Ostermann (2013, p. 264), à luz de Goffman, a situação em uma interação “[...] emerge a qualquer momento em que dois ou mais

indivíduos se encontram na presença imediata um do outro e dura até que a última pessoa tenha se retirado”. No caso da análise aqui proposta, será identificado este momento de interação, de modo a ter um recorte dentro da narrativa que evidencie uma atitude preconceituosa de algum personagem.

De modo a melhor delimitar a cena a ser analisada e a situação social ali retratada, será considerada também a noção de cenário, segundo a Sociolinguística Interacional. O cenário, de acordo com a metodologia, é o espaço delimitado do ambiente, “[...] definido pelos participantes como socialmente distinto de outros espaços no qual se desenrolam os eventos e as atividades de fala” (*Ibid.*, p. 259). Nem sempre o cenário será determinante para se perceber o preconceito evidenciado nas interações, mas é importante saber dentro de que ambiente se desenvolvem as atividades de fala, bem como os elementos cenográficos que contribuam para a percepção das relações entre os personagens e como se situa determinada cena na narrativa.

É importante observar o cenário também pelo fato de que é neste que se desenvolve o evento, ou seja, a “[...] definição social da atividade de fala que se desenvolve na situação” (*Ibid.*, p. 261). Já a atividade de fala, segundo Garcez e Ostermann *apud* Garcez (2013, p. 259), é “[...] a unidade básica de interação socialmente relevante em termos da qual o significado é avaliado”. Logo, é na atividade de fala que é transmitido o preconceito evidenciado nas relações estabelecidas entre os personagens.

Para a compreensão de tais fatores, chega-se à definição de enquadre. Enquanto a ideia de situação social, cenário, evento e atividade de fala estão aqui expostas em suas conceituações, mas não serão aprofundadas, sendo citadas para uma definição do que compõe as cenas a serem analisadas, a noção de enquadre merece maior atenção. Basicamente, enquadre é a “[...] definição, com base em elementos de sinalização na fala em interação, quanto ao que está acontecendo em uma interação, sem a qual nenhuma elocução (ou movimento ou gesto) pode ser interpretada” (GARCEZ e OSTERMANN, 2013, p. 260). Porém, essa definição pode ser diferente de acordo com a interpretação e o repertório de cada participante da interação. Mais do que isso, o enquadre seria a “atividade na qual os interlocutores estão engajados” (FARBIARZ, 2001, p. 64), ou seja, a intenção de cada participante naquela interação, de acordo com suas expectativas.

Tannen e Wallat (2013) propõem uma noção de enquadre associada à noção de esquemas, com as devidas diferenciações. De acordo com as autoras, ambas as noções estão relacionadas com as “estruturas de expectativas”. Porém, a palavra enquadre se refere à “[...] noção antropológica/sociológica de enquadres interativos de interpretação, e esquemas com referência à noção de esquemas de conhecimento sob o ângulo da Psicologia e da Inteligência Artificial” (TANNEN e WALLAT, 2013 *apud* RIBEIRO e GARCEZ, 2013, p. 183). Essa distinção entre os termos é importante, pois, enquanto o enquadre tem relação com o sentido dado às falas na interação, o esquema diz respeito às expectativas criadas quanto ao que está envolvido na interação, de acordo com um conhecimento prévio, o que leva cada participante a adotar diferentes alinhamentos de acordo com cada momento ou cada interlocutor dentro de um mesmo evento.

Segundo Goffman (2013, p. 113), o alinhamento, também chamado de *footing*, seria o “porte, ou posicionamento, ou postura, ou projeção pessoal do participante”. Assim, no caso analisado neste artigo, nota-se que o alinhamento é o modo como o personagem se posiciona na história em relação a outro personagem. Ou, pode se dizer, também, o papel a ser assumido por cada personagem na cena.

Tais relações ocorrem em um determinado contexto, que é o “[...] ambiente de significação que é interacionalmente constituído mediante o que as pessoas estão fazendo a cada instante em termos de onde e quando elas fazem o que fazem” (GARCEZ e OSTERMANN, 2013, p. 259). No caso estudado, o contexto das cenas escolhidas é predominantemente o de preconceito.

Porém, as noções de enquadre e esquemas de conhecimento podem levar a diferentes sentidos e expectativas quanto ao que ocorre na interação face a face, fazendo com que cada participante assuma um determinado alinhamento, que pode ser semelhante ou não, dentro do contexto analisado. Já, por outro lado, é necessária a adoção de diferentes formas de se comunicar por cada participante, considerando cada interlocutor a que se direciona. Assim se chega à noção de registro. O registro é definido como “as convenções determinantes das escolhas lexicais, sintáticas e prosódicas que sinalizam o esquema de conhecimento utilizado pelos interlocutores e o *enquadre* em que o discurso está inserido”. (FERGUSON, 1985, *apud* FARBIARZ, 2001, p. 68)

Logo, o registro é a busca por algo em comum entre os interlocutores, para manter o diálogo, mesmo com as eventuais diferenças entre eles. Assim, enquadres e esquemas de conhecimento se tornam, em certa medida, comuns a todos.

3.1. Análise das cenas à luz da Sociolinguística Interacional

Situação social 1: Harry, Rony e Hermione encontram evidências de que alguém abriu uma câmara secreta que existe na Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts e são flagrados por outros alunos e professores. Cenário: um dos corredores do Castelo de Hogwarts.

Figura 1 – um dos corredores do Castelo de Hogwarts.



Fonte: Harry Potter e a câmara secreta (2002, 44min38seg).

Na cena, pouco depois da cena do treino de quadribol^{ix}, Harry, Rony e Hermione veem uma parede em que está escrita uma ameaça a quem é chamado de “sangue ruim”. Logo após a chegada do trio, vários estudantes e professores se aproximam.

Harry: Estranho... Nunca vi aranhas se comportando assim. (No momento em que ele, Rony e Hermione observam aranhas andando enfileiradas para entrar em um buraco na janela de um corredor da escola)

Rony, assustado: Eu não gosto de aranha! (Os três amigos veem um reflexo na água) O que é isso?

Hermione (lendo o que está escrito na parede, e que refletiu na água): “A câmara secreta foi aberta. Inimigos do herdeiro, cuidado”. Foi escrito com sangue.

Harry: Ah, não (Os três notam que, além dos escritos em sangue, a gata Madame Norra está paralisada e pendurada na parede). É a gata do Filch. É a Madame Norra.

(Chegam outros alunos e alguns professores ao local)

Draco: Inimigos do herdeiro, cuidado. (Draco se vira para Harry, Rony e Hermione) Serão os próximos, sangues ruins.

O enquadre é de uma conversa entre amigos enquanto os participantes são apenas Harry, Rony e Hermione. Com a chegada das demais pessoas, torna-se o enquadre de um eventual encontro entre inimigos. Draco utiliza o registro “sangue ruim” para se referir àqueles que considera inferiores. No caso, o personagem se dirige a Hermione e Harry, que são de família de “trouxas” e a Rony, por ser amigo deles e ser

considerado por Draco também como “sangue ruim” mesmo não tendo ascendência “trouxa”. Neste caso específico, por considerar que Rony é “sangue ruim” por ser amigo de Harry e Hermione, há uma demonstração de preconceito com os três amigos de modo similar a um alinhamento de superioridade.

Draco partiu do esquema de conhecimento de que Harry, Rony e Hermione serão os próximos a serem atacados, por assim merecerem, pois são seres inferiores. Não só nessa cena, mas ao longo de outras mais, se nota uma reiteração da postura de Draco, até um determinado momento na história em que ele não demonstra ter mais as mesmas convicções em relação a seus preconceitos. Isso fica mais claro nos últimos filmes que são menos expressivos com relação ao preconceito demonstrado por Draco Malfoy e sua família.

Situação social 2: Draco ofende Hermione e Rony em um passeio por Hogsmeade. Cenário: bosque em Hogsmeade.

Figura 2 – bosque em Hogsmeade.



Fonte: Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban (2004, 1h01min59seg).

Figura 3 – bosque em Hogsmeade.



Fonte: Harry Potter e o prisioneiro de Azkaban (2004, 1h02min19seg).

A Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts promove um passeio para um local próximo chamado Hogsmeade. Rony e Hermione vão ao passeio e Harry vai escondido depois para encontra-los, pois não possuía a autorização por escrito da família que era exigida pelo colégio para levar os alunos. Enquanto Rony e Hermione ainda estão sozinhos no passeio, Draco os encontra e os ofende.

(Hermione e Rony estão conversando sobre a casa que avistam, a qual tem fama de mal-assombrada)

Hermione: Dizem que é o prédio mais mal-assombrado da Grã-Bretanha. Eu já falei isso?

Rony: Duas vezes.

Hermione: Tá... Você não quer chegar mais perto?

Rony: Hã?

Hermione: Da Casa dos Gritos.

Rony: Ah! Ah... Na verdade, é... aqui tá bom.

Draco: Ora, ora. Olhem quem está aqui. (Draco se aproxima com amigos) Vão comprar a casa dos sonhos? Meio grande pra você, não é, Weasleyzinho? A sua família não vive num quarto só?

Rony, constrangido: Cala essa boca, Malfoy!

Draco: Uh... Isso não é nada gentil. Pessoal, tá na hora de ensinar o Weasleyzinho a respeitar os seus superiores.

Hermione: Hahaha. Não deve estar falando de você.

Draco: Como ousa falar comigo? Sua fedelha de sangue ruim.

Na cena, há o enquadre de conversa entre inimigos, como em outras cenas entre Rony, Hermione e Draco. Novamente, Draco apresenta o alinhamento de superioridade, tanto em relação a Rony, quanto em relação à Hermione, especialmente marcado no uso dos registros “Weasleyzinho” e “seus superiores” com o primeiro, e “fedelha de sangue ruim” com a segunda.

Na presente cena, Draco considera Hermione indigna de lhe dirigir a palavra quando pergunta “como ousa falar comigo?”. Esta fala do personagem ressalta não somente o esquema de conhecimento atribuído a ele, de que, por ser de uma família de bruxos de sangue “puro” e rico, pode se sentir superior aos demais que não se encaixam neste padrão, como também revela um traço de machismo no perfil elaborado para o personagem, pois considera menor a intervenção feminina no diálogo.

3.2. Discussão dos resultados

Os registros que, partindo da análise de Farbiarz (2001), podem ser compreendidos como as escolhas lexicais que refletem o esquema de conhecimento de cada um e colocam os participantes em um entendimento comum da situação social, cumprem seu papel de modo a reforçar os esquemas de conhecimento que, nas situações de preconceito analisadas, refletem juízos sem conhecimento do outro e a ideia de superioridade que os personagens preconceituosos demonstram. Ressalta-se, porém, que o esquema de conhecimento não seria exatamente esse juízo, mas estaria mais relacionado à ideia de repertório, ao qual os participantes buscam para se fazerem entender em um encontro. No caso das situações analisadas, os esquemas de conhecimento refletem os preconceitos guardados pela história de vida atribuída ao personagem Draco Malfoy. Preconceitos que seriam criados a partir do não exercício de alteridade e o já citado juízo prévio formulado sobre o outro. Os registros, então, deixam claro para os personagens interlocutores que os integrantes daquela família os consideram inferiores e que devem saber disso.

É importante perceber determinadas características nos personagens nos alinhamentos de superioridade. Há um julgamento prévio de um personagem sobre o outro, sem o devido conhecimento sobre o mesmo como, por exemplo, quando Draco fala para Rony “respeitar seus superiores” ou chama Hermione de “fedelha”.

Há aí uma crença de que o outro, quando diferente ao padrão aceito socialmente, é indigno de bom tratamento, o que poderia mudar se os personagens na história se abrissem ao convívio e conhecimento desse outro. Percebe-se nos exemplos citados uma semelhança com indivíduos que na sociedade apresentam aspectos de preconceito, se este for considerado na visão do juízo prévio de Arendt (2007 e 2008).

As relações entre os personagens foram o ponto de partida para compreender como se mostravam também as relações de preconceito entre os mesmos. Visto que, nessas relações, o contato com o outro é essencial na análise, optou-se pela Sociolinguística Interacional como escolha metodológica, por sua valorização da fala em interação. Além disso, a Sociolinguística Interacional é um método ainda pouco difundido, se comparado com metodologias mais tradicionais, e trouxe a possibilidade de analisar elementos da fala em interação com base na ideia de alinhamento e seu papel para identificar os elementos constitutivos da narrativa em que era possível identificar a representação de preconceitos.

Da mesma forma, a ideia, já citada aqui, de que o preconceito é um saber automático sobre o outro (SODRÉ, 2011), tornou necessária a compreensão de como se dá este saber sobre o outro, bem como a relação de um indivíduo com este “outro”, o que por vezes pode ser assustador por atingir a individualidade (KONDER, 1999 e 1999a). Esta limitada compreensão do outro pode estimular, inclusive, as falas preconceituosas de setores conservadores contra a série *Harry Potter*. Alguns críticos mais fundamentalistas chegaram a associar a obra a uma forma de ocultismo ou influência diabólica (JENKINS, 2009). Assim, a história de Harry Potter pode levar a discussões sobre preconceito tanto a partir de uma relação de identificação do público com os personagens que sofrem preconceito, como através de debates provocados a partir da própria abordagem preconceituosa da narrativa apresentada.

33. Conclusão

É preciso contextualizar a obra *Harry Potter* para compreender seu sucesso, o qual não se deu apenas porque espontaneamente agradou ao público, mas também por fatores dentro dos quais a obra se insere e reproduz. Observar a narrativa sob esta perspectiva contribui para compreender como *Harry Potter*, enquanto bem-

sucedido e lucrativo que é, atua sobre setores da sociedade, como no caso da discussão sobre preconceito.

A obra, de fato, é composta por clichês comuns às narrativas para crianças e adolescentes em geral. O protagonista que sofre até o final da história, os amigos leais desse protagonista e o fato de serem heróis jovens que não aceitam certos aspectos da sociedade em que se inserem são algumas dessas similaridades. Isso é comum seja com Harry Potter, Katniss Everdeen (Jogos Vorazes) ou Beatrice Pior (trilogia Divergente), entre outros personagens de diferentes séries de livros e filmes de grande sucesso entre o público infantojuvenil nos últimos anos. Da mesma forma, é comum a essas séries de sucesso uma estrutura social que demonstre a necessidade de se preocupar com o outro. Como, por exemplo, a diferença entre “sangues puros” e “sangues ruins”, combatida em *Harry Potter*.

Portanto, é interessante notar que as narrativas infantojuvenis de sucesso dos últimos anos, sendo *Harry Potter* a mais bem-sucedida, apresentam aspectos comuns à realidade de seu público-alvo, em uma linguagem que os atraia. Assim, abrem-se possibilidades de um pensamento crítico sobre questões como o preconceito, mas que também, e principalmente, é objeto de entretenimento.

E enquanto entretenimento, embora apresentem muitas discussões pertinentes, obras como *Harry Potter* apresentam certas características passíveis de crítica quanto à representatividade, por apresentar padrões hegemônicos de representação no âmbito da indústria, especialmente retratados nos filmes, o que pode ser um problema em obras de sucesso mundial. Hall (2003), ao discutir a questão multicultural, disse que várias nações consideradas multiculturais têm em comum, por definição, o fato de serem heterogêneas. No entanto, lidar com tal heterogeneidade ainda é um tabu na sociedade. Os livros e filmes citados conseguem, de algum modo, trazer à tona a temática, mas, paradoxalmente, dentro de uma lógica hegemônica. Tensões já históricas se reconfiguram desde o período colonial e o controle das chamadas minorias hoje já se dá de modo globalizado e descentralizado (*Ibid.*). É necessário, assim, que se considerem os fatores econômicos e políticos responsáveis pela constituição das relações de poder. Entre eles, a própria religião que levou às falas de conservadores contra *Harry Potter*.

Cabe, então, buscar alternativas de se apropriar dos benefícios apresentados pela obra aqui analisada, enquanto representante da indústria cultural, de um modo que não contribua ainda mais para a legitimação de um processo que é, por fim,

nocivo à reflexão sobre preconceito junto a um público predominantemente infantojuvenil. Ainda mais em uma sociedade que há tanto já aliena os indivíduos e em um momento político no Brasil, que permite que se ameace a formação de indivíduos críticos, inclusive nas escolas onde estão estas crianças e adolescentes.

-
- ii Há uma exposição oficial por países da Europa chamada *Harry Potter the exhibition*, com informações no site: <<http://www.harrypotterexhibition.com/>>, bem como está programada uma exposição para os 20 anos do lançamento do primeiro livro, em outubro de 2017, conforme informações em: <<https://omelete.uol.com.br/quadrinhos/noticia/harry-potter-jk-rowling-cedera-colecao-particular-para-exposicao-comemorativa-de-20-anos-de-lancamento-do-primeiro-livro/>>. Acesso em: 08/11/2016.
 - iii Página oficial de *Harry Potter*, disponível em <<https://www.pottermore.com/>>.
 - iv Página disponível em <<http://potterish.com/>>.
 - v *Fanfic* (*fanfiction*, ou mesmo *fic*) é uma narrativa de ficção criada e divulgada por fãs na Internet, em que esses fãs se apropriam de personagens e enredo de um livro, filme ou qualquer outro produto midiático, sem que isso fira direitos autorais do autor ou que se obtenha lucro. A intenção principal de tais criações é estabelecer narrativas paralelas às da história original.
 - vi Ver <<http://www.floreioseborroes.net/>>. Acesso em: 13/09/2017.
 - vii Forma como são chamados os bruxos de ascendência totalmente bruxa.
 - viii Trouxa é a denominação dada para aqueles que não possuem poderes mágicos.
 - ix Esporte mais popular do mundo bruxo, que consiste em dois times de sete jogadores voando sobre vassouras e jogando com quatro bolas diferentes, cada uma com uma função determinada.

5. Referências

- ARENDT, Hannah. **A promessa da política**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2008.
- _____. **A condição Humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- _____. **O que é política?** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- FARBIARZ, Jackeline. **Utopia e realidade na atuação do professor de língua e literatura**. Tese de Doutorado não publicada. Faculdade de Educação. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2001.
- GARCEZ, Pedro M.; OSTERMANN, Ana Cristina. Glossário conciso de Sociolinguística Interacional. In: RIBEIRO, Branca Telles e GARCEZ, Pedro M. (Orgs.). **Sociolinguística interacional**. São Paulo: Loyola, 2013, p. 257-264.
- GOFFMAN, Erving. *Footing*. In: RIBEIRO, Branca Telles e GARCEZ, Pedro M. (Orgs.). **Sociolinguística interacional**. São Paulo: Loyola, 2013, p. 107-148.
- HALL, Stuart. Questão multicultural. In: Liv Sovik (Org.) **Da diáspora**. Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003, p. 51-100.

HARRY POTTER e o prisioneiro de Azkaban. Produção de David Heyman, Chris Columbus e Mark Radcliffe. Reino Unido: Heyday Films, 2004. DVD.

HARRY POTTER e a câmara secreta. Produção de David Heyman. Reino Unido: Heyday Films, 2002. DVD.

HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história.** São Paulo: Paz e Terra, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KONDER, Leandro. Eu, eu, eu. O Globo. Rio de Janeiro: 1999.

_____. O outro, esse alienígena. **Jornal do Brasil.** Rio de Janeiro: 1999a.

MUNANGA, Kabengele. “Mito da democracia faz parte da educação do brasileiro”, diz antropólogo congolês radicado no Brasil. (entrevista publicada por Thiago Araújo). **Brasil Post.** [S.l.], 2016. Disponível em: <http://www.brasilpost.com.br/2016/01/28/kabengele-munanga-racismo_n_9099166.html> Acesso em: 26/01/2016.

RIBEIRO, Branca Telles; GARCEZ, Pedro M. (Orgs.) **Sociolinguística interacional.** 2 ed. São Paulo: Loyola, 2013.

RIZO, Marta. El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia um nuevo concepto de comunicación. **Portal de la Comunicación InCom-UAB:** El portal de los estudios de comunicación. Barcelona, 2004. Disponível em: <http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=17> . Acesso em: 02/07/2017.

SODRÉ, Muniz. **Invenção do Contemporâneo.** A ignorância da diversidade. 49''53'''. TV Cultura, 2011. Disponível em: <<http://www.cpfcultura.com.br/wp/2011/04/05/a-ignorancia-da-diversidade-%E2%80%93-muniz-sodre/>>. Acesso em: 25/07/2015.

TANNEN, Deborah; WALLAT, Cynthia. Enquadres interativos e esquemas de conhecimento em interação: exemplos de um exame/consulta médica. Tradução de Parmênio Camurça Citó. In: RIBEIRO, Branca Telles e GARCEZ, Pedro M. (Orgs.). **Sociolinguística interacional.** São Paulo: Loyola, 2013.