

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

+

## XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

# Anais

## COMUNICAÇÃO E SUAS INTERLOCUÇÕES

21, 22, 23 de outubro de 2015  
PUC-RIO

ISSN: 2176-610x

Realização:

**PPGCom**  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
COMUNICAÇÃO DA UERJ

**PPGCOM**  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO  
EM COMUNICAÇÃO UFF

**ECO  
PÓS**

**PPGICS**  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
INFORMÁTICA E COMUNICAÇÃO DA PUC-RIO

**PPGICS**  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
INFORMÁTICA E COMUNICAÇÃO DA PUC-RIO

## **Comissão Científica**

Profa. Dra. Andréa França (PUC-Rio)

Prof. Dr. Arthur Ituassu (PUC-Rio)

Profa. Dra. Beatriz Polivanov (UFF)

Prof. Dr. Bruno Campanella (UFF)

Profa. Dra. Fernanda Bruno (UFRJ)

Profa. Dra. Flora Daemon (UFF)

Prof. Dr. Igor Sacramento (Fiocruz)

Prof. Dr. José Cardoso Ferrão (UFRRJ)

Profa. Dra. Katia Lerner (Fiocruz)

Profa. Dra. Leticia Matheus (UERJ)

Profa. Dra. Liliane Heynemann (PUC-Rio)

Prof. Dr. Márcio Souza Gonçalves (UERJ)

Profa. Dra. Patrícia da Glória (UERJ)

Prof. Dr. Paulo Vaz (UFRJ)

Profa. Dra. Rejane Moreira (UFRRJ)

Prof. Dr. Renato Cordeiro Gomes (PUC-Rio)

Prof. Dr. Ricardo Pimenta (Ibict)

Profa. Dra. Tatiana Siciliano (PUC-Rio)

Prof. Dr. Wilson Borges (Fiocruz)

## **Comissão Organizadora**

Alessandra Maia (UERJ)

Aline Faria (Fiocruz)

André Bonsanto Dias (UFF)

Bruna Rodrigues (UFRJ)

Lívia Boeschstein (PUC-Rio)

William Corbo (PUC-Rio)

## **Comissão de Projeto**

Caroline Tuler (PUC-Rio)

## **Comissão de Produção Cultural e Estrutura**

Alessandra Maia (UERJ)

Felipe Gomberg (PUC-Rio)

Lívia Boeschstein (PUC-Rio)

Thaís Lopes (PUC-Rio)

## **Comissão Acadêmica**

Lívia Boeschstein (PUC-Rio)

Beatriz Beraldo (PUC-Rio)

Thaís Lopes (PUC-Rio)

### **Assistentes de GTs**

Aline Faria (Fiocruz)

Aline Sant'Ana (UERJ)

Ana Nery (UERJ)

Ana Paula Daudt (PUC-Rio)

André Bonsanto (UFF)

Caroline Tuler (PUC-Rio)

Camila Calado (UFRJ)

Camila Mozzini (UERJ)

Camila Uchoa (PUC-Rio)

Cynthia Duarte (PUC-Rio)

Daniela Savaget (Fiocruz)

Diego Santos Francisco (UERJ)

Grécia Falcão (UERJ)

Juracy Pinheiro (UERJ)

Licia Silva (PUC-Rio)

Michele Lima (UERJ)

Paula Travancas (UERJ)

### **Assistência geral (dos GTs)**

Alessandra Maia (UERJ)



### **Assessoria de Comunicação**

Bárbara Secco (PUC-Rio)

Lívia Boeschenstein (PUC-Rio)

### **Design Gráfico**

Cristina Bravo (PUC-Rio)

Mariana Dias (PUC-Rio)

Mariana Faro (UFRJ)

Paula Travancas (UERJ)

### **Fale Conosco**

Emília Teles (UFF)

Lívia Boeschenstein (PUC-Rio)

### **Gerenciamento de Redes e Website**

Alessandra Maia (UERJ)

Bruna Rodrigues (UFRJ)

Lívia Boeschenstein (PUC-Rio)

### **Comissão de Prestação de Contas**

Ana Paula Daudt (PUC-Rio)

Caroline Tuler (PUC-Rio)

Nathália Andrade (UERJ)

### **Assistência Geral**

Alessandra Maia (UERJ)

Beatriz Beraldo (PUC-Rio)

Bruna Rodrigues (UFRJ)

Caroline Tuler (PUC-Rio)

Mariana Dias (PUC-Rio)

Pollyana Escalante (UERJ)

Alunos do Dep. de Comunicação Social da PUC-Rio.

### **Colaboradores**

Marise Lira – Dep. de Comunicação Social (PUC-Rio)

Livraria UFF

Livraria Carga Nobre

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação

PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

+

## XII PósCom

|| Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio ||

# GT 1

# Artes, Estéticas e Tecnologias da Comunicação

## Anais

COMUNICAÇÃO

E SUAS

INTERLOCUÇÕES

21, 22, 23 de outubro de 2015

PUC-RIO

ISSN: 2176-610x



## Quarenta Clica em Curitiba Intermedialidade e indexicalidade no fotolivro de Jack Pires e Paulo Leminski<sup>1</sup>

Ana Luiza Fernandes<sup>2</sup>, João Queiroz<sup>3</sup>

**RESUMO:** Este artigo apresenta e analisa, como fenômeno semiótico e intermediário, o fotolivro de literatura brasileira *Quarenta Clica em Curitiba*. Praticamente ignorado pela crítica e historiografia, *Quarenta Clica* representa um trajeto des-hierarquizado pela cidade de Curitiba. Seu arranjo macroscópico -- elaborado para não criar focos privilegiados de atenção ou sequências capazes de sugerir estruturas narrativas -- “recria” no leitor a sensação de procrastinar por ruas sem endereço, numa imersão em acontecimentos triviais. Utilizando como metodologia os estudos de intermedialidade (*intermedial studies*) e a semiótica de C.S. Peirce, a principal questão abordada aqui é: como descrever a relação foto-poema?

**PALAVRAS-CHAVE:** Fotolivro de literatura; Intermedialidade; Quarenta Clica em Curitiba; Haikai; Fotografia.

*Um poeta Maior curitibano, louco para botar seu bloco na rua, apenas com uma hermética obra na praça por ele próprio editada (Catatau - 1974). Um famoso fotógrafo do eixo Rio/São Paulo - Jornal do Brasil, Manchete, etc - vindo morar em Curitiba, por obra do destino. Um editor/em projeto, louco pela obra dos amigos tresloucados, que se propõe a divulgá-los, a qualquer custo. (Garcez Mello in Leminski, 1990).*

### Introdução

Analisamos neste artigo o fotolivro de literatura *Quarenta Clica em Curitiba*. Feito de quarenta fotos em preto-e-branco, de Jack Pires, “combinadas” a quarenta poemas de Paulo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 - ARTE, ESTÉTICAS E TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Ana Luiza Fernandes é graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora, e cursa atualmente o Mestrado em Estética, Redes e Linguagens pela mesma instituição. Endereço eletrônico: [analui zadagama@gmail.com](mailto:analui zadagama@gmail.com).

<sup>3</sup> João Queiroz é professor do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora. É membro director da Associação Internacional de Semiótica Cognitiva (IACS), membro do Linnaeus University Centre for Intermedial and Multimodal Studies e membro do Grupo de Pesquisa em Cognição Artificial (UEFS, Brasil). Endereço eletrônico: [queirozj@gmail.com](mailto:queirozj@gmail.com).



Leminski, dispostos em folhas soltas de idênticas dimensões (24cm x 24cm), trata-se de uma rara, quase sem precedentes, obra colaborativa de fotolivro de literatura, no Brasil. Em toda produção artística-literária de Paulo Leminski, hoje considerado um dos mais importantes escritores brasileiros da segunda metade do século XX, trata-se de seu único exemplo de fotolivro.

*Quarenta Clics em Curitiba* é um fenômeno semiótico complexo em que ao menos dois sistemas de signos -- *poesia verbal* e *fotografia* -- são interpretados como estando em uma relação de “acoplamento”. Isto significa afirmar que, ao menos intuitivamente, poesia verbal e fotografia são interpretados, caso a caso, como estando em uma irreduzível relação de complementariedade, ao ponto de ambas não poderem ser abordadas como fenômenos independentes.

Há, portanto, uma questão consequente que deve ser formulada -- como descrever tal relação? Que aparato teórico-conceitual, deve ser utilizado para definir e descrever as relações foto-poema, folha a folha? Aceitamos o pressuposto fundamental de que examinamos um fenômeno *semiótico de intermedialidade*, como um *framework* aos aparatos metodológico e teórico selecionados para a investigação.

Uma vez que consideramos o fotolivro um complexo semiótico de relações entre duas ou mais mídias, entendemos que os estudos sobre intermedialidade (*intermedial studies*), bem como a semiótica de Peirce (ou Teoria Geral dos Signos), são ótimas molduras teóricas-conceituais. Ambas são apresentadas neste trabalho, introdutoriamente, de tal modo a proporcionar um





conjunto de informações capaz de sustentar a pormenorizada análise ao final do artigo, além de responder nossa principal questão: como estão relacionadas poesia verbal e fotografia nas lâminas do fotolivro?

### Intermedialidade

Intermedialidade é um termo que define fenômenos em que duas ou mais mídias<sup>4</sup>/artes se relacionam. Muitos autores definem intermedialidade como “cruzamento de fronteiras midiáticas” (RAJEWSKY, 2005, p. 44; 2012 p. 52) e “relações intermodais nas mídias” (ELLESTRÖM, 2010, p. 37). Relações intermidiáticas são descritas como fenômenos de interação entre mídias (RAJEWSKY, 2005, 2012; CLÜVER, 2006, 2011; MÜLLER, 2010, 2012; WOLF, 2002; ELLESTRÖM, 2010). Para Elleström (2010), “toda relação intermidiática parece ser mais ou menos uma anomalia onde se presume que as diferenças essenciais que caracterizam determinada mídia são transformadas, combinadas ou misturadas de maneira particular” (ELLESTRÖM, 2010, p. 14).

Intermedialidade é, nesse sentido, como define Moser, “toda relação entre mídias/artes” (MOSER, 2006) ou ainda, relações que ocorrem entre sistemas fluidos, como “fusão e interação de processos e procedimentos midiáticos distintos” (MÜLLER, 1998: 38). Em termos gerais, intermedialidade é, “em primeiro lugar, um termo flexível e genérico” (RAJEWSKY, 2012: 52) e, conforme Wolf, “capaz de designar qualquer fenômeno envolvendo mais de uma mídia” (WOLF, 1999: 40-41). É uma área de estudo especialmente importante para o entendimento dos elementos -- poesia verbal e imagem fotográfica -- que compõe o fotolivro de literatura *Quarenta Clics em Curitiba*.

Conforme afirma Clüver (2011: 15), os estudos de intermedialidade (*intermedial studies*) investigam relações entre “textos” individuais e específicos, denominados por Rajewsky (2012:

---

<sup>4</sup> O leitor deve atentar para um problema metodológico que não vamos enfrentar diretamente neste trabalho -- definição de *midia*. Para acessar uma bibliografia extensa sobre este problema, ver Clüver (2006, 2011), Elleström (2010) e Müller (2012).



56) de “combinações midiáticas”. A qualidade desta categoria “é determinada pela constelação midiática, ou seja, o resultado ou o próprio processo de combinação de ao menos duas mídias convencionalmente distintas ou formas midiáticas de articulação. Ex: ópera, filmes, teatro, instalações, HQ (RAJEWSKY, 2012: 48-49). Essas combinações, para Clüver (2011: 15), podem ser caracterizadas de três maneiras distintas: como (i) textos multimídias, que combinam “textos separáveis e separadamente coerentes, compostos em mídias diferentes” (CLÜVER, 2011: 15), como (ii) textos mixmídias, que “contêm signos complexos em mídias diferentes que não alcançariam coerência ou autossuficiência fora daquele contexto” (CLÜVER, 2011: 15) e como

(iii) textos intermídia ou intersemióticos, que “recorre a dois ou mais sistemas de signos e/ou mídias de uma forma tal que os aspectos visuais e/ou verbais, musicais, cinéticos e performativos dos seus signos se tornam inseparáveis e indissociáveis” (CLÜVER, 2006: 20).

De acordo com Rajewsky, *Quarenta Clics* pode ser caracterizado, portanto, como um caso de “combinação midiática”, porque há ao menos duas mídias relacionadas -- fotografia e poesia verbal; e entre duas das três classes de combinação de Clüver, como um caso multimidiático porque ambas (fotografia e poesia verbal) são “coerentes”<sup>5</sup> quando interpretadas isoladamente, e como um caso de “mixmídia”, porque, ao mesmo tempo, perdem “coerência” se interpretadas dissociadamente. Ele não pode ser classificado como um caso de texto “intermídia ou intersemiótico” uma vez que a mídia foto e a mídia poema podem ser abordados separadamente.

### **Quarenta Clics em Curitiba**

*Quarenta Clics em Curitiba*, publicado um ano depois da prosa experimental *Catatau*<sup>6</sup>,

<sup>5</sup> Outro problema está relacionado à definição de “coerência” da interpretação, que também não poderemos detalhar tecnicamente, dada a enorme divergência encontrada entre os comentadores (ex. ver CLÜVER, 2006: 19).

<sup>6</sup> *Catatau*, obra publicada em 1975, depois de oito anos de elaboração, é considerada uma das prosas mais criativas pós-Guimarães Rosa, pós-*Galáxias* de Haroldo de Campos. No *Catatau*, como nas *Galáxias*, a linguagem é experimentada em seus limites extremos.



contém quarenta foto-poemas, em folhas soltas. Dispostos em dois formatos diferentes, trinta das folhas têm seus poemas posicionados na horizontal, na parte superior da lâmina, enquanto dez folhas têm seus poemas em posição vertical, alinhados à direita da lâmina.



A arquitetura do livro-caixa, sua estrutura de folhas sem numeração, impede o observador de qualquer tentativa de sequencializar a leitura, ou o que pode ser interpretado como um deslocamento por ruas sem endereço. Impedido de criar focos de atenção privilegiados, ou sequências capazes de sugerir estruturas narrativas, o fotolivro “recria” no leitor a sensação de procrastinar pela cidade, imerso em acontecimentos sutis que só um olhar atento é capaz de capturar. Feito de cenas cotidianas de Curitiba, *Quarenta Clics* “recria”, através da combinação de poemas e fotografias, o deslocamento descentralizado pelas ruas da cidade.

As fotografias de Jack Pires, construídas com um inconfundível tom de coloquialidade, são registros de pessoas que executam atividades triviais na paisagem local. Os poemas de Paulo Leminski, elaborados com grande variedade de estruturas, são feitos, quase em sua totalidade, com o acentuado tom de coloquialidade, também observado nas fotos, podendo ser diretamente comparados às cenas, e/ou às capturas de cenas, em instantâneos cuja trivialidade assemelha-se aos instantes fotografados.

### O quase-haikai de Leminski

Poema de origem japonesa (PAZ 1976; LEMINSKI 1983; FRANCHETTI 2008; GUTILLA 2009), o haikai descende de um processo de adaptação cultural -- é a soma da escrita importada da China (kanji ou “escrita chinesa” ou “ideogramas chineses”) e assumida como própria pelo povo japonês, à língua genuinamente japonesa, um misto bem sucedido que resultou

numa vasta produção poética criativa. O haikai “imortalizado por Matsuo Bashô<sup>7</sup> no século

XVII, foi adaptado de diferentes modos aos padrões poéticos ocidentais” (TÁPIAS, 2008: 8).

Paulo Leminski, considerado o principal representante da poesia japonesa em língua

---

<sup>7</sup> Bashô nasceu em 1644 na província de Iga e faleceu em Osaka em 1694. Foi o poeta mais famoso do período Edo no Japão. É reconhecido como o mestre da sucinta forma haikai de escrever poesia (LEMINSKI, 1983).



portuguesa, relaciona sua poética à forma nipônica de maneira singular -- o haikai é compreendido como uma experiência de simplicidade sensorial. Leminski encontra no haikai a principal moldura estético-filosófica para as suas criações -- o “investimento no coloquial, no espontâneo, no improvisado, o aproveitamento mais direto dos conteúdos da própria existência individual como matéria de poesia” (SANDMANN, 1999: 123).

O haikai funciona para Leminski, segundo Campos (1972: 65), como “uma espécie de objetiva portátil, apta a captar a realidade circunstante e o mundo interior, e a convertê-los em matéria visível”.

Trata-se de uma poesia com forma breve, conteúdo variado, rarefeito, sucinto e altamente tensionado, “uma representação gráfica de ideias de grande enxutez” (CAMPOS, 1972: 63). Do ponto de vista da metrificação, o haikai é um

poema breve de 17 sílabas, o haikai é organizado em três versos, sendo o primeiro composto de cinco sílabas, o segundo de sete e o terceiro de cinco. Não há título, nem seus versos possuem rima. Sua forma é bastante simples. Essa simplicidade, característica marcante da poesia, da arte e da vida japonesa de uma forma geral, não significa pobreza, mas é sinônimo de serenidade, tranquilidade e despojamento. É o simples repleto de subjetivismo, com rica mensagem e reflexão. Cabe a nós, leitores, inferir o que está nas entrelinhas, nos jogos de palavras (SOUSA, 2007: 11).

De acordo com Nakaema (2011: 255), uma das peculiaridades de Paulo Leminski é sua maneira diferenciada de compor haicais,

diferentemente do haikai japonês da Escola de Bashô, o de Paulo Leminski possui forma breve não necessariamente correspondente a dezessete sílabas. Assim, quanto ao plano da expressão, há haicais de Leminski que possuem mais de três versos e versos com número de sílabas poéticas variadas. É possível também encontrar poemas com rimas, aliterações, assonâncias, entre outros recursos poéticos, bem como a presença de títulos. Com relação ao plano da expressão, nem sempre há nos poemas de Leminski o termo sazonal kigô ou o ideal zen budista de iluminação.

*Quarenta Clica em Curitiba* integra intermediaticamente a objetiva portátil dos haicais de Leminski aos instantâneos fotográficos de Pires.

## Semiótica

Parte fundamental da fundamentação teórica baseia-se na Semiótica ou Teoria Geral dos





Signos, de C.S.Peirce, especialmente em sua Gramática Especulativa e nas classificações sígnicas (Bergman & Queiroz 2014).

Deve-se notar que estamos fazendo uma *análise de processos semióticos* do fenômeno, logo, uma teoria dos signos que aborde fenômenos gerais de linguagem deve constituir o caminho mais indicado para desenvolver com êxito este trabalho. Porque estamos analisando relações entre texto escrito e fotografia, uma teoria lingüicêntrica, isto é, baseada nos estudos das línguas naturais, não parece ser pertinente. Como Peirce é reconhecidamente “anti-lingüicêntrico” (QUEIROZ 2004) e desenvolveu diversas classificações de signos (EP 2:289-99 e 478-91; FREADMAN 2001), podemos aplicá-lo em estudos de diferentes sistemas e processos. Tais classificações permitem descrever a natureza de processos semióticos, as relações entre processos de diferentes natureza, e o impacto, ou efeito, que tais processos tem sobre os intérpretes.

Como vimos, fotografia e poema -- haikai -- estão “acoplados” pelo que chamamos de *momento percebido* por fotógrafo e poeta, ou *instante*, e materializado nas distintas mídias. A relação semiótica entre foto-poema e *instante* pode ser classificada de indexical. Peirce descreve com frequência esta relação como dependente de conexões tempo-espaciais entre signo e objeto -- “um índice é um signo que se refere ao objeto que denota em virtude de ser realmente afetado por este objeto” (CP 2.248). Como definir “conexão física”? A noção de co-variação, característica de processos de secundidade, é a explicação mais comum. Diversas relações parecem satisfazer estas descrições. De um pronome demonstrativo, que “força atenção para um objeto particular, sem descrevê-lo” (CP 1.369), a um sintoma físico; termômetros (co-variação entre a altura da coluna de mercúrio e temperatura), hidrômetros (CP5.73), barômetros, balão de vento (co-variação da posição do balão e a direção do vento), etc, estão entre os exemplos mais mencionados.

O índice, quanto à sua atuação, tem dois componentes principais -- contiguidade física e direcionamento de atenção. A primeira está relacionada a uma atuação causal, como por exemplo, fumaça e fogo, pode-se dizer que a fumaça é um índice do fogo, pois o fogo causa a fumaça. A segunda atuação acontece quando o índice serve para chamar a atenção para um item



particular, sem desenvolvimento no tempo, ou espaço, como uma seta ou um dedo indicando alguma coisa (ATKIN, 2005). Outra característica do índice é que ele não necessita de nenhuma semelhança com seu objeto representado, tampouco precisa de qualquer interação cognitiva para existir como um fato. Esta interação só será necessária para reconhecer um índice, numa relação já existente. Além disso, o índice não afirma, ou caracteriza o objeto; ele apenas indica sua existência ou presença.

A fotografia, nesse sentido, “nos diz que algo aconteceu, tal qual está dado aos nossos olhos. Pura contingência ou confluência de tempo e espaço. Foi preciso que o fotógrafo estivesse lá, naquele exato momento, que voltasse o olho da câmara para aquela cena e que disparasse o clique naquele exato momento em que ela acontecia” (FONTANARI; MOTTA, 2015: 132). Essa instantaneidade, esse flash do qual nascem os haicais e a fotografia, é o que Bashô afirma de sua poesia: “haikai é apenas o que está acontecendo aqui e agora” (LEMINSKI, 1983: 22).

### **Análise dos fotos-poemas**

Iniciaremos fazendo uma pequena análise de poema e fotografia, separadamente, para, em seguida, descrevermos a relação estabelecida em cada lâmina (foto-poema).

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFPA — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio II

8° Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro



Ruas cheias de gente. / Seis horas. / Comida quente. / Caçarolas.

Figura 1: Reprodução de uma das lâminas de *Quarenta Clics* (LEMINSKI, 1990).



O poema é um quarteto feito de fragmentos de coisas, fragmentos feitos de palavras únicas; de eventos que se acumulam. Sua construção é similar à técnica da montagem cinematográfica. A fotografia é uma representação do tempo frugal, uma compilação de relatos: à margem esquerda, uma mulher de pé numa banca de jornais com uma revista nas mãos e, à margem direita, um menino sentado com a mão na boca. Ambos examinando o mesmo ponto, fora da imagem. A lâmina -- o conjunto foto-poema -- é, portanto, um “recorte” fotográfico-textual do cotidiano. Elaborada com cenas triviais do dia-a-dia, as frases ou palavras soltas representam momentos cotidianos: refeições servidas tipicamente em horários fixos, em lugares tradicionais da cidade (banca de revistas, comida quente, seis horas). Imagem fotográfica e poesia verbal representam o instante percebido por poeta e fotógrafo, e podem ser interpretados como representações indexicais, visto que são marcas de uma coincidência no tempo e no espaço de um acontecimento corriqueiro, que está materializado nas duas mídias.



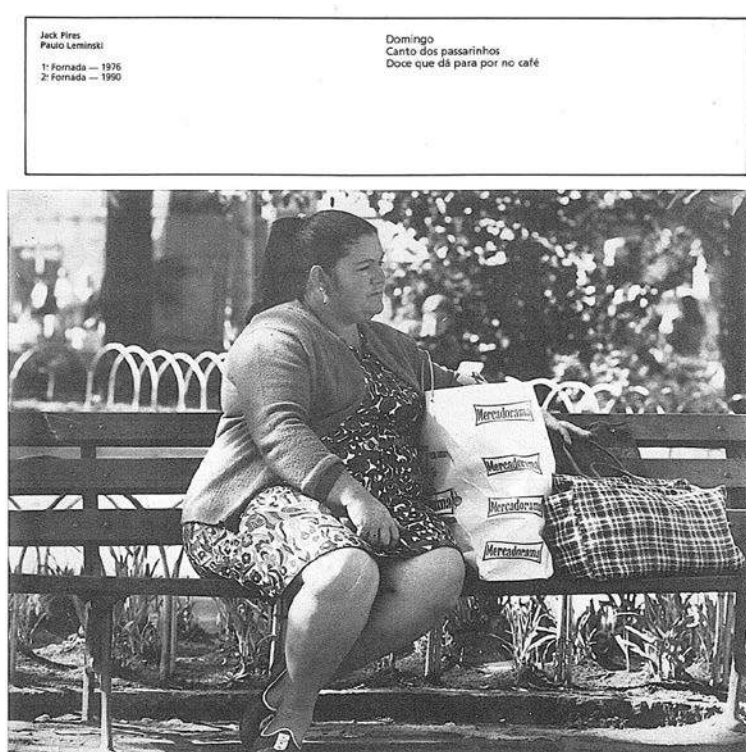
Já não chove / Pessoas molham passos / As ruas pesadas

Figura 2: Reprodução de uma das lâminas de *Quarenta Clics* (LEMINSKI, 1990).





O poema é um terceto marcado por representações corriqueiras do dia-a-dia. A primeira linha é uma condição temporal utilizada em diálogos triviais, com forte traço de oralidade (já não chove), a segunda e terceira linhas, relatos de um poeta que observa passantes. A fotografia é um flash que retrata uma cena comum de centros de cidade: dois artistas (pintores) de rua, ajoelhados, e três passantes, um senhor e duas crianças, que caminham observando o que está sendo produzido no chão. A lâmina (fotografia e poema acoplados) funciona, nesse caso, como índice do momento ou instante percebido; é uma interpretação indexical (fotográfica-textual) de um recorte bem delimitado de uma cena que é percebida só por olhares atentos, de fotógrafo e poeta.



Domingo / Canto dos passarinhos / Doce que dá para por no café  
 Figura 3: Reprodução de uma das lâminas de *Quarenta Clics* (LEMINSKI, 1990).

Sobre o poema, trata-se de um dos mais precisos exemplos de distribuição entre os versos em um terceto, um haikai exemplar da linhagem de Bashô. Construído com recortes de eventos triviais, a leitura sugere ao leitor a sensação do próprio domingo e tudo o que acontece nesse dia.

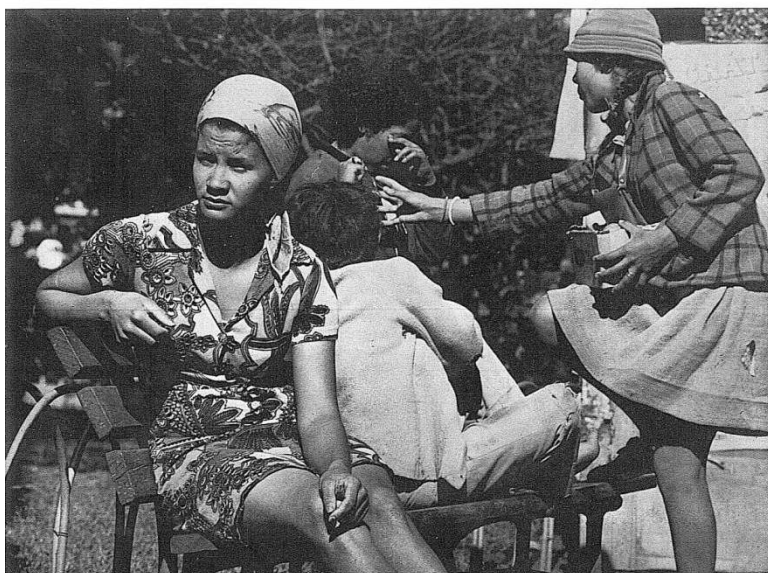
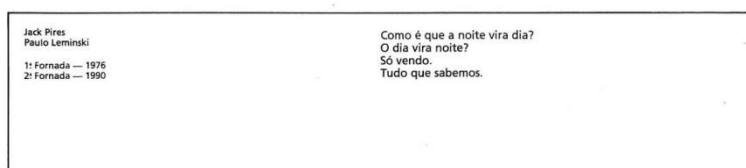




Sobre a imagem fotográfica, trata-se de uma cena trivial: uma mulher num banco de praça,



reflexiva, com a mão direita sob as pernas, e sacolas ao lado. O olhar perdido no horizonte sugere um pensamento distante dali. A lâmina ou foto-poema, funciona como uma radiografia do instante, uma captura instantânea e de teor densamente indexical. A praça fotografada se entrelaça com o canto dos passarinhos do poema, e a calma da mulher com o domingo, dia de folga. Suas sacolas podem ser de feira ou de viagem, e ambas as possibilidades encaixam-se no domingo.



Como é que a noite vira dia? / O dia vira noite? / Só vendo. / Tudo que sabemos.  
 Figura 4: Reprodução de uma das lâminas de *Quarenta Clics* (LEMINSKI, 1990).

O poema é um quase-diálogo; elaborado como que para ser lido em voz alta, é uma indagação seguida de resposta. Construído de forma a marcar a oralidade, o quarteto pode também ser um pensamento frugal. A imagem fotográfica: uma mulher sentada no banco de praça acompanhada de mais três crianças; uma menina de pé, uma outra criança também de pé atrás do encosto do banco e uma terceira de costas para a mulher, encostada nela. Cada uma delas executa uma atividade diferente, coloquial: esfregam os olhos, ajeitam os cabelos um do outro, pensam mirando coisa alguma. Lâmina funciona como uma espécie de relato do cotidiano,



dos dias vividos um a um. O registro textual como uma espécie de ferramenta que está somente



para registrar o passar do tempo ou ilustrar os pensamentos da mulher sentada com olhar apontando para fora da imagem. Instantes, ou momentos, exatos percebidos pelas objetivas de Leminski e Pires.

## Conclusão

Os experimentos intermediáticos de Leminski e Pires -- a relação entre os procedimentos verbais aprendidos com Bashô, e que envolve a compressão do instante temporal percebido, e materializado na justaposição de estruturas verbais, combinado à captura fotográfica do instante, em Curitiba, fazem de *Quarenta Clics em Curitiba* um dos mais surpreendentes exemplos da história do fotolivro de literatura no Brasil, e talvez uma das mais exemplares realizações de Leminski, nesta área.

*Quarenta Clics em Curitiba* materializa intersemioticamente o próprio princípio do haikai, o que é aparentemente insignificante, a experiência imediata, a brevidade, o aqui-e-agora. Os haicais de Leminski e as fotografias de Pires, irreduzivelmente relacionados, capturam este instante, “coloquial, livre e desimpedido”, como afirma Octavio Paz sobre a forma poética de Bashô (PAZ, 1976: 159). É quase certo que ambos, foto-poemas, quando combinados, permitem-nos fazer novas conjecturas sobre a cidade, conjecturas que não seríamos capazes de fazer antes de suas combinações.

Para arrematar o irreduzível acoplamento foto-poema -- essa relação entre haikai e fotografia -- citamos Bernard Comment, quando diz que o haikai é o gênero que “incarnaria suficientemente bem no ato fotográfico”, já que ambos buscam apreender “pedaços do mundo em sua instantaneidade antes de desaparecer” (FONTANARI; MOTTA, 2005: 135). Enfim, as formas imagéticas e verbais, semioticamente, materializam mais que o significado de *instante*, e sim o próprio *instante*, percebido e capturado, mais que somente pelo poeta ou fotógrafo, sim pelo “composto” que é a lâmina.



## Referências

### Livro

BOOM, M. e PRINS, R. *Photography between covers: the Dutch documentary photobook after 1945*. Amsterdam: Fragment Uitgeverij, 1989.

CAMPOS, Haroldo. *A arte no horizonte do provável*. São Paulo: Editora Perspectiva S.A., 1972.

GUTILLA, Rodolfo. *Boa Companhia - Haikai*. São Paulo: Companhia das letras. 2009.

LEMINSKI, Paulo. PIRES, Jack. *Quarenta clics em Curitiba*. Curitiba: Editora Etecetera, 1976, 1990.

\_\_\_\_\_. *Bashô*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

PAZ, Octavio. *Signos em rotação*. São Paulo: Editora Perspectiva S. A., 1976.

PEIRCE, C.S.. (1931-1935). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Electronic edition. Vols. I-VI. Hartshorne, C. & Weiss, P. (eds.). Charlottesville: Intelix Corporation. MA.: Harvard University.

\_\_\_\_\_. (1958). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Vols. VII-VIII. Burks, A.W. (ed.). Edição Eletrônica. Charlottesville: Intelix Corporation (1994 [1866-1913]).

QUEIROZ, João. *Semiose Segundo Peirce*. São Paulo: EDUC, 2004.

TÁPIA, Marcelo. *Lumes: Uma antologia de haikais / de Pedro Xisto; seleção, textos e notas de Marcelo Tápia*. São Paulo: Berlendis & Vertecchia, 2008.

WOLF, Werner. *The Musicalization of Fiction: A Study in the Theory and History of Intermediality*. Amsterdã e Atlanta, GA: Rodopi, 1999.

WOLF, Werner. *Intermediality Revisited. Reflections on Word and Music Relations in the Context of a General Typology of Intermediality*. In: LODATO, Suzanne et al. *Word and Music Studies: Essays in Honor of Steven Paul Scher on Cultural Identity and the Musical Stage*. Amsterdam: Rodopi, p.13-34, 2002.

### Capítulo de livro ou verbete assinado em enciclopédia

MÜLLER, Jürgen E. *Intermedialidade revisitada: algumas reflexões sobre os princípios básicos desse conceito*. In: DINIZ, Thais F. N; VIEIRA, André S. *Intermedialidade e Estudos Interartes: desafios da arte contemporânea*. Belo Horizonte: Rona Editora. p 75-95. 2012.

\_\_\_\_\_. *Intermediality and Media Historiography in the Digital Era*. Acta Univ. Sapientiae, Film and Media Studies. p.15-38, 2010.

\_\_\_\_\_. *Video – or the Intermedial State of the Art*. In: HEUSSER, Martin; CLÜVER, Claus; HOEK, Leo; WEINGARDEN, Lauren (Orgs.). *The Pictured Word. Word&Image Interactions II*. Amsterdã e Atlanta, GA: Rodopi. p. 347–56. 1998.

RAJEWSKY, Irina O. *A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermedialidade*. In: DINIZ, Thais F. N; VIEIRA, André S. *Intermedialidade e Estudos Interartes: desafios da arte contemporânea*. Belo Horizonte: Rona





Editora. p.51-73. 2012.

\_\_\_\_\_. Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality. *Intermédialités*. n. 6, p.13-64, outono 2005.

### Dissertações ou Teses

SOUSA, Tatiane A. Haicais de Bashô: o oriente traduzido no ocidente. Fortaleza. 2007. 136f. Dissertação (Mestrado). Universidade Estadual do Ceará.

### Artigo em Periódico

ATKIN, A. Peirce on the index and indexical reference. *Transactions of the Charles S. Peirce Society*, 41(1), 161–188. 2005.

CLÜVER, Claus. Inter textus / Inter artes / Inter media. *Aletria: revista de estudos de literatura*. Belo Horizonte: POSLIT, Faculdade de Letras, n.14, p.11-41, jul./dez. 2006.

\_\_\_\_\_. Intermedialidade. *Revista de Pós-graduação em Artes da Escola de Belas Artes da UFMG*, Belo Horizonte: UFMG. p.8-23. 2011.

ELLESTRÖM, Lars. The Modalities of Media: A Model for Understanding Intermedial Relations. In: ELLESTRÖM, Lars. *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Houndmills: Palgrave Macmillan. p.11-48. 2010.

FONTANARI, Rodrigo; MOTTA, Leda Tenório. A tentação do haikai e a experiência traumática da fotografia em Roland Barthes. *Aletria: Poéticas das imagens*. n. 2. v. 24, maio-agosto. 2014.

NAKAEMA, Olivia Y. Haicais de Paulo Leminski: uma abordagem semiótica. *Cad. Pesq. Grad. Letr. USP*, v. 1, n.1, jan-jun. p. 252-260. 2011.

MOSER, Walter. As relações entre as artes: por uma arqueologia da intermedialidade. *Aletria*. 2006.

SANDMANN, M. Nalgum lugar entre o experimentalismo. 123 *Revista Letras*, Curitiba. Editora da UFPR. n. 52, p. 121-141, jul.dez. 1999.

### Trabalhos publicados online

FRANCHETTI, Paulo. O haikai no Brasil. *Alea: Estudos Neolatinos*. vol.10 no.2 Rio de Janeiro July/Dec. 2008. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1517-106X2008000200007](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-106X2008000200007)> Acesso em: 12 jan. 2015.

FREADMAN, A. (2001). The Classifications of Signs (I): 1867 - 1885. In M. Bergman & J. Queiroz (Eds.), *The Commens Encyclopedia: The Digital Encyclopedia of Peirce Studies*. New Edition. Pub. 150410-2136a. Retrieved from <<http://www.commens.org/encyclopedia/article/freadman-anne-classifications-signs-i-1867-1885>>

M. Bergman & J. Queiroz (Eds.). 2014. *The Commens Encyclopedia: The Digital Encyclopedia of Peirce Studies*. New Edition. Pub. 150410-2136a. Retrieved from <<http://www.commens.org/encyclopedia/>>



KANEOYA, Iochihiko. O haikai, haikai ou haiku. Nipocultura. 2008. Disponível em: <<http://www.nipocultura.com.br/?p=242>> Acesso em 10 dez. 2014.

## **Instachatos: na contramão do processo de construção de popularidade no mundo virtual <sup>1</sup>**

Bianca ANTUNES<sup>2</sup>

### **Resumo**

O artigo parte de um texto de uma matéria publicada na Revista Veja, intitulada “Os chatos do Instagram”, para pensar como se dá o processo de desconstrução de popularidade no aplicativo, em um movimento que vai na contramão do que vem sendo feito nas redes sociais onde acontece a disputa por curtidas, compartilhamentos e comentários. O objetivo é entender como Instagram, ao ganhar força com a popularização de smartphones e tablets, se tornou uma plataforma de busca pela projeção pessoal, onde o hábito de registrar passou a ser essencial, numa espécie de documentação do cotidiano. Espera-se também discutir o que motiva os “instagramers” (usuários do Instagram) a agirem dessa forma na busca pelo desejo de ser valorizado socialmente e bombardearem as redes sociais com fotos; o porquê de abrirem mão da sua privacidade em troca de um afago na cabeça, que é representado pelo curtir; qual a razão de serem considerados instachatos pelos usuários do aplicativo; o que funciona e não funciona na rede virtual, pensando nas regras e condições. A hipótese que será trabalhada nesse artigo, com base inicial nos comentários da matéria e no próprio texto publicado, será de que as relações mediadas pelas tecnologias móveis e digitais de comunicação promovem e, ao mesmo tempo, desconstruem o processo de visibilidade e de construção de popularidade nesses aplicativos. A análise tem como base o perfil da modelo Gracyanne Barbosa e do ator maquiador Fernando Torquatto, que usam o Instagram para bombardear a rede social com fotos. Para entender esse processo, são utilizadas abordagens teóricas de autores como Stuart Hall, Paul Ricouer, Michel Foucault, Guy Debord e Paula Sibília para trabalhar conceitos de representação, regimes de visibilidade e celebração.

### **Palavras-chave**

Instagram; desconstrução; popularidade; celebridade; representação

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 (Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda - Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

## Introdução

Em 12 de fevereiro de 2013, o jornal Folha de São Paulo publicou uma matéria com o título “Aplicativos e câmeras da moda incentivam 'hiperdocumentação' do cotidiano na web”. O texto descreve um tipo de usuário do Instagram que bombardeia com fotos uma das mais bem-sucedidas redes sociais de compartilhamento de imagem. Na ocasião, o assunto movimentou controvérsias, gerou afetações, sendo recomendado 1,8 mil vezes no Facebook, e acabou repercutindo outras matérias com o mesmo enfoque. Em 24 de outubro de 2013, com o título “Os chatos do Instagram - eles não se tocam e entopem o celular alheio com uma profusão de imagens banais, egocêntricas e com frases pseudofilosóficas”, a Revista Veja fez uma reportagem para falar do mesmo tema, só que utilizando um tom bem mais contundente.

As duas matérias chamaram a atenção pelo fato de abordar um comportamento que está na contramão de tudo o que vem sendo desejado e discutido atualmente nas redes sociais, que é a construção do processo de popularidade em busca de curtidas, compartilhamentos e comentários. Em função, elas são o mote para se começar a pensar como surgem os problemas de representação de si no mundo virtual, tomando como base dois perfis bastante badalados no Instagram: o da modelo Gracyanne Barbosa (@graoficial) e do maquiador Fernando Torquatto (@torquatto\_oficial).

Figura 1 – Perfis @graoficial e @torquatto\_oficial



Fonte: Instagram, 2015

Pretende-se aqui olhar para as representações midiáticas a partir dos conceitos apresentados por Stuart Hall (1997) e Jacques Rancière (2012), buscando perceber de que maneira eles se confrontam e se complementam. Para entender o processo de espetacularização e de visibilidade serão aplicadas contribuições de Guy Debord (1997) e Paula Sibília (2008).

Nesse sentido, esse tipo de enfoque pode ser particularmente interessante para se pensar algumas questões primordiais para a comunicação: como Instagram, ao ganhar força com a popularização de *smartphones* e *tablets*, se tornou uma plataforma de busca pela projeção pessoal, onde o hábito de registrar passou a ser essencial, numa espécie de documentação do cotidiano; e como relações mediadas pelas tecnologias móveis e digitais de comunicação promovem e, ao mesmo tempo, desconstroem o processo de visibilidade e de construção de popularidade nesses aplicativos. Espera-se também discutir o que motiva os "instagramers" (usuários do Instagram) a agirem dessa forma na busca pelo desejo de ser valorizado socialmente e bombardearem as redes sociais com fotos; o porquê de abrirem mão de sua privacidade em troca de um afago na cabeça que é representado pelo curtir; qual a razão de serem considerados instachatos pelos usuários do aplicativo; o que funciona e não funciona na rede virtual, pensando nas regras e condições; e como essa demanda constrói representações de si, moldando o sujeito e a sua trajetória.

### **A espetacularização no Instagram**

Com a câmera digital incorporada a dispositivos móveis e à internet, nunca se fotografou, distribuiu e consumiu fotografia como nos dias de hoje. Nesse contexto, o hábito de registrar tudo, do sorriso dos filhos a ida à academia, ganhou força com a popularização de aplicativos como o Instagram. Trata-se de uma ferramenta gratuita de compartilhamento de imagens para celulares, computadores e *tablets* com sistema operacional iOS (*gadgets* da *Apple*), Android e *Windows Phone*, que ultrapassou a



marca de 300 milhões de usuários ativos e onde, em todo o mundo, são publicadas 40 milhões de fotos por dia, segundo dados recentes da empresa.

O aplicativo também funciona como uma rede social, sendo possível comentar e “curtir” as publicações. Permite ainda compartilhar fotos com o Facebook, Twitter, Foursquare e Flickr, ampliando assim a divulgação das imagens em redes exteriores a ele e conferindo importância ao processo fotográfico, tanto na sua obtenção quanto na transmissão das imagens. Além disso, há um sistema de uso de *tagging* que permite buscar fotos que foram marcadas pelas mesmas *hashtags*.

Sobre o caráter estético, o Instagram oferece uma multiplicidade de formas de imagem através do uso de filtros e enquadramentos que otimizam o processo de edição. O formato quadrado das fotos, de proporção 3:2, lembra o das antigas câmeras instantâneas Polaroid. O resultado visual com cores esmaecidas adota um estilo vintage e apresenta um apelo nostálgico para as fotos que ora atribui características de décadas passadas, ora artística.

Dessa forma, a facilidade na manipulação e no manuseio transforma leigos em pseudoprofissionais. Essa praticidade que o aplicativo proporciona e o uso simplificado do aparato fotográfico colocou em evidência as formas de distribuição de imagens, ampliando assim o processo de celebração dos usuários. A partir disso, é possível pensar em um mundo de mídias móveis onde experiências cotidianas, como o ato de fazer e publicar uma fotografia, assumem uma dimensão excepcional de visibilidade. Nesse contexto, *smartphones*, *tablets* e computadores são considerados importantes ferramentas de comunicação não só para registro do cotidiano, mas de construção de visibilidade e de representação de si.

Nessa arena de disputa diária no Instagram, quem consegue atrair um maior número de seguidores ganha visibilidade e, conseqüentemente, um lugar de destaque na rede. Assim, é possível perceber que a espetacularização da vida é alimentada pelas relações mediadas por imagens postadas nas redes sociais onde os sujeitos expõem suas ideias, gostos e pensamentos.

Para Guy Debord, o espetáculo “não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997:14).

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social levou, na definição de toda a realização humana, a uma evidente degradação do ser em ter. A fase presente da ocupação total da vida social em busca da acumulação de resultados econômicos conduz a uma busca generalizada do ter e do parecer, de forma que todo o «ter» efetivo perde o seu prestígio imediato e a sua função última. Assim, toda a realidade individual se tornou social e diretamente dependente do poderio social obtido. Somente naquilo que ela não é, lhe é permitido aparecer (DEBORD, 1997:17).

Também seguindo a mesma linha de raciocínio, mas trazendo para o momento atual, Paula Sibília (2008) se aproxima de Debord (1997) quando ambos concordam que há uma espetacularização da vida. Segundo Sibília (2008), “trata-se, em suma, de um verdadeiro caldeirão de novidades, que ganhou o pomposo nome de “revolução da Web 2.0” e acabou nos convertendo em personalidades do momento”. Para ela, certas ferramentas como *blogs* e *Youtube* seriam estratégias que os sujeitos contemporâneos colocam em ação para responder a essas novas demandas socioculturais, balizando outras formas de ser e estar no mundo.

Já neste século XXI que está ainda começando, as “personalidades” são convocadas a se mostrarem. A privatização dos espaços públicos é a outra face da crescente publicização do privado, um solavanco capaz de fazer tremer aquela diferenciação outrora fundamental. Em meios aos vertiginosos processos de globalização dos mercados em uma sociedade altamente midiaticizada, fascinada pela incitação à visibilidade e pelo império das celebridades, percebe-se um deslocamento daquela subjetividade “interiorizada” em direção a novas formas de autoconstrução (SIBÍLIA, 2008, p.23).

Em função do exposto acima, partimos da premissa que é preciso pensar em algo que não seja apenas o aspecto ferramental do Instagram para entender a razão de ele ter se tornado um modismo. Não estamos nos referindo a computadores e smartphones com funções de câmera fotográfica, mas sim à construção de relações produzidas pela ferramenta. Vale lembrar que os aplicativos móveis, conhecidos como *apps*, conferem novas dimensões aos dispositivos já que possibilitam passarmos grande parte do tempo com a tecnologia móvel na palma das mãos, permitindo uma integração com a rotina diária das pessoas.

Hoje, as tecnologias sem fio estão transformando as relações entre as pessoas e criando novas formas de visibilidade. Cada vez mais inseridos na rede, os usuários ficam atentos à repercussão da imagem postada, aguardando assim o retorno da audiência que vai curtir ou comentar a foto. Ali se publicam fotos com a expectativa de uma visualização por outras pessoas, no desejo de ver e de ser visto. Ao compartilhar o seu cotidiano com o outro, o sujeito alcança o status da visibilidade, consolida a sua demanda por narrativa e alimenta a profusão de imagens. Nesse sentido, os próprios atores que engendram esse processo parecem ter ciência de sua participação ativa na mudança dos modos de visibilidade. Por esse viés, percebemos que a extensão de outros olhares dá ao indivíduo o status de observador e protagonista quanto ao conteúdo produzido por ele; torna-se, ao mesmo tempo, autor, narrador e personagem.

### **Instachatos: a banalização de cliques na contramão da popularidade**

Com a proliferação de artefatos midiáticos no ambiente contemporâneo, o desenvolvimento de técnicas mais recentes proporcionou facilidades no manuseio e permitiu a profusão de imagens no mundo virtual. Com isso, a relação entre fotografia e sujeito ficou à disposição para atribuir novos sentidos às dinâmicas comunicacionais e parece unificar comunicação e imagem sem maiores dificuldades.

Tomando como base o Instagram, sempre que aciona a câmera fotográfica do dispositivo para registrar o cotidiano e publica uma imagem na rede, o usuário, famoso ou não anônimo, busca causar uma boa impressão em quem o segue. Diante disso, o que os motiva é a repercussão que a imagem vai ter na rede social. Mesmo ciente de que isso tem se torna uma prática comum, é possível questionar se os donos dos perfis conseguem distinguir os pontos positivos e negativos desse processo de superexposição e de banalização de cliques.

O artigo em questão tomou como base a análise do perfil da modelo Gracyanne Barbosa que publica fotos e filmes em seu perfil no Instagram. Em busca

de visibilidade na rede, ela chega a fazer de seis a dez compartilhamentos por dia. Na maioria deles, a mulher do pagodeiro Belo aparece malhando na academia e exibindo a musculatura do abdômen, pernas, braços e coxas. Utilizando praticamente a mesma fórmula em busca de seguidores, o maquiador Fernando Torquatto mistura frases motivacionais em inglês e português e centenas de registros dele próprio e com atores e modelos famosos.

De acordo com a Veja, os dois têm em comum o fato de se enquadrarem na categoria de usuários do Instagram conhecidos como instachatos. Como a revista descreve, trata-se de instagrammers que investem em fotos monotemáticas, narcisistas, exibicionismo exagerado ou pseudofilosóficas em busca de visibilidade ou aprovação na rede. Segundo, ainda, com a publicação, eles postam imagens pensando nas reações que elas vão provocar e muitas erram a mão em função de uma quantidade tão avassaladora de imagens.

Como explica Sibília,

Até mesmo a entusiasta revista Time, apesar de toda a euforia com que recebeu a ascensão de você e a celebração do eu na web, admitia que esse movimento revela “tanto a burrice das multidões como a sua sabedoria”. Algumas pérolas lançadas no turbilhão da internet “fazem-nos lamentar pelo futuro da humanidade”, declararam os editores da publicação, e isso somente em função dos erros de ortografia, sem considerar “a obscenidade e o desrespeito gritante” que também costumam abundar por esses territórios. (SIBÍLIA, 2008, p. 9-10)

Para a autora (2008), trata-se de um novo fenômeno que une uma mistura inédita e complexa destas duas vertentes contraditórias.

Por um lado, a festejada “explosão de criatividade” vincula-se a uma extraordinária “democratização” dos canais midiáticos. Esses novos recursos abrem uma infinidade de possibilidades que eram impensáveis até pouco tempo e que agora são extremamente promissoras, tanto para a invenção quanto para os contatos e trocas [...] Por outro lado, porém, a nova onda também desatou uma revigorada eficácia na instrumentalização dessas forças vitais, que são avidamente capitalizadas a serviço de um mercado capaz de tudo devorar para convertê-lo em lixo. (SIBÍLIA, 2008, p.10-11).

Mesmo ciente de que é totalmente possível para um usuário do Instagram deixar de seguir o perfil considerado inconveniente, é preciso discutir as regras e

consequências do jogo de disputa, em busca de visibilidade, que acontece na rede social. O que vimos é que, mesmo sendo considerados instachatos, os dois perfis citados acima abarcam um número considerável de seguidores: @graoficial tem 1,9 milhões e mais de 8.170 fotos publicadas; Já @torquatto\_oficial tem 499 mil e cerca de 12 mil fotos publicadas. Essa controvérsia traz uma questão que nos interessa e que nos leva a pensar que, apesar de serem considerados “chatos”, eles mantêm a popularidade em alta no Instagram.

### **Representação de si na busca pela popularidade**

Já desde a sua origem a fotografia se apresenta como importante meio de representação que possibilita a construção e transmissão de uma determinada imagem de si, para si e para os outros. Interessa-nos, particularmente, nesse contexto convocar o papel da fotografia enquanto instrumento de representação das pessoas e de seus percursos e no conhecimento de si mesmo. Postar uma foto para ser visto e reconhecido pelo outro, de certa forma, contribui para sua sociabilidade e cria uma valorização de sua representação para obter sucesso, seguidores e ser aceito no mundo virtual.

Para Hall (1997), a representação tem um papel central na medida em que integra o processo principal na produção da cultura e das relações sociais. Segundo ele, a cultura é um compartilhamento de significado que é dado às coisas através da forma como as utilizamos no cotidiano, bem como as representamos nas palavras. Hall afirma que é na linguagem onde os significados são produzidos e, através dela, pensamentos e valores são representados na cultura. Dessa maneira, além de regular e organizarem nossas práticas e condutas, os significados ajudam a estabelecer regras e normas da vida social.

Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of culture. It does involve the use of language, of signs and images which stand for or represent things.



But this is a far from simple or straightforward process, as you will soon discover (HALL, 1997, p.15)

Nesse sentido, o autor aponta as múltiplas facetas que as representações adquirem ao longo dos usos e que podem mudar ou até mesmo desaparecer. Para ele, os processos de construção das representações estão quase sempre relacionados às questões econômicas, sociais, políticas, tendo a ver com lutas por imposição de certos sentidos, num jogo incessante de interpelação do outro. Por isso, ele aponta que as coisas em si não possuem um significado único, fixo e imutável já que os sujeitos dão significados aos objetos, pessoas e acontecimentos. É pelo uso das coisas, o que dizemos, sentimos e pensamos em relações a elas que as representamos. Conforme Hall (1997, p. 18), “meaning depends on the relationship between things in the world – people, objects, events, real or fictional – and the conceptual system, which can operate as mental representations of them”.

Hall (2007) também traz à discussão a característica de instabilidade do significado que é comparado a um jogo ou a um deslizamento. Nesse sentido, novas interpretações podem assujeitar o significado, trazendo novas leituras de valores e conceitos. Esse caráter transitório das percepções e o fato de as representações espelharem vivências específicas em diferentes sociedades sofrendo permanente mudanças possam explicar o sobe e desce da popularidade das celebridades no Instagram. Procurar entender como e de que maneira os instagrammers estão sendo mostrados, bem como tomar conhecimento de que maneira isso vem acontecendo, torna-se relevante para uma compreensão de intercâmbio de significados entre os seguidores do aplicativo.

Levando em consideração que o crescente desenvolvimento dos meios de comunicação contemporâneos acentua as formas e os modos de representação, vale ressaltar que o caráter similar entre a imagem visual e a realidade confere um realismo às representações visuais, aparentando ser ou mesmo se apresentando como retrato do mundo. Assim, como podemos ver no Instagram, na representação midiática, as imagens são produzidas e pensadas, propositalmente ou não, para que

sejam de certa forma. Nesse sentido, enquadramento, filtros e recorte podem influenciar as percepções das pessoas sobre o mundo, onde as representações visuais têm assumido a do mundo real em função dessa gama de meios e tecnologias da comunicação.

Desenvolver uma reflexão em torno disso implica atender ao fato de que a fotografia pode apresentar-se como um de vários sistemas simbólicos de representação que atribuem significado a pessoas, acontecimentos e objetos, contribuindo para o estabelecimento da imagem que os indivíduos criam de si mesmos e da realidade em que estão inseridos. A imagem fotográfica não é apenas produzida pela máquina. O fotógrafo determina escolhas e impõe normas e valores àquilo que fotografa. Escolha de assuntos, enquadramentos, momentos e filtros no Instagram são intervenções humanas. Sendo assim, a fotografia pode constituir uma representação da imagem que os indivíduos dão de si mesmos e das realidades onde estão inseridos. Nos perfis em questão, @graoficial e @torquatto\_oficial, a forma como se fizeram representar nas imagens postadas no Instagram apresenta os dois, praticamente, com a mesma postura de exibição do corpo e olhando diretamente para a câmara.

Para Rancière (2012), que nos faz pensar acerca da representação como regime de pensamento da arte, o que interessa é essa dinâmica das imagens que são entendidas a partir de quem produz e ver e como elas criam circunstâncias e modo de afetação. Nesse sentido, ele opõe dois regimes de compreensão da arte: o “regime estético” e o “regime representativo”.

Pois o regime representativo da arte não é aquele em que a arte tem por tarefa produzir semelhanças. É o regime em que as semelhanças são submetidas à tríplice obrigação que vimos: um modelo de visibilidade da palavra que organiza ao mesmo tempo certa contenção do visível, uma regulação das relações entre esses efeitos de saber e efeitos do páthos, comandado pelo primado da “ação”, que identifica o poema ou o quadro a uma história; um regime de racionalidade próprio à ficção, que subtrai seus atos de palavra aos critérios normais de autenticidade e utilidade das palavras e das imagens para submetê-los a critérios intrínsecos de verossimilhança e conveniência. Essa separação entre a razão das ficções e a razão dos fatos empíricos é um dos elementos essenciais do regime representativo. (RANCIÈRE, 2012, p. 130)

Dessa forma, tomar a imagem pelo que ela possui meramente de visual significa desconsiderar o complexo jogo de relações que define o seu sentido e sua especificidade na esfera social. Segundo o autor (2012), para compreender uma obra de arte em sua verdade, não é necessário o auxílio de um orador que explique sua intencionalidade a partir de uma relação estável entre forma e conteúdo – caracterizando o efeito que se pretende ter a partir de tal ou qual figura de linguagem – mas sim, que o espectador possa fazer uso da arte para a vida que não estejam mais sob as regras da representação. Nesse contexto, Rancière (2012, p. 124) explica que “a representação é um desdobramento ordenado de significações, uma relação regulada entre o que compreendemos ou antecipamos e o que advém da surpresa”.

## **Conclusão**

Como se pode perceber, a representação é um conceito complexo. Nesse artigo, pretendeu-se rever algumas questões a respeito dessa definição apresentada por Hall (1997) e Rancière (2012) e articulá-las com o objeto de estudo que é o perfil de duas celebridades no Instagram, (@graoficial e @torquatto\_oficial), que ficaram conhecidas como instachatos, ao bombardearem o aplicativo com fotos. Duas matérias publicadas no jornal Folha de São Paulo e na Revista Veja foram o ponto de partida para se discutir os problemas de representação de si no mundo virtual. Para tratar das questões referentes à celebração e espetacularização no Instagram, foram utilizadas, no estudo em questão, considerações de Debord (1997) e Sibília (2008).

As contribuições teóricas foram úteis à medida que nos ajudaram a discutir alguns questionamentos sobre a representação de si em uma plataforma virtual: como as relações mediadas pelas tecnologias móveis promovem e, ao mesmo tempo, desconstroem o processo de visibilidade e de construção de popularidade, o que motiva os usuários do Instagram a agirem dessa forma e porquê de abrirem mão de sua privacidade e por que razão são considerados instachatos.

O que ficou claro no estudo é que, apesar de serem considerados instachatos, eles se mantiveram populares no aplicativo, abarcando centenas e milhares de seguidores. Foi possível também traçar um breve perfil do que podem ser considerados instachatos e celebridades no Instagram.

Embora não se tenha conclusões mais profícuas sobre todo esse processo, pensar a representação no processo visual é interessante à medida que a representação visual das imagens postadas no Instagram tem uma força muito grande em função da sua relação estreita com a vida social.

## Referências

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HALL, S. *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Thousand Oask; New Delhi: Sage, 1997

RANCIÈRE, J. *O destino das imagens*. Rio de Janeiro. Contraponto, 2012.

SIBÍLIA, P. *O show do eu*. A intimidade como espetáculo. Filigrana. V4.Indd. 12 de setembro de 2008.

## Realidade melhorada<sup>1</sup>

Menos publicidade e mais arte nas cidades

**Bruna Zanolli<sup>2</sup>**

### Resumo

Este artigo explorará possibilidades de Realidade Aumentada (RA), prática digital que adiciona imagens virtuais às atuais (vulgo reais) mediada por algum dispositivo com uma câmera. Embora muito utilizada pela publicidade, o objeto de pesquisa deste artigo é uma fresta neste contexto, que utiliza da técnica de RA para propor uma alternativa digital ao antigo problema analógico da poluição visual. Inicialmente demonstramos uma breve análise sobre a criação e utilização de técnicas de RA e num segundo momento exploramos o histórico e contexto para a criação do software The Artvertiser (principalmente trabalhos e conceitos de *culture jamming* como mídia tática e *adbusters*). Para finalizar, relatamos testes práticos com o software e a repercussão do projeto até o presente momento.

**Palavras-chave:** realidade aumentada; ativismo; arte; publicidade

### Introdução

Há décadas a publicidade analógica ocupa nosso espaço visual na forma de cartazes, *outdoors* e *banners*, invadindo as cidades com imagens que reforçam padrões de vida insustentáveis. Semeando esperanças consumistas, que são fartamente nutridas pela mídia, essas formas de propaganda são vistas por muitos como poluição visual, causando incômodo e prejuízo à saúde física e mental.

Na era pós- midiática, também o espaço virtual é alvo dessas expropriações por parte das propagandas, sendo os *banners*, *pop-ups*, anúncios flutuantes e links patrocinados em sites já parte

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT1- Arte, Imagens, Estéticas e Tecnologias da Comunicação no VIII Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação, na categoria Pós-graduação na PUC-RJ, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Bacharel e Licenciada em Artes Visuais pela Unicamp e mestranda em Tecnologias da Comunicação e Estética pela UFRJ.



# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação:  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

clique na web. Além da lógica de exposição de imagens tradicionalmente utilizada pela publicidade e repaginadas digitalmente, novas formas foram criadas utilizando tecnologias como as de realidades virtuais, que tensionam os limites entre a realidade atual e a virtual. Este panorama pode ser observado em todos os tipos de dispositivos móveis conectados à web, que se tornam cada vez mais portáteis, pervasivos e ubíquos.

O objeto de estudo deste artigo é o aplicativo de realidade aumentada chamado *The Artvertiser*, que foi iniciado por Julian Oliver em 2008. Este projeto de arte ativista e tecnologia substitui outdoors e propagandas por arte em tempo real com a mediação de um dispositivo com uma câmera. Desta maneira, o nome empregado à realidade virtual gerada pelo software é a de realidade melhorada.

## **Realidade Aumentada (RA) e Dispositivos Móveis**

Em 1940 foi publicado pela primeira vez o livro *A invenção de Morel*, escrito pelo argentino Adolfo Bioy Casares. A história contada é a de um homem que, condenado por motivos políticos, foge para uma ilha deserta do Pacífico conhecida por ser foco de uma epidemia letal. Lá encontra máquinas misteriosas e um grupo de turistas, que se diverte sem tomar conhecimento de sua presença. O refugiado então descobre Morel, inventor de uma máquina de imagens que reproduz realidades passadas. Sinto muito - - mas se faz necessário - um pequeno *spoiler*; a máquina de Morel pode ser considerada assim um antepassado protótipo poético da realidade aumentada, uma vez que projeta pessoas à realidade. Infelizmente, no caso acima citado, inclui danos colaterais irreversíveis, o que não é o caso dos trabalhos a serem abordados.



Figura 1: Cartaz de divulgação do Sensorama.

Fonte:

<http://www.telepresence.org/sensorama/index.html>

O cineasta Morton Heilig, na década de 1950, é considerado como o primeiro a propor e criar sistemas imersivos, com a produção do equipamento denominado SENSORAMA (Figura 1-acima). No Sensorama, o usuário era submetido a diversas sensações, movimentos, sons, odores, vento e visão estereoscópica, que causavam uma experiência de imersão até então

inimaginável. Heilig não conseguiu transformar sua invenção em sucesso comercial, mas certamente semeou as ideias que levaram ao desenvolvimento do que hoje conhecemos como Realidade Virtual. (KIRNER & TORI, 2006).

O conceito de Realidade Virtual (RV) foi cunhado no final da década de 1980 por Jaron Lanier, artista e cientista da computação, que buscava a fusão do real com o virtual. No entanto, foi muito antes da denominação definitiva que surgiram as primeiras experiências que deram origem a Realidade Virtual.

Na década de 1960, o cientista da computação Ivan Sutherland, criou o Sketchpad (Figura 2), que baseou o que hoje conhecemos como computação gráfica. Sutherland também produziu, no final da década de 1960, o primeiro capacete de realidade virtual (Figura 3), sendo precursor de uma série de pesquisas e desenvolvimentos que hoje possibilitam aplicações de RV e RA. Entretanto, a RV só ganhou força na década de 90 com a computação gráfica em tempo real, porém ela

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação:  
PUC RIO / UFRJ / UERJ / UFF / FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.



Figura 2: Ivan Sutherland e seu projeto Sketchpad, no MIT, em 1963. Fonte: <http://www.sun.com/960710/feature3/sketchpad.html>

necessitava de equipamentos especiais como capacete, luva, óculos estereoscópicos, mouses 3D, etc, para fazer com que o usuário fosse transportado para o espaço da aplicação, onde realiza suas interações. (KIRNER & TORI, 2006)



Figura 3: Head-mounted display desenvolvido por Ivan Sutherland. Fonte: <http://www.sun.com/960710/feature3/ivan.html>

A Realidade Aumentada (RA) trata-se de uma Realidade Misturada (RM), que se encontra entre o ambiente real e o virtual, alocando elementos virtuais na projeção dos reais. Diferentemente da RV, que virtualiza o real e necessita de um ambiente imersivo.

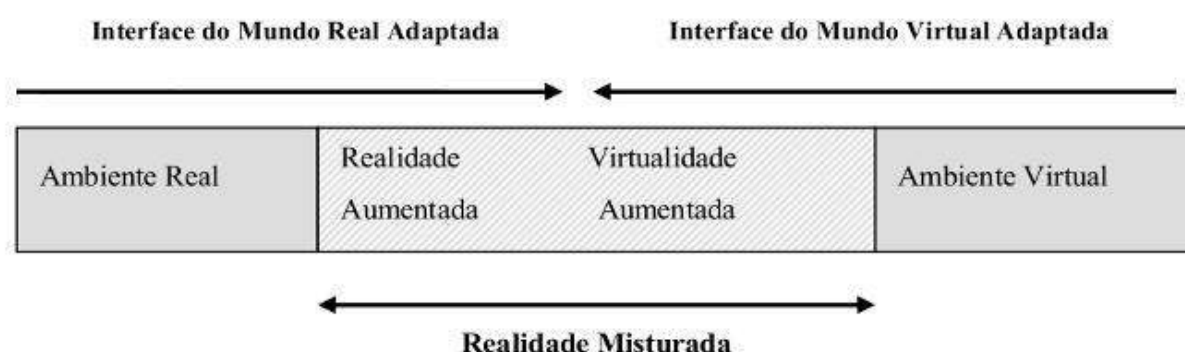


Figura 4: Ambiente de Realidade Misturada (adaptada de [Milgram, 1994]) – KIRNER & TORI, 2006

O aparecimento da RA foi possível nos anos 90 pela evolução tecnológica, permitindo a sobreposição de objetos e ambientes virtuais com o ambiente físico, através de algum dispositivo tecnológico por sobreposição, sem o uso de equipamentos especiais como óculos, capacetes, luvas, etc, permitindo que as interações ficassem mais fáceis e naturais. Mas somente a partir dos anos 2000, com a convergência de técnicas de visão computacional, software e dispositivos com melhor índice de custo-benefício, é que elas ficaram mais acessíveis (KIRNER & TORI, 2006).

Partindo agora aos dispositivos móveis, o primeiro conceito de combinação de telefonia com computação foi criado por Theodore G. Paraskevakos, que trabalhava na empresa Boeing, em 1971 e patenteado pela primeira vez nos Estados Unidos em 1974.<sup>2</sup>

Dez anos depois, começaram a aparecer os primeiros Assistentes Pessoais Digitais (PDAs em inglês), porém eles não eram integrados a telefones, eram apenas aparelhos multimídia, com diversas funcionalidades (agenda telefônica, calendário, marcador de compromissos, calculadora, relógio mundial, *notepad*, fax e games).

<sup>2</sup> U.S. Patent #3,812,296/5-21-1974 (*Apparatus for Generating and Transmitting Digital Information*), U.S. Patent #3,727,003/4-10-1973 (*Decoding and Display Apparatus for Groups of Pulse Trains*), U.S. Patent #3,842,208/10-15-1974 (*Sensor Monitoring Device*)

Na próxima década, mais especificamente em 1993, foi lançado pela IBM o primeiro produto a combinar as funcionalidades de celular com PDA, o aparelho foi chamado Simon, continha tela de toque e conseguia acessar emails. Em 1996, a finlandesa Nokia lançou o Nokia 9000, naquela época era comum se referir aos aparelhos pelo termo *PDA phone*, o termo *smartphone* só foi usado pela primeira vez em 1997 pela empresa de controle sueco Ericsson.

A popularização dos dispositivos móveis veio no final da década de 1990 com os sistemas Palm OS, Windows CE/Pocket PC e BlackBerry OS, sendo as duas primeiras, com foco em PDAs e a última com foco nos smartphones. A canadense BlackBerry lançou seu primeiro *smartphone* em 2002 (o 5810), e durante vários anos, dominou o mercado junto com a Nokia até o lançamento do smartphone da norte-americana Apple.

Em 2007, a Apple lançou o seu primeiro smartphone, o iPhone, e em 2008 a Google lançou o Android, sistema operacional gratuito que é atualmente o mais usado nos smartphones. Uma pesquisa realizada pela empresa de consultoria Gartner, relatou que em 2014 a venda de smartphones ultrapassou um bilhão de unidades<sup>3</sup>, representando dois terços do mercado global de telefonia celular do ano passado.

Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015<sup>4</sup>, o uso de aparelhos celulares como forma de acesso à internet já compete com o uso por meio de computadores ou notebooks, 66% e 71%, respectivamente. Há ainda uma pequena parcela (7%) dos pesquisados que utiliza tablets para navegar pelo mundo digital. Dentre estes, 76% das pessoas acessam a internet todos os dias, com uma exposição média diária de 4h59 de 2ª a 6ª-feira e de 4h24 nos finais de semana. *Cabe ressaltar porém, que no Brasil, o percentual de pessoas sem acesso a internet é de 51% e é gritante o recorte de classe social, escolaridade e localização geográfica desta falta de acesso.*

Em relação ao crescente uso dos softwares para dispositivos móveis, conhecidos como aplicativos, segundo dados de 2013 a loja de aplicativos Google Play Store conta com 1,3 milhão de

3 <http://www.gartner.com/newsroom/id/2996817>



opções de apps, a AppleStore com 1,2 milhão de aplicativos e para WindowsPhone são 300 mil programas.<sup>5</sup> Em 2009, David Pogue, um escritor e colunista norte-americano de artigos de tecnologia afirmou que os smartphones mais recentes poderiam ser designados por "*app phones*" para distingui-los dos menos sofisticados. Em 2010 o termo "App" se tornou tão popular que foi assinalado como "Palavra do Ano" pela American Dialect Society<sup>6</sup>. Neste mesmo ano, em setembro, a AppleStore atingiu a marca de 10 bilhões de aplicativos baixados, marca esta atingida pouco depois também pelo AndroidMarket em janeiro de 2011. Existe uma previsão da empresa transnacional de marketing tecnológico Neolane, de que em 2016 serão 44 bilhões de downloads de apps.

Com estes dados apontamos para a relevância dos dispositivos móveis num contexto global e sua crescente incidência no território brasileiro, apontando para a possibilidade de um novo perfil dos usuários da internet, o dos usuários via dispositivos móveis. Dentro deste contexto temos a combinação de dispositivos móveis com tecnologias de decodificação de marcadores, como as de Realidade Aumentada, que vem sendo considerada uma possibilidade concreta de vir a ser a próxima geração de interface popular, a ser usada nas mais variadas aplicações em espaços internos e externos (KIRNER & TORI, 2006).

### Sobre o software The Artvertiser

O aplicativo Artvertiser<sup>7</sup>, considerado uma forma de *software art*<sup>8</sup> foi iniciado na Alemanha por Julian Oliver em Fevereiro de 2008 e foi desenvolvido colaborativamente juntamente com

4 <http://www.tecmundo.com.br/sistema-operacional/60596-ios-android-windows-phone-numeros-gigantes-comparados-infografico.htm>

5 <http://www.american-dialect.org/app-voted-2010-word-of-the-year-by-the-american-dialect-society-updated>

6 Informações retidas do site <http://theartvertiser.com/>, acessado em 10 de outubro de 2014.

7 No final dos anos 1990, surge a *software art*, um trabalho de arte onde a criação ou concepção da obra é feita essencialmente via *software*.

Damian Stewart e Arturo Castro. O aplicativo permite a mediação artificial da realidade através da técnica da Realidade Aumentada, que desenvolvida sob uma perspectiva não comercial e anti-publicitária foi chamada pelos criadores do projeto de Realidade Melhorada. Tal tecnologia possibilita uma integração de informações virtuais – na forma de texto, imagem, vídeos e objetos 3D – às visualizações do mundo real, no caso projetando arte em informes publicitários.

O *Artvertiser* é uma plataforma de software para a substituição de painéis publicitários por arte em tempo real. Ele funciona ensinando computadores a “reconhecer” anúncios individuais para que eles possam ser facilmente substituídos por conteúdos alternativos, como imagens e vídeos de arte ([theartvertiser.com](http://theartvertiser.com) – tradução livre).

No site *The Artvertiser*, é atribuído ao instrumento a possibilidade de mudança da qualidade da imagética<sup>9</sup> do espaço público – em sua grande maioria dominado pela publicidade – de passivo e unilateral para ativo e relacional, utilizando termos da computação : de somente leitura (*read-only*) para leitura e escrita (*read-write*). Trata-se de uma ferramenta desenvolvida em software livre e distribuída para os sistemas Linux, Windows, OS X e Android.

Julian Oliver, o criador do software faz parte do *The Critical Engineering Working Group*<sup>10</sup>, cujo manifesto aponta para questões dos usos das tecnologias e de suas consequências sociais e políticas e da necessidade em se (re)inventar tecnologias. Destacamos dois pontos:

6. O Engenheiro Crítico expande o conceito de "máquina" para descrever inter-relações que abrangem aparelhos, corpos, agentes, forças e redes.

7. O Engenheiro Crítico observa o espaço entre a produção e o consumo de tecnologia. Agindo rapidamente sobre mudanças neste espaço, o Engenheiro Crítico expõe e revela momentos de desequilíbrio e decepção.

(The Critical Engineering Working Group Berlin, October 2011-2015)

Desta maneira, trata-se de uma percepção da realidade e de uma intervenção nela.

8 Imagética aqui é entendida como conjunto de imagens que simbolizem em , que descrevam a percepção de um espaço público, invocando sua percepção para além de uma foto, cheiro, som e/ou palavra específica.

9 <https://criticalengineering.org/pt> – acesso em 05/08/2015.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação:  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Lembrando os princípios da Mídia Tática (MT), que inspiraram diversos coletivos ativistas e de arte como *Critical Art Ensemble*, Mídia Tática Brasil, diversos hacktivistas, entre muitos.

Mídias Táticas são o que acontece quando mídias baratas tipo 'faça você mesmo', possibilitadas pela revolução no consumo da eletrônica e nas formas expandidas de distribuição (do cabo de acesso público à Internet) são explorados por grupos e indivíduos que se sentem lesados ou excluídos da cultura mais ampla. A mídia tática não apenas relata eventos, pois eles nunca são imparciais e sempre participativos, e é isso, mais do que tudo, que os separa da mídia dominante. (Garcia e Lovink, 1997).

Também podemos relacionar o trabalho ao histórico do grupo canadense *Adbusters Media Foundation*, que se auto descreve como "uma rede global de artistas, ativistas, escritores, estudantes, educadores e empresários que querem desenvolver um novo movimento ativista social da era da informação." e adicionam "nosso objetivo é derrubar as estruturas de poder existentes e forjar uma grande mudança na forma como vamos viver no século 21".<sup>11</sup>

Num artigo que tem como finalidade revisitar o conceito de Mídia Tática, LOVINK (2011) aproxima o ciberespaço e as ruas, colocando-os como complementares, numa relação de retroalimentação e não de contradição. "Ao invés de brigar por uma "reconciliação" entre o real e o virtual, eu prefiro bem mais uma síntese rigorosa dos movimentos sociais com tecnologia." (LOVINK, 2011, p.300). O autor ainda ressalta que as tecnologias servem para dar suporte aos diferentes tipos de protestos, mas lembra que não são elas que os disparam.

Desta maneira, salientamos para a atuação de dispositivos móveis enquanto potencializadores de mudanças sociais e políticas na sociedade através da desestabilização de estruturas de controle.

## Testes práticos e a repercussão do projeto até o presente momento

Foram realizados testes práticos e devido a dificuldade em compilar o software para linux foi necessária a ajuda de um profissional, o mestre em ciências da computação Rafael Diniz. O software Theartvertiser não possui instalador e é necessário compilá-lo para poder realizar experimentos, os repositórios para linux e android estão postados no Github. Diniz compilou o software Theartvertiser para linux, tarefa que considerou não trivial. O software não conta com uma interface gráfica e todas as operações são feitas via linha de comando em um terminal, foi necessário entrar no código e mexer nele para que funcionasse, tarefa esta que só foi possível devido ao fato dele ser um software livre.

O software funciona reconhecendo uma imagem através de um algoritmo que faz marcações através de circunferências, é necessário mover a imagem diversas vezes na frente da câmera até que ela seja mapeada, e uma vez feitas estas marcações, é escolhida uma imagem para que seja trocada pela tagueada. Segue abaixo uma imagem de um teste, onde a capa de um caderno funcionou como a imagem “publicitária” e uma foto de iconografia feminista como a imagem de “arte”. Ao mover o caderno em frente a câmera o software substitui a capa do caderno pela imagem programada (Figura 5) .

O software foi apresentado nas ruas em Berlim no festival *Transmediale* 2010, em Bruxelas, no *Europe wide Media Facades Festival*, no *Rotterdam's Image Festival*, na Alemanha e em diversos outros locais, segundo o site de Julian Oliver<sup>12</sup>. Foi criado um dispositivo no formato de um binóculo especialmente para a visualização do aplicativo. O projeto foi patrocinado pelos institutos *V2 (Institute for the Unstable Media)*, *IMAL (Interactive Media Art Laboratory)* e *Matadero Madri (Centro de Creación Contemporáneo del Ayuntamiento de Madrid)*.

Entramos em contato com Julian Oliver via e-mail no início de julho de 2015, solicitando uma entrevista para esclarecimentos em relação a como foram essas exposições e a solicitando algumas especificidades técnicas da compilação para Android para que possamos fazer testes em dispositivos móveis porém não recebemos retorno.

---

12 <http://julianoliver.com/output/>

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação:  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

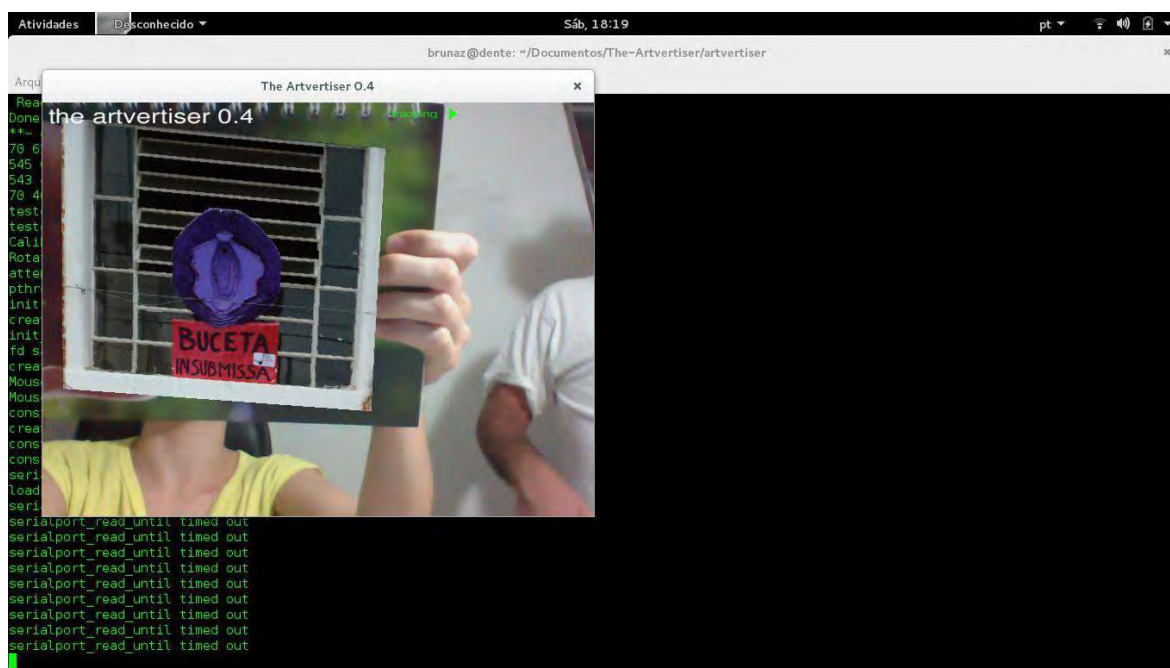


Figura 5: Printscreen teste utilizando software Theartvertiser versão linux

## Referências Bibliográficas

CASARES, Adolfo B. **A invenção de Morel**. Rio de Janeiro: Rocco. 1953.

GARCIA, David e LOVINK, Geert. **O ABC da Mídia Tática** - O manifesto inicial da Mídia Tática, 1997. Disponível em <http://brasil.indymedia.org/pt/red/2003/03/249849.shtm>  
Acessado em julho de 2015.

KIRNER, Cláudio & TORI, Romero. **Fundamentos de Realidade Aumentada**. In: TORI, Romero; KIRNER, Cláudio & SISCOUTO, Robson (Eds.) *Fundamentos e tecnologia de Realidade Virtual e Aumentada*. Belém: Editora SBC – Sociedade Brasileira de Computação, Porto Alegre. 2006.  
Disponível em: <http://webserver2.tecgraf.puc->



# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação:  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

[io.br/~abraposo/pubs/livro\\_pre\\_SVR2006/LivroSVR2006-cap13.pdf](http://io.br/~abraposo/pubs/livro_pre_SVR2006/LivroSVR2006-cap13.pdf)

Acessado em julho de 2015.

LOVINK, Geert. **Atualizando a Mídia Tática:** Estratégias de Midiativismo. In *Informação, Conhecimento e Póde:* Mudança tecnológica e inovação social. Orgs. Maria Lucia Maciel e Sarita Albagli. Rio de Janeiro: Ed. Garamond. 2011.

## Sites

<https://www.adbusters.org/>

<http://theartvertiser.com/>

<https://criticalengineering.org/>

<http://www.tacticalmediafiles.net/>

<http://midiatatica.info/>

<http://publicacoes.midiatatica.info/>

<http://julianoliver.com/output/>

## **O ARTISTA E A CONSTRUÇÃO DA HISTÓRIA NA CONTEMPORANEIDADE<sup>1</sup>**

Camila Wielmowicki Uchoa<sup>2</sup>

**Resumo:** a partir da análise do tempo na modernidade e na contemporaneidade, verificar que, o sobrevivente, o agente de mudança na construção de uma nova história é o artista. Em seguida, analisar a relação da arte com a era tecnológica, e como o artista pode aliar as técnicas ao método do Atlas Mnemosyne de Aby Warburg para tentar uma mudança de pensamento do homem e construir uma nova história para o mundo atual.

**Palavras-chave:** tempo; história; artista; arte; Aby Warburg;

### **1. Concepções de Tempo e História**

Uma questão que vem sendo levantada hoje é o que mudou desde a década de 60, início da era contemporânea, assim como um questionamento acerca desse novo tempo, da construção de nossa história e de quem a constrói.

Segundo Jacques Rancière no texto intitulado *Em que tempo vivemos?* (2009), os anos 60 marcaram o fim de um período histórico, das grandes narrativas e crenças no destino da humanidade, "história compreendida como o tempo de uma promessa a se completar". Um tempo pós.

O que acabou de acordo com o autor, foi a narrativa otimista da história, que torna possível entender o estado das coisas, e é o cenário de transformação desse estado. Sobre o estado de coisa, ele o define como uma forma da "partilha do sensível":

"Um conjunto de relações entre o perceptível, o pensável e o factível que define um mundo comum, definindo, por conseguinte, a maneira - e a medida

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT1- Arte, Imagens, Estéticas e Tecnologias da Comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Autora: Camila Wielmowicki Uchoa, formada em História da Arte na UERJ e Mestranda em Comunicação na PUC-RJ.

XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

- como esta ou aquela classe de seres humanos participa de nosso mundo comum." (RANCIÈRE, 2009, pág. 203)

Porém, em seguida, Rancière diz que, na verdade, o fim dessa grande narrativa seria uma nova montagem da mesma, uma inversão de seu significado, com duas novas versões. A primeira, otimista, mesclando a necessidade histórica marxista à fé liberalista, e a segunda, pessimista e revolucionária, na qual a humanidade democrática estaria se autodestruindo, devido sua paixão pelo consumo. Contudo, ambas estariam construídas na mesma noção que determina o que é possível e o que é impossível. O tempo, portanto, continuaria sendo singular e linear, seguindo para o mesmo sentido, e causaria uma diferenciação interna:

"...um tempo que torna aqueles que nele vivem incapazes de dominá-lo, incapazes de entender o que ele torna possível ou impossível, sempre caminhando devagar ou depressa demais para serem contemporâneos da compreensão do processo. Um tempo unidirecional global que torna as pessoas que nele vivem incapazes de entender como ele avança e para onde vai." (RANCIÈRE, 2009, pág. 210)

Assim, o autor entende que, nosso tempo histórico continuaria sendo linear, mas ao mesmo tempo, o homem ficaria preso na impossibilidade de mudança, de alteração do estado de coisas contemporâneo.

Em 1933, Walter Benjamin em seus textos críticos<sup>3</sup>, já fazia uma reflexão sobre nosso discurso a respeito da história. Para o autor, tanto a historiografia progressista que acreditava no progresso inevitável e tecnicamente previsível - como a do partido social alemão, que culminou com o nazismo - como a historiografia burguesa, com o historicismo acadêmico, que revivia o passado, se referiam a um mesmo tempo, cronológico e linear.

Então, o autor propunha um novo conceito de historiador, o materialista. Este constituiria uma experiência com o passado, porém, fundando um novo conceito de tempo, "tempo de agora", com intensidade e brevidade.

Com o avanço da Indústria, as guerras e a ascensão do capitalismo, Benjamin

---

<sup>3</sup> Reunidos em: Walter Benjamin- obras escolhidas: Magia e técnica, arte e política. Vol.1-1987

aponta no texto *Experiência e pobreza* (1933) os homens como emudecidos, com capacidade fraca de se comunicar, e alerta para uma pobreza de experiência. A experiência social, de comunidade fora substituída pela experiência vivida pelo indivíduo solitário. Ele via a necessidade de reconstrução dessa experiência, garantindo memórias e palavras comuns para combater a desagregação e esfacelamento social.

Contudo, neste novo regime da técnica, houve um declínio da memória coletiva. No estudo da *obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica* (1936), Benjamin revela que, a obra de arte perde sua aura mágica, conferida pela unicidade. Agora, pode ser reproduzida ilimitadamente. Assim, a perda da experiência única, desagregaria um sentido de tradição, associado à sabedoria, e que antes remetia a uma verdade única. A transmissibilidade da obra estaria associada a um discurso aberto.

Deste modo, o autor concluiu que, a partir das inovações da Indústria, não havia como resgatar um discurso de tradição, da verdade central. Não teríamos mais nenhuma mensagem para transmitir. Não existiria uma totalidade de sentidos, somente trechos de histórias e sonhos. Fragmentos que indicariam o fim da identidade do sujeito e da univocidade da palavra, ameaça de destruição e ao mesmo tempo possibilidade de novas significações.

Já Bertolt Brecht, em seu ensaio *As cinco dificuldades de escrever a verdade* (1934), acredita que haja uma verdade, uma outra história que precisa ser escrita e contada.

Deste modo, pontua as dificuldades de dizer a verdade sob o jugo do fascismo. Seria preciso ter coragem para falar a verdade. Revela que os temas grandes e nobres se relacionavam à época de extrema opressão. E que, portanto, a solução seria tratar de temas pequenos, do homem comum. Assim, seria a vez dos vencidos pelo fascismo colocarem sua versão da história.

Era preciso ter a inteligência de reconhecer a verdade. Aqueles que se empenhavam em notar apenas fatos insignificantes ou generalidades seriam incapazes de tornar manejáveis as coisas deste mundo. Generalidades não visavam aplicações práticas e não se dirigiam a ninguém, no final.

Era necessário tornar essa verdade manejável, buscando uma mudança na vida prática. Para dizer uma verdade sobre algo ruim, seria preciso dizê-la de maneira a reconhecer as causas que provocam esse estado, a fim de evitá-las e combatê-las.

Era imprescindível saber para quem essa mensagem seria dirigida e achar o tom certo para dizê-la. Nem lamurioso, nem muito suave. E também ter habilidades para difundi-la.

Em *a sobrevivência dos vaga-lumes* (2009), o historiador da arte Didi-Huberman faz um estudo crítico sobre o pensamento da modernidade culpada. Para tal, ele faz uma análise de cartas, pensamento e da própria história de Pier Paolo Pasolini, que influenciaram diretamente em suas obras no cinema.

Pasolini escreve uma carta ao amigo, na época do fascismo, em que relata uma noite em que estava com os amigos e que avistaram uma revoada de vaga-lumes. Para Pasolini aquele momento foi mágico, ficou admirado, vendo-os com suas luzes brilhantes e seus movimentos carinhosos. A carta terminaria com a interrupção dessa alegria pela realidade feita de culpa, com projetores e latidos de cães. Didi-Huberman entende que "Toda a obra literária, cinematográfica e até mesmo política de Pasolini parece de fato atravessada por momentos de exceção em que os seres humanos se tornam vaga-lumes - luminescentes, dançantes, erráticos, intocáveis e resistentes, sob nosso olhar maravilhado." Seriam momentos de alegria inocente e poderosa em tempos fascistas.

A partir de 1969, como destaca o autor, Pasolini passa a falar em genocídio cultural, que lançava um novo fascismo, da sociedade de massa, dos espetáculos, mais corrosivo, porque queria combater "valores, almas, linguagens, gestos e corpos do povo".

Como observa Silviano Santiago em *A revoada dos vaga-lumes* (2011), Didi também analisa a obra de Giorgio Agamben que afirma "ter sido o vaga-lume incinerado pelos holofotes midiáticos e objetivos da comunicação social."

Assim, Didi-Huberman ao verificar os argumentos de Pasolini e Agamben, chega a conclusão de que, o vaga-lume não está morto, sua luz permanece viva e intermitente frente aos holofotes dos grandes espetáculos.



## 2. O Artista, agente de mudança na história

Podemos pensar que, hoje, o vaga-lume pode ser o artista, e sua luz, a arte, que pode nos trazer uma nova tentativa de escrever nossa história.

Hal Foster no texto *Recodificação: Arte, Espetáculo, Política Cultural* (1996), identifica que neste momento contemporâneo "o artista se torna um manipulador de signos mais do que um produtor de objetos de arte." E que a arte é um "signo social ligado a outros signos em sistemas produtivos de valor, poder e prestígio" e para buscar os signos subversivos nela, que podem ter, por exemplo, relações históricas, antropológicas, políticas, é preciso partir das próprias imagens, mensagens e representações que se quer criticar, ironizar, para que a referência seja então reificada.

O artista agora habita todas as formas de arte, já existentes e historiadas. É permanentemente um intruso, experimentando as estruturas prontas, trabalhando com a interdisciplinaridade. Nicolas Bourriaud no ensaio *O que é um artista (hoje)?* (2003), acredita que, hoje existam apenas campos de signos que os artistas exploram, o que o autor chama de "Semionautas", que seria o artista que inventa trajetórias para passear entre os signos. A arte também acaba sendo um refúgio, pois abriga projetos que nem sempre se ajustam à lógica produtiva ou para a indústria e consumo.

Citado anteriormente, Giorgio Agamben, em outro ensaio, dá um sentido mais filosófico para o ser contemporâneo. No texto *O que é o contemporâneo?* (2009), o autor diz que:

"Pertence verdadeiramente ao seu tempo, é verdadeiramente contemporâneo, aquele que não coincide perfeitamente com este, nem está adequado às suas pretensões e é, portanto, nesse sentido, inatural; mas, exatamente por isso, exatamente através desse deslocamento e desse anacronismo, ele é capaz, mais do que os outros, de perceber e aprender o seu tempo." (AGAMBEN, 2009, p. 58)

Isto não significa que, para ser contemporâneo, o artista deva viver em outro tempo, ser nostálgico. Por mais que não se sinta pertencendo a ele, o homem sabe que

não pode fugir ao seu tempo, mas também não pode estar coincidindo totalmente com sua época, porque não conseguirá manter o olhar fixo sobre ela, não poderá vê-la. É necessário aderir e ao mesmo tempo tomar distância, uma relação singular, quase paradoxal. Portanto, o artista contemporâneo não deve se ater inteiramente ao passado, mas não pode rechaçá-lo totalmente.

Nas tentativas de definir quem é o artista contemporâneo, há outras denominações que categorizam os diferentes tipos de artistas de hoje, como Hal Foster<sup>4</sup>, com o artista etnógrafo.

O artista como etnógrafo é aquele que trabalha com questões da antropologia, da preocupação com o outro, da alteridade, onde o próprio artista questiona sua identidade cultural através de aproximações, e ao mesmo tempo evidencia diferenças com outros grupos, principalmente minorias (culturais) à margem da sociedade ou do sistema de arte.

Ele está empenhado na questão conceitual, possui uma postura mais preocupada em colocar questões e reflexões para a sociedade, onde a contestação econômica não está em foco, mas sim a cultural. Ao fazer uma ligação entre culturas distintas, esse artista tenta trabalhar uma linguagem que seja, em realidade, entendida por todos, justamente para que todos consigam acessar estas informações, comumente tão restritas no circuito artístico. O artista aqui é um agente de transformação política também.

Então, em mundo de fronteiras permeáveis, o Multiculturalismo traz agora minorias reivindicando seu lugar na História da Arte, o nativo como autor, e deste modo, a autoetnografia começou a ser um dos modos nos quais se podia apresentar questões individuais dentro da sociedade em que se vivia, e as questões e dramas vividos nessa sociedade também, para o mundo.

Desta maneira, a arte hoje, voltada para os conceitos, pode servir para falar da história do homem comum, de questões específicas, sociais, com maneiras próprias, como por exemplo, a ironia ou o grotesco, que fazem com que a recepção da

---

<sup>4</sup> FOSTER, Hal. O artista enquanto etnógrafo. 1996

mensagem possa provocar o indivíduo a refletir sobre o mundo atual, alterando o estado de coisas contemporâneo. Além disso, a arte agora, pode se aproveitar da era tecnológica, no sentido de que, a circulação de informações é mais abrangente e rápida.

### **3. A arte na era tecnológica**

Dentro deste cenário da era informática, é interessante analisar também a posição do espectador contemporâneo e a circulação e acesso às obras de arte.

Em palestra recente<sup>5</sup>, o antropólogo Néstor Canclini falou sobre espectadores/leitores diante do cenário tecnológico. Segundo ele, há uma preocupação com o desaparecimento de livros e consequentemente com o tempo de leitura, já que somos rodeados por televisões, cinemas, filmes, celulares, internet.

Seguindo, Canclini aponta que, em termos gerais, as estatísticas mostram que quanto mais tempo o espectador passa na frente do computador, menos leitura de livros vai ter, mas Canclini salienta que, essas estatísticas não atentam para o fato de que, na internet se lê o tempo inteiro. "A definição de leitor está muito atrelada ao livro, à leitura do papel."

O importante como destaca o autor, não é a quantidade de leitura, mas como acontece essa leitura. No caso, há estratégias para circulação maior da leitura, como por exemplo, as bibliotecas itinerantes e a disponibilização de downloads de livros em sites da internet.

Assim, se hoje o espectador está dotado de todo um aparato tecnológico com o qual se relaciona, podemos dizer que, o espectador contemporâneo é um espectador multimídia.

Na globalização não há tendência de predominância cultural sobre outra, já que o espectador multimídia é muito diverso. São diferentes grupos que tem acesso à diferentes meios de tecnologia, e vão receber as mensagens de maneiras diversas

---

<sup>5</sup> Palestra: "Espectadores y lectores frente a las pantallas: políticas para escenas emergentes", realizada na Casa Rui Barbosa, Rio de Janeiro, no dia 17 de abril de 2015.

também.

Logo, para atender a esse espectador multimídia, é preciso que a arte circule pelo máximo de meios que conseguir. Canclini diz ainda que, se há uma inércia das instituições com políticas culturais engessadas, são os movimentos culturais que tem que agir sozinhos, com dinamismo, no caso, pela rede da tecnologia.

Ao tirar a arte do museu, e poder reproduzi-la em outros meios, como sites, redes sociais, assim como em muros de praça, cinemas de bairro, galerias comerciais, etc, há uma democratização do acesso, que pode se ampliar para todos os setores sociais - geograficamente e economicamente. E Nestor Canclini conclui que, embora a tecnologia permita ampliar o ato criador a um público maior, isto não quer dizer que, todos estarão aptos a criar, mas estão aptos a conhecer, buscar uma experiência maior com a arte.

#### **4. A experiência na contemporaneidade**

Segundo Jorge Larrosa Bondía<sup>6</sup>, experiência é "o que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca. Não o que se passa, o que acontece, ou o que toca." O que estaria acontecendo hoje é que tudo estaria organizado para que nada nos acontecesse.

Então, enumera alguns fatores da falta dessa experiência.

Dentre esses fatores, o primeiro seria o excesso de informação, que é confundida com a experiência, mas que na verdade não deixa espaço para tal, seria o seu contrário. Na construção de um sujeito informado não se pode dizer que algo lhe aconteceu, que o tocou.

Outro fator que tornaria a experiência impossível é o excesso de opinião. É como se fosse uma dupla de causa-consequência, para cada informação, uma opinião seria produzida instantaneamente. Pode-se confirmar essa afirmação, ao observar a maneira como alguns programas de televisão podem induzir seus

---

<sup>6</sup> Conferência proferida no I Seminário Internacional de Educação de Campinas, traduzida e publicada, em julho de 2001, por Leituras SME: Textos-subsídios ao trabalho pedagógico das unidades da Rede Municipal de Educação de Campinas/FUMEC

telespectadores. Anunciam um tema, colocam uma versão da história e não deixam tempo para os telespectadores pensarem, já colocam no site do programa ou por telefone, uma enquete, que pede a opinião simplória com a máxima "Você concorda com isso, sim ou não?". E assim, essa sociedade informada é estimulada a ter uma opinião pessoal e rasa sobre tudo.

Em seguida, Bondía coloca que a falta de tempo também nos impossibilita de experimentar:

“A velocidade com que nos são dados os acontecimentos e a obsessão pela novidade, pelo novo, que caracteriza o mundo moderno, impedem a conexão significativa entre acontecimentos.” (BONDÍA, 2001, pág. 23)

Ele segue afirmando que, os acontecimentos são tão rápidos que impedem a formação de uma memória. E fala sobre a voracidade desse sujeito:

“O sujeito moderno não só está informado e opina, mas também é um consumidor voraz e insaciável de notícias, de novidades, um curioso impenitente, eternamente insatisfeito. Quer estar permanentemente excitado e já se tornou incapaz de silêncio.” (BONDÍA, 2001, pág.23)

Por fim, conclui que, a experiência requer um "gesto de interrupção, um gesto que é quase impossível nos tempos que correm." Parar para pensar, olhar, sentir, não ter opinião imediata, nem juízo, ter atenção, escutar, "cultivar a arte do encontro, calar muito, ter paciência e dar-se tempo e espaço." O sujeito deve estar vulnerável e correr riscos.

Ao pensar que, os meios tecnológicos exploram o máximo que conseguem das imagens, como na televisão e na internet, e que, para se ter uma experiência é necessário parar, e que não é possível que o indivíduo faça isso em casa, já que está sempre rodeado e conectado, talvez o espaço do museu, continue sendo um lugar importante para provocar a reflexão e tentativa de mudança no indivíduo. Em tal recinto, a pessoa se desconectaria e teria uma experiência pura, sem mediações tecnológicas, onde as imagens chamam mais atenção.

Apesar de ter mais força dentro do museu, nada impede que a arte circule



pelos meios tecnológicos e que, vá alterando a percepção do indivíduo, assim como seu pensamento aos poucos. Se hoje, não há mais projetos coletivos, talvez por uma temeridade de ressurgimento do fascismo, a construção de uma nova história acontecerá primeiramente no interior de cada indivíduo, e será, portanto, mais lenta.

## **5. Atlas Mnemonysyne - um método para escrever uma nova história**

É importante ainda, observar outro ponto referente ao mundo contemporâneo, tecnológico. O fato de que as pessoas não fazem mais coleções. É possível que a última geração que tenha tido este costume seja a "Geração Y", nascida até os anos 90. As crianças colecionavam brinquedos, *cd's*, filmes, etc. Após esse período, o consumismo teve grande aumento e as ideias e objetos, até mesmo os de arte, são apropriados pelo mercado, tornando-se descartáveis.

Diante de um quadro de uma grande produção de informações, pensamentos e objetos que já não estão sendo aproveitados, devido à rapidez a que o consumo condiciona os espectadores/consumidores, a noção de construção de uma nova identidade e nova história para o homem contemporâneo deve vir de materiais não inteiramente novos, mas descobrir uma novidade a partir do passado.

Em *A imagem sobrevivente* (2013) Didi-Huberman, um dos principais leitores de Aby Warburg, também historiador da arte, explica a ideia concebida pelo historiador alemão, que trabalhava com a conceito de sobrevivência, segundo o qual, seria um ser do passado que não para de sobreviver. Sua preocupação era metodológica e epistemológica, contra o conceito evolucionista da história e por uma compreensão de múltiplas possibilidades e intervalos dos períodos e hierarquias culturais.

Warburg desenvolveu esse conceito da sobrevivência quando realizou um trabalho em que, verificava na arte Renascentista, uma revitalização das formas artísticas da Antiguidade Clássica. Sua pesquisa indicava que o passado não estava morto. No entanto, esse ressurgimento no presente acontecia em momentos diferentes,

sem ordem, contrariando uma noção de tempo da tradição e da herança, de algo que depende do anterior para receber influência.

No texto *Ficções impuras* (2014), a professora Doutora Eneida Maria de Souza faz uma comparação da abordagem de Warburg, com a do filósofo Jacques Derrida, que cerca de 100 anos depois pensava a questão existencialista da obra no campo filosófico. A obra para ele era um legado espectral, uma ponte entre a obra e a vida, justapondo morte e vida, conseguindo assim sobreviver.

Segundo Eneida, ambos estariam em concordância em certa medida:

"A reflexão de ambos, no entanto, se apresenta em concordância, no sentido de apontar a importância da concepção de arquivo como sobrevivência e dos aspecto anárquico, heterogêneo e fantasmal de saberes que resistem ao tempo e se insurgem, intempestivamente, no nosso presente." (DE SOUZA, 2014, pág. 114)

Além do arquivo que sobrevive e do caráter intempestivo dos saberes, ambos também possuíam a mesma preocupação:

" Em ambos nota-se a preocupação com os deslocamentos dos campos de saber, dos períodos históricos e da ausência de hierarquia dos lugares geográficos-culturais." (DE SOUZA, 2014, pág. 115)

Contudo, enquanto o arquivo de Derrida se tratava da leitura de sua obra, que se perpetuaria após sua morte, o arquivo de Warburg era composto de uma biblioteca com aproximadamente 60 mil volumes e um Atlas de imagens.

O Atlas era composto por um grande painel de imagens, referentes à diversas culturas e tempos, observando a relação dessas imagens entre si, que vão formando discursos por quem as observa, por isso chamado de *Atlas Mnemosyne* (associado à memória). O importante para o autor é perguntar aos objetos como eles entram no contexto da arte, a História que o objeto representa.

No atlas, as imagens podem ser relacionadas de muitas maneiras diferentes. Todas podem se articular, sem uma ordem. Ao combinar e ou comparar objetos, fragmentos da história vão surgindo, não necessariamente de forma linear.

Assim, observamos que o Atlas introduz uma impureza fundamental, uma

coisa que não está fechada, passível de milhares de relações e interpretações diversas, há possibilidade de superposição de imagens, textos, idéias. Quebra a certeza, criando zonas intersticiais de exploração, ignorando axiomas definitivos, criando assim novas teorias do conhecimento. Embora as imagens estejam juntas, não tem uma unicidade, envolvem imaginação, o sensível e também a memória.

Desta forma, podemos inferir que, em um mundo com excessos, talvez não precisemos criar nada inteiramente novo, mas parar, analisar e trabalhar com um material que já possuímos estabelecer uma conexão entre o passado e o presente, para que haja uma nova perspectiva de futuro, reconstrução de uma identidade para o homem contemporâneo, e uma história em que todos os segmentos sociais tenham o devido reconhecimento.

## **BIBLIOGRAFIA**

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? e outros ensaios.** Vinícius Nicastro Honesko (Trad.) Chapecó: Argos, 2009.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica.** Francisco de Ambrosio Pinheiro Machado (Trad.) Rio Grande do Sul, Editora Zouk, 2012.

\_\_\_\_\_. **Walter Benjamin - Obras escolhidas. Vol. 1. Magia e técnica, arte e política. Ensaio sobre literatura e história da cultura.** Prefácio Jeanne Marie Gagnebin. São Paulo: Brasiliense, 1987.

\_\_\_\_\_. **Experiência e pobreza.** In: \_\_\_\_\_ *Walter Benjamin - Obras escolhidas. Vol.*

*1. Magia e técnica, arte e política. Ensaio sobre literatura e história da cultura.* Prefácio Jeanne Marie Gagnebin. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BONDÍA, Jorge L. **Notas sobre a experiência e o saber de experiência.** Conferência proferida no I Seminário Internacional de Educação de Campinas, traduzida e publicada por Leituras SME: Textos-subsídios ao trabalho pedagógico das unidades da Rede Municipal de Educação de Campinas/FUMEC. Julho de 2001.

BOURRIAUD, Nicolas. **O que é um artista (hoje)?.** *Arte e Ensaio* - Revista de pós graduação em Artes Visuais EBA-UFRJ, Rio de Janeiro, n. 10, p. 77 - 78, 2003.

BRECHT, Bertolt. As cinco dificuldades para escrever a verdade. Ernesto Sampaio (Trad.), Diário de Lisboa, abril de 1982.  
(disponível em [http://resistir.info/brecht/brecht\\_a\\_verdade.html#asterisco](http://resistir.info/brecht/brecht_a_verdade.html#asterisco))

DE SOUZA, Eneida Maria. **Ficções impuras.** In: *Sobrevivência e devir na leitura.* Eneida Maria de Souza, Dylia Lysardo-Dias, Gustavo Moura Bragança (Org.). Belo Horizonte, Editora Autêntica, 2014.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Sobrevivência dos Vaga-lumes.** Vera Casa Nova, Márcia Arbex (Trad.), Consuelo Salomé (Revisão), Belo Horizonte, Editora UFMG, 2011.

\_\_\_\_\_. **A Imagem sobrevivente- História da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg.** Vera Ribeiro (Trad.), Coleção Arte Físsil. Rio de Janeiro. Editor Contraponto, 2013.

FOSTER, Hal. Signos subversivos. *Recodificação; Arte, Espetáculo, Política Cultural*. São Paulo: Casa Editorial Paulista, 1996.

\_\_\_\_\_. **O artista como etnógrafo.** Arte e Ensaios - Revista de pós-graduação em Artes Visuais EBA-UFRJ, Rio de Janeiro, n.12, p. 136-151, 2005.

RANCIÈRE, Jacques. **Em que tempo vivemos?** Donaldson M. Garschagen (Trad.) Desenhos, pinturas e fotografias Ed Rusha. Serrote 16, pp. 203/222. São Paulo: Instituto Moreira Salles, março 2014.

SANTIAGO, Silviano. **A revoada dos vagalumes.** Jornal Estadão- seção Cultura. São Paulo, Março, 2011. (disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral, revoada-de-vagalumes-imp-,693993>)



## **Lendas urbanas na pós-modernidade<sup>1</sup>** Imagem e boato na era das redes sociais

Danton José Boatini Júnior<sup>2</sup>

### **Resumo**

As redes sociais digitais provocaram uma transformação na forma como nos relacionamos com a imagem. Fenômeno típico da pós-modernidade, o boato não escapa à regra. Uma das consequências é a utilização de forma crescente da imagem para a propagação de boatos e notícias falsas, que passam a se utilizar de fotografias, vídeos e montagens para imprimir verossimilhança à narrativa. Cria-se um cenário em que a democratização dos meios de comunicação contribui para a desinformação, uma vez que nem todos os receptores estão aptos a separar o real da ficção. A relação entre boato e imagem será analisada a partir de três casos de lendas urbanas registrados em épocas diferentes, por meio dos conceitos traçados por Renard, Baudrillard e Debord.

### **Palavras-chave**

Imagem; boato; redes sociais.

### **Introdução**

Elementos indissociáveis da vida contemporânea, as redes sociais digitais criaram um cenário que está atrelado à imagem. A propagação de boatos por meio destas redes está inserida neste contexto. Desde a emergência da internet, o recurso visual tem sido utilizado para dar credibilidade a uma narrativa, seja por meio de uma fotografia, vídeo ou montagem. Disponibilizados na rede fora de contexto, essa imagem pode resultar em graves consequências e contribuir para a desinformação na rede.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 – Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação Social pela PUCRS. Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Unicruz. Email: [dboattini@gmail.com](mailto:dboattini@gmail.com)

Além do consumo fomentado pela publicidade, a imagem, na era das redes sociais, é utilizada como forma de argumento e de defesa de pontos de vista. Uma rápida passada pela *timeline* do Facebook ou do Twitter podem demonstrar o quanto, hoje, às redes sociais estão atreladas ao apelo da imagem. Raros são os textos sem foto, vídeo ou páginas anexadas, e que não por acaso despertam menor atenção e repercutem de forma mais restrita. Na pós-modernidade, as redes sociais mudaram a forma como nos relacionamos com a imagem. Por meio dela, nos relacionamos com o real e o representado.

O fenômeno pode ser observado, por exemplo, em época de eleições, quando uma avalanche de informações sem confirmação é compartilhada por meio das principais redes sociais (Facebook e Twitter, notadamente), normalmente associada a conteúdos audiovisuais, que não raro são fruto de montagens, manipulações ou publicações fora de contexto. Em uma era em que cada cidadão é ao mesmo tempo emissor e receptor, podendo publicar seu próprio conteúdo sem a necessidade de filtros ou regramentos, esse fenômeno merece maior atenção.

Nas palavras de Debord, o espetáculo é “uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (1997, p. 14).

Neste cenário complexo, o entendimento nem sempre é uma tarefa fácil. Nem todos usuários têm condições de interpretar uma imagem, o que dá origem a ruídos na comunicação. Cria-se, desta forma, um ambiente propício para a desinformação e para a propagação de boatos, lendas urbanas e notícias sem confirmação.

O boato ou lenda urbana pode ser definido como “um enunciado ou uma breve narrativa, de criação anônima, que apresenta múltiplas variáveis, de conteúdo surpreendente, contada como sendo verdade e recente em um meio social que exprime, simbolicamente, medos e aspirações” (LEGROS et al, 2014, p. 195).

Ao discorrer sobre o hiper-real, Baudrillard afirma que “o grande acontecimento deste período, o grande traumatismo é esta agonia dos referenciais fortes, a agonia do real e do racional que abre as suas portas para uma era de simulação” (1991, p. 60).

O imaginário era o álbi do real, num mundo dominado pelo princípio de realidade. Hoje em dia, é o real que se torna alibi do modelo, num universo regido pelo princípio de simulação. E é paradoxalmente o real que se tornou a nossa verdadeira utopia – mas uma utopia que já não é da ordem do possível, aquela com que já não pode senão sonhar-se, como um objeto perdido. (BAUDRILLARD, 1991, p. 153)

Segundo o autor, já não é possível partir do real e fabricar o irreal, o imaginário a partir dos dados do real.

O processo será antes o inverno: será o de criar situações descentradas, modelos de simulação e de arranjar maneira de lhes dar as cores do real, do banal, do vivido, de reinventar o real como ficção, precisamente porque ele desapareceu da nossa vida. (BAUDRILLARD, 1991, p. 155)

O boato tem sido estudado pela sociologia e pelas ciências da comunicação, sobretudo na escola francesa. Morin escreveu uma obra de referência, em 1969, ao analisar uma onda de boatos surgida na pacata cidade de Orleans. Debord, em seu *A Sociedade do Espetáculo*, manteve-se atento ao fenômeno. Analista das lendas urbanas contemporâneas, Renard manteve a tradição francesa e traçou um amplo panorama dos boatos contemporâneos.

Para Debord (1997), a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo torna-se real, alienação que é a base da sociedade atual (p. 15). Prisioneira de um universo achatado e limitado pela tela do espetáculo, a consciência espectadora, conforme o autor, “só conhece os interlocutores fictícios, que a entretêm unilateralmente com sua mercadoria e com a política de sua mercadoria” (p. 140).

Quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência a *fazer ver* (por diferentes mediações especializadas) o mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se da visão como o sentido privilegiado da pessoa

humana – o que em outras épocas fora o tato; o sentido mais abstrato, e mais sujeito à mistificação, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual. (DEBORD, 1997, p. 18)

Debord dedicou atenção ao tema em seus escritos sobre o espetáculo. Conforme o autor, tudo o que existe é representado e repetido pela mídia, o que inclui os boatos, que ganham um aspecto de real. Em seus *Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo*, ele chama a atenção ao fato de que é permitido mudar ou modificar o passado de alguém, ao “estilo” de Moscou, sem precisar recorrer a um processo:

Os falsos testemunhos, talvez canhestros – mas que capacidade de sentir essa falta de jeito pode sobrar nos espectadores que serão testemunhas das façanhas desses falsos testemunhos? –, e os falsos documentos, sempre excelentes, nunca podem faltar aos que governam o espetacular integrado, ou a seus amigos. Logo, já não é possível acreditar, a respeito de ninguém, em nada que não se tenha visto por si mesmo, diretamente. (DEBORD, 1997, p. 181).

A ferramenta da edição da imagem, embora não seja nova e já tenha sido consagrada por regimes totalitários, ganha força na pós-modernidade. Com a democratização das novas tecnologias, ela tornou-se ainda mais popular. Sua utilização pode fomentar a propagação de boatos, dando credibilidade a narrativas inverossímeis. Exemplos não faltam desde o advento da internet, antes mesmo do surgimento das redes sociais que hoje utilizamos.

Após os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001, tornou-se famosa a fotografia de um turista em uma das torres do World Trade Center, captada no mesmo momento em que um dos aviões se aproximava. Tratava-se de uma montagem, mas que durante muito tempo foi vista como verdadeira para muitos internautas, que na época compartilhavam a imagem em correntes de e-mail.

Deve-se levar em conta que o fenômeno ocorre em um cenário de crescente utilização das redes sociais. Nos Estados Unidos, grande parte da população já admite

que utiliza ferramentas como o Facebook, Twitter e YouTube para se informar e buscar informação – que não raro é objeto também de compartilhamento na rede.<sup>3</sup> Conforme a pesquisa “How social media is reshaping news”, do Pew Research, publicada em setembro de 2014, 50% dos adultos norte-americanos compartilha ou reposta notícias, imagens ou vídeos, enquanto 46% discutem temas relacionados ao noticiário. Os usuários que postam fotos de acontecimentos tiradas por eles mesmos somam 14%; vídeos, 12%. O número de usuários do Facebook já ultrapassou 1,4 bilhão de pessoas, sendo que quase metade da população brasileira – cerca de 90 milhões de pessoas – está conectada.<sup>4</sup>

### **Imagem, espetáculo e comportamento**

A imagem e sua influência sobre o espectador têm sido objeto de estudo desde a Grécia antiga. Platão apontou que a opinião (doxa) está dirigida à aparência física, e que portanto constitui um conhecimento de terceira categoria. No século XVII, Hobbes observa que o conhecimento se dá a partir de sensações, as quais permitem o desenvolvimento de uma imagem dos diferentes objetos constituintes do entorno. Mais tarde, Debord irá descrever que o processo não se restringiria a figuras de referência, mas a todos e a cada indivíduo da sociedade, uma vez que cada um precisa mostrar e evidenciar uma imagem capaz de ser reconhecida pelos demais (HOHLFELDT, 2007, p. 92-101).

Le Bon, em suas pesquisas sobre o comportamento do homem em massa, dedicou-se ao estudo do impacto provocado pela imagem. Para ele, a massa pensa por imagens, cada uma delas vindo a confortar a precedente em uma série de representações que não tem mais qualquer relação lógica com a primeira (LE BON, 1985, p. 55). Le Bon aponta que o inverossímil quase não existe para a massa, que sucumbe facilmente às alucinações partilhadas porque a imaginação dos indivíduos, em grupos homogêneos ou heterogêneos, acaba por deformar frequentemente um evento de proporções insólitas (apud LEGROS et al, 2014).

<sup>3</sup><http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/09/24/how-social-media-is-reshaping-news>

<sup>4</sup>Folha de São Paulo, 28 de janeiro de 2015.



Aumont levanta algumas hipóteses para as variáveis que influenciam o comportamento do espectador diante da imagem. Conforme o autor, não se trata de sustentar que essa relação é apenas compreensível por meio da psicologia, nem de propor um modelo universal neste sentido; mas sim de abordar questões como o que nos trazem as imagens e como elas são olhadas.

Esse sujeito não é de definição simples, e muitas determinações diferentes, até contraditórias, intervêm em sua relação com uma imagem: além da capacidade perceptiva, entram em jogo o saber, os afetos, as crenças, que, por sua vez, são muito modelados pela vinculação a uma região da história (a uma classe social, a uma época, a uma cultura). Entretanto, apesar das enormes diferenças que são manifestadas na relação com uma imagem particular, existem constantes, consideravelmente trans-históricas e até interculturais, da relação do homem com a imagem em geral. (AUMONT, 2011, p. 77)

Para este autor, o reconhecimento em uma imagem significa identificar, pelo menos em parte, o que nela é visto com alguma coisa que se pode ser no real. Com isso, o autor constata que “reconhecer não é constatar uma similitude ponto a ponto, é achar invariantes da visão, já estruturados, para alguns, como espécies de grandes formas”.

O exemplo mais impressionante é o do rosto: se reconhecemos com facilidade o modelo de um retrato fotográfico (ou de um retrato pintado, se for suficientemente conforme aos códigos naturalistas), é graças à constância perceptiva; mas se reconhecemos também o modelo de uma caricatura, supõe-se que estamos fazendo intervir além disso outros critérios (ninguém se parece literalmente com sua caricatura). (AUMONT, 2011, p. 82-83)

Tudo isso irá ganhar novo significado na pós-modernidade, era em que a representação pela imagem torna-se ainda mais maleável.

## **Boatos e imaginário**

Embora tenham adquirido uma nova dimensão a partir do advento da internet, o boato é um fenômeno antigo, inerente ao ser humano. Renard (2008, p. 97) observa que, quando um amigo nos conta alguma novidade, nosso primeiro impulso é acreditar na informação, não apenas porque confiamos na fonte, mas também porque é “materialmente impossível, na vida cotidiana, checar todas as informações que recebemos”. O autor explica que o termo boato possui dois sentidos, que são necessários distinguir: o boato como informação não verificada e o boato como informação falsa. No primeiro caso, a informação não é necessariamente falsa, diferente do segundo termo.

Um boato ou uma lenda urbana é um enunciado ou uma narrativa breve, de criação anônima, que apresenta múltiplas variantes, de conteúdo surpreendente, contada como sendo verdadeira e recente em um meio social que exprime, simbolicamente, medos e aspirações. (RENARD, 2008, p. 98)

Essa relação entre o real e a imagem se dá no âmbito do imaginário, que tende ao irreal. Sartre, em sua obra *L'Imaginaire*, ressalta que o acordo entre uma percepção e uma imagem subsiste estreita e dependentemente da função simbólica ligada a essa última, sem a qual ela desaparecerá (apud LEGROS et al, 2014, p. 20). Desse modo, se a imagem não condiciona a existência do objeto, ela permite sua presentificação, apesar da ausência.

O imaginário “deriva da imagem no papel de uma representação sem origem”, conforme Legros et al (2014, p. 187). A análise dos boatos e lendas contemporâneas deve levar em conta seis itens: a coleta da narrativa e suas variantes, o estudo do contexto da difusão, a medida do grau de veracidade, o estudo do paratexto, a análise

da estrutura narrativa e a interpretação dos boatos e lendas contemporâneas (LEGROS et al, 2014, p. 196-8).

Como forma de ampliar a compreensão da relação entre boato e imagem, vamos analisar três casos ocorridos em períodos diferentes, para que possamos realizar uma comparação da época pré-redes sociais com o período atual. Tratam-se de micromitos produzidos pelo pensamento simbólico, que ganharam notoriedade em países e contextos diferentes.

#### **a) O rumor de Orleans**

O primeiro caso ocorreu em 1969 em Orleans, na França, e foi estudado por Morin. Em maio daquele ano, propagou-se na cidade o boato de que uma loja de roupas femininas estaria praticando o que se chamou de Tráfico de Brancas. Logo o rumor atingiu um total de seis estabelecimentos semelhantes. O boato constituía-se no seguinte:

Moças são drogadas por seringas nas cabines de vestiário e, depois, levadas para um porão de onde são encaminhadas, à noite, para pontos de prostituição exóticos. As lojas acusadas são mantidas por comerciantes judeus. (LEGROS et al, 2014, p. 194)

O fato de que nenhuma mulher havia sido sequestrada na pacata Orleans não impediu que o boato provocasse impacto, transformando comerciantes em alvo de discriminação. Seguindo a velha máxima de Goebbels, segundo a qual uma mentira contada mil vezes torna-se uma verdade – não por acaso, as vítimas eram judeus –, o rumor espalhou-se apesar de uma narrativa inverossímil, porém localizada temporalmente em uma sociedade que dispunha de menos informação do que hoje para confirmar a informação. Morin prossegue:

A nova estruturação simbólica que moderniza o arquétipo (do Tráfico das Brancas) ao modificá-lo transforma um fantasma erótico em mito moderno erótico. Moderno não apenas por causa do seu figurino, que é o da vida cotidiana de hoje, mas sim porque ele implica o problema de emancipação

das moças, que contém, de um lado, o da emancipação da mulher, e, de outro, o da emancipação da juventude; moderno, também, porque situa no coração da cidade moderna, e afeta, por isso mesmo, todos os problemas vividos no meio urbano, além dos problemas ocasionados pela transformação das cidades do interior. (LEGROS et al, 2014, p. 194-5)

### **b) O terrorista compassivo**

O segundo caso refere-se à história conhecida como “o terrorista compassivo”, relatada por Legros et al (2014). Mais contemporânea, essa lenda urbana está inserida no contexto do pânico provocado pelos atentados terroristas de 11 de setembro de 2001. O relato foi contado em Montpellier na primeira quinzena de dezembro de 2002. Conforme essa conhecida lenda urbana, uma senhora vê um homem, que aparentava ser árabe, deixar cair a sua carteira. Ao recolher o objeto e entregá-lo ao dono, a mulher ouve, como forma de agradecimento, o seguinte aviso: “não vá ao Polígono no dia 15 de dezembro”. A senhora, então, procura polícia e ajuda a fazer um retrato falado. Os policiais o identificam como sendo um extremista ligado à rede terrorista Al-Qaeda.

A história acima foi relatada ao jornal La Gazette de Montpellier por uma enfermeira identificada como Émilie, de 23 anos, que por sua vez atribui a narrativa “a uma paciente do consultório de fisioterapia da minha avó” (apud LEGROS et al, p. 203). A lenda já havia circulado nos Estados Unidos e na Europa e o que explica em partes o seu ressurgimento foi a descoberta de armas e de explosivos na França e na Alemanha, no mesmo momento em que as festas de fim de ano provocariam uma grande concentração de pessoas nos centros comerciais, o que tornava a história verossímil (LEGROS et al, p. 204).

Conforme o autor, histórias deste tipo já eram contadas no contexto da Segunda Guerra Mundial, tendo como personagens estrangeiros os oficiais alemães. Ainda que existem realmente, histórias como estas, com personagens estrangeiros, ocupam no imaginário coletivo “o lugar tradicionalmente tido pelos demônios, criaturas maléficas vindas do além” (LEGROS et al, 2014, p. 207).

### **c) O caso Guarujá**

O terceiro caso, ocorrido em 2014, é o que conta com o desfecho mais dramático. O caso se desenrola em um contexto em que, conforme Gillmor, “as novas tecnologias deram-nos um mundo em que quase toda a gente pode publicar uma página de aspecto credível na internet” (2005, p. 174). A dona de casa Fabiane Maria de Jesus, 33 anos, foi linchada por moradores de Morrinhos, um dos bairros mais pobres de Guarujá (SP), no dia 3 de maio de 2014. Ela morreu dois dias depois devido às lesões. O motivo das agressões foi uma postagem publicada na página Guarujá Alerta, no Facebook, sobre uma sequestradora de crianças que agiria na região motivada por rituais de magia negra. Fabiane foi confundida com o retrato falado publicado na mesma postagem. A Polícia Civil do Estado de São Paulo informou, no entanto, que a história sobre o suposto sequestro de crianças na região era falsa.<sup>5</sup>

Com 57 mil seguidores no Facebook, a página Guarujá Alerta deu início à série de postagens sobre o tema, em abril de 2014, embora nenhuma criança houvesse sumido na região. Muitos internautas reagiram de maneira violenta às publicações, com comentários agressivos e defendendo justiça com as próprias mãos. O fator que provocou o desfecho trágico para o caso, no entanto, foi a publicação de duas imagens: um retrato falado de uma mulher negra e a fotografia de uma mulher loira. Fabiane era morena, mas dias antes do crime havia tingido o cabelo de loiro. O dono da página Guarujá Alerta alegou que as imagens foram postadas por seguidores.<sup>6</sup>

Reportagem publicada pela Folha de São Paulo no dia 11 de maio de 2014 mostra como o boato divulgado pela página provocou o pânico entre os moradores de Morrinhos.

“De cada dez, oito conhecem o Guarujá Alerta”, diz a dona de casa Ivete dos Santos, 37. “No caso desse post, uma pessoa foi falando para a outra e a história cresceu”. “A toda hora chegavam novas histórias de crianças sequestradas”, diz Fabiana Ferreira, 36, funcionária de uma creche no

---

5

Folha de São Paulo, 6 de maio de 2014, C1.

6

Revista Época, 12 de maio de 2014.



bairro. “Fiquei com medo de entregar alguma em mãos erradas.” Na escola, a segurança Alessandra Rodrigues, 33, já havia recomendado que a filha tomasse cuidado com estranhos. “Até hoje as crianças continuam com medo que alguém venha pegá-las.” (FOLHA DE SÃO PAULO, 11 DE MAIO DE 2014, FOLHA 10, p. 6-7)

A Polícia Civil do Rio de Janeiro informou, posteriormente, que havia feito o retrato falado em 2012, com o objetivo de procurar uma mulher acusada de tentar sequestrar uma criança e agredir a sua mãe na capital fluminense. A mulher acusada jamais foi localizada pelas autoridades. Antes de o boato chegar ao Guarujá, a notícia sobre a suposta sequestradora de crianças havia passado pelo Rio de Janeiro e pelo Paraná.

Conforme Renard (2008), podem-se distinguir três tipos de boatos de acordo com a extensão de sua área de difusão: as fofocas, que são observadas em um meio restrito (casa, trabalho, cidade); os boatos propriamente ditos, que interessam a um meio social mais extenso; e as lendas contemporâneas, que, por sua vez, podem adquirir inclusive uma dimensão internacional.

Sobre os motivos que nos levam a acreditar nos boatos ou lendas, o autor enumera quatro fatores: o boato ou lenda revela uma situação surpreendente (comumente associado a uma advertência ou aviso de perigo), um problema social real e atual, uma mensagem moral (à exemplo das antigas fábulas, que colocam em cena uma justiça imanente) ou temas folclóricos antigos (estrutura narrativa simples e carga simbólica forte).

### **Considerações finais**

Na era das redes sociais, boato e imagem estão cada vez mais associados. Com base nos casos analisados neste artigo, é possível perceber que o recurso visual é percebido de forma crescente na propagação de lendas urbanas como forma de conferir verossimilhança a uma narrativa. A imagem não era essencial ao entendimento dos dois primeiros casos, porém tornou-se decisiva para o

desencadeamento que seria verificado no terceiro caso, justamente o boato surgido por meio das redes sociais.

Com o surgimento do Twitter e do Facebook, modifica-se a forma como a informação é propagada. Se antes a informação sobre o boato era atribuída apenas a alguém que “ouviu falar”, agora ela é repassada por alguém que é nosso “amigo” nas redes sociais – e que, não raro, conhecemos pessoalmente.

Sofisticam-se os métodos com que a informação, com o suporte da imagem, é transmitida. Essa mudança no conteúdo informacional vem a saciar uma sociedade cada vez mais interessada no “ver para crer”, que poderá não levar em conta a informação sem imagem, mas que por outro lado conta com poucos recursos para desconfiar e comprovar sua veracidade.

Das três lendas urbanas citadas neste artigo, a terceira é a que guarda uma relação direta com o uso da imagem nas redes sociais. Com o passar dos anos, o uso da imagem passa a ser incorporado como uma forma de garantir verossimilhança ao boato. O resultado pode ser medido pelas consequências – neste caso, a morte da dona de casa Fabiane Maria de Jesus. Os três boatos analisados estão relacionados a acusações contra terceiros – nos dois primeiros casos, inclusive, manifesta-se a discriminação religiosa. Porém, apenas no terceiro se observa um desfecho trágico, que ultrapassa a barreira do imaginário.

O compartilhamento de um retrato falado e de uma fotografia, associados à suspeita de praticar uma série de atrocidades, deu contornos de realidade a um boato surgido sem confirmação nas redes sociais. É como se, a partir daquele momento, não fosse mais permitido desconfiar da narrativa, não importando a credibilidade de quem estivesse divulgando a informação.

O elemento do retrato falado surge, também, na segunda narrativa, porém sem a presença de uma imagem real – ainda que a simples menção à imagem ajude a dar credibilidade ao relato. Essa menção se aproxima do conceito de “imagem imaginada” (LEGROS et al, 2014, p. 129). Tais elementos não são percebidos na primeira narrativa, ocorrida em 1969 – antes, portanto, da popularização do computador. O caso estudado por Morin guarda semelhanças com a história mais recente, tendo em

vista que ambas as lendas denunciavam sequestros que jamais ocorreram. O recurso visual, no entanto, não aparece como forma de aproximar ficção da realidade. Nas antigas lendas, cabia ao receptor criar a sua imagem.

Antes vista como uma prova incontestável, esse comportamento relacionado à imagem passa a ser revisto com o advento da digitalização da imagem e da grande variedade de programas de edição disponíveis na atualidade, mesmo para amadores. Cabe observar, ainda, que é necessário “desconfiar da imagem”, como afirma Gerbase (1998, p. 42). A manipulação e a edição de imagens, hoje universalizadas, podem ser executadas a partir de qualquer computador, o que exige atenção redobrada com relação à imagem que circula na rede.

Deve-se alertar, sobretudo, que as redes sociais possibilitam unir, em um mesmo relato, imagens e narrativas que nada têm de comum entre si, fato que gerar verossimilhança e exige atenção especial do espectador. Esses elementos, somados à análise dos casos estudados, reforçam a mudança que as redes sociais proporcionaram na nossa relação com a imagem.

## **Referências bibliográficas**

AUMONT, Jacques. A imagem. Campinas: Papirus, 2011.

BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e Simulação. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HOHLFELDT, Antonio. Imagem e identidade através da cultura ocidental. In: GUTFREIND, Cristiane Freitas; SILVA, Juremir Machado da (orgs.). Guy Debord: antes e depois do espetáculo. Porto Alegre: Edipucrs, 2007.

GILLMOR, Dan. Nós, os media. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

LE BON, Gustave. Psicologia das multidões. Lisboa, Roger Delraux, 1980.

LEGROS, Patrick et al. Sociologia do Imaginário. Porto Alegre: Sulina, 2014.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

GERBASE, Carlos. Por uma pedagogia da imagem. In: LEVACOV, Marília et al. Tendências na Comunicação. Porto Alegre: L&PM, 1998.

RENNARD, Jean-Bruno. Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas. Revista Famecos. Porto Alegre: FAMECOS-PUCRS. n. 32, abril de 2007.

## **Estética da transparência<sup>1</sup>**

A origem do fotojornalismo moderno na República de Weimar

Douglas Romão<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este trabalho pretende investigar algumas das implicações estéticas ou até mesmo políticas de discursos sobre uma pretensa transparência fotográfica concernente às apropriações artísticas na origem do fotojornalismo moderno na República de Weimar no período de 1925 a 1933. Para isso, partiremos das exposições de Kurt Korff em “Illustrated Magazines”(1927), sobre mudanças de política editorial, e alguns textos de Walter Benjamin do período abarcado, no contexto da crítica ao movimento artístico conhecido como Nova Objetividade, por suas implicações na produção de reportagens. Propõe-se ao longo da investigação, um diálogo com a produção de três fotógrafos importantes no período supracitado: Albert Renger-Patzsch, Erich Salomon e Felix H. Man.

### **Palavras-chave**

Fotojornalismo; Weimar; Transparência; Modernidade; Revista Ilustrada;

### **A modernização das revistas ilustradas na Alemanha segundo Kurt Korff**

Durante o século XIX a publicação de imagens subordinava-se a um papel ilustrativo. Muitas vezes utiliza-se como meio de fazer quebra de longos textos. Quando muito, na origem dos primeiros livros fotográficos como os de Anna Atkins *British Algae: Cyanotype impressions (1843-53)* e William Henry Fox Talbot *The pencil of nature (1844)*, eram exemplares ilustrativos de um tema, mas ainda não portadores de uma narrativa. Em boa parte, eram fotogramas ou fotografias anexados ao próprio material final por dificuldades técnicas ou custo economicamente inexequível. Sua reprodução só pôde ser executada com automatismo e boa qualidade

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT (GT 1 - Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Douglas Romão é bacharel em Filosofia pela Universidade de São Paulo e mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF).



utilizando-se do “meio-tom”, técnica cujo processo só seria feito em 1880 no jornal *Daily Herald* de Nova York. Contudo, por ainda ser um processo de alto custo, seria necessário aguardar até 1904 para que o jornal *Daily Mirror* na Inglaterra e 1919 para que o jornal *Illustrated Daily News* de Nova York, ilustrassem suas páginas somente com fotografias ao custo de produção aceitável (FREUND, 2006). Na Alemanha, segundo Beaumont Newhall (2002), um dos primeiros jornais a reproduzir fotografias impressas utilizando a técnica do meio-tom foi o *Leipzig Illustrirte Zeitung* na edição de 15 de março de 1884. Tratava-se de duas fotografias de manobras de guerra alemã feitas por Ottomar Anschütz e impressas em meio-tom por George Meisenbach. Deste fato é interessante frisar a expectativa do editor:

Pela primeira vez vemos duas fotografias instantâneas impressas ao mesmo tempo como impressão tipográfica... A fotografia abriu novos caminhos. Seu lema é agora ‘velocidade’ de todas as formas, ambos na tomada e reprodução. As velhas técnicas estão ultrapassadas como hoje as carroças pela ferrovia. (NEWHALL, 2002, p. 252)

Apesar do avanço, ainda era mais aceitável pelo público as gravuras, mais por estilo que pela técnica. Porém, rapidamente o processo tornou-se característica central da modernidade: rapidez e eficiência de comunicação visual.

No início do século XX, segundo Kurt Korff (1994), editor-chefe da revista ilustrada *Berliner Illustrirte Zeitung* (BIZ), ocorre uma mudança de comportamento do público leitor em benefício das revistas ilustradas. As revistas até então essencialmente publicavam textos que eram ilustrados por imagens e às vezes o contrário: um texto explicativo era escrito para uma dada imagem (KORFF, 1994). Como diz a socióloga e fotógrafa alemã Gisèle Freund (2006), em seu livro “La fotografia como documento social” os primeiros repórteres fotográficos faziam imagens isoladas somente para ilustrar uma história. Segundo Freund, o fotojornalismo deveria esperar ainda alguns anos até que a própria imagem se convertesse em uma história que relatasse um acontecimento acompanhado de um texto limitado, com frequência, a algumas frases. Sua modernização pôde ser notada no avanço e uso recorrente dos foto-ensaios nos anos 1920, em fotolivros, jornais e periodicos. Como a autora diz “Quando surge um invento, costuma-se passar um

tempo considerável antes que se compreendam todas suas implicações” (FREUND, 2006, p. 96). Referendando essa afirmação, nota Korff

Mas apenas quando ver a vida “através do olho” começou a desempenhar um papel mais significativo foi que a necessidade de observação visual se tornou tão premente que foi possível fazer a transição da imagem por si ao relato. (1994)

Para o editor de BIZ, essa mudança de atitude se instaura no contexto de desenvolvimento do cinema e da própria revista ilustrada, não por acidente. Como afirma, “na medida em que a vida se torna mais agitada, o indivíduo menos preparado para folhear a revista num momento solitário, nesta medida tornou-se necessário encontrar uma forma de representação visual mais eficiente e objetiva (...)”(KORFF, 1994, 646). Korff nota a necessidade de um novo público leitor que tem novos hábitos baseados em noções como organização, ordem serial de imagens em relações associativas ao material textual, que introduzem um novo modo de visualidade próprio ao contexto de Weimar, um modo de experienciar a vida “através do olho”.

Em meados dos anos 1920, havia na República de Weimar disponíveis aos leitores aproximadamente quatro mil publicações entre jornais, tabloides, semanários, diários e revistas (JAY, 1994). Essas publicações utilizavam a fotografia para dar conta da sensação de imediatismo e precisão em suas reportagens. Associada a essa prática é que surgem os foto-ensaios e as narrativas por sequência de fotografias, com a finalidade de tornar visíveis os novos aspectos da vida moderna. Neste período que tomamos como foco, 1925-1933, o público leitor já havia crescido acostumado a receber fortes impressões de eventos do mundo muito mais através de fotografias que relatos escritos, nos diz Korff (1994). O relato chegava mais rápido, porém já não dava conta dos acontecimentos em todas as suas dimensões, seria necessário produzir imagens e mais que isso, produzir fotografias. Para o editor, “a fotografia transportava a impressão mais forte e mais duradoura”(KORFF, 1994, p. 646)

Para dar conta dessa nova dimensão da comunicação visual, Kurt Korff contrata Kurt Szafranski como consultor artístico, posição que mais tarde será chamada de “direção artística”. Szafranski era um ilustrador e pintor alemão reconhecido, juntos representaram a liderança literária e artística que foi responsável

pelo desenvolvimento da modernização da revista ilustrada na Alemanha, expressando a guinada iconográfica de onde as “notícias para ler” seriam “notícias para ver” (HOLMES, 2008). Como diz Korff (1994, p.647),

O apoio editorial de BIZ foi provavelmente o primeiro a convidar um consultor artístico para seus escritórios editoriais; isto é, alguém com o olho de um artista que seria responsável por buscar as melhores e mais fortes soluções pictoriais – não apenas para imagens individuais, mas também no agrupamento das imagens entre si e sua relação com o texto, etc.

No apoio editorial de BIZ deve-se notar o fotógrafo Endre Friedmann, que mais tarde seria conhecido como Robert Capa, um dos fundadores da agência Magnum, dentre fotógrafos como Erich Salomon e Albert Renger-Patzsch.

## O artístico, a Nova Objetividade e o jornalismo

Não sem crítica, a fotografia passou, então, neste período, a ser utilizada não apenas para dar maior credibilidade aos relatos, mas passou a concorrer fortemente com a narrativa textual sob a forma visual. Sobretudo pela esquerda alemã, que também produzia suas revistas ilustradas, como a engajada *Arbeiter Illustrierte Zeitung* (AIZ), desde o início, em 1924, organizada por John Heartsfield e outros artistas de vanguarda, a crítica era feita com propostas de fotomontagens e abordagens mais politizadas. Neste contexto, de multiplicidade de produção imagética, por um lado com objetivos econômicos já que BIZ era uma revista de alta circulação consumida pela classe média, por outro AIZ voltada para o operariado, a consequência notável é a expressão de Walter Benjamin (2008) em “Pequena história da fotografia”(1931), mas já reconhecida por Lazlo Moholy-Nagy (1974) em *Painting Photography Film* (1925), que os iletrados do futuro seriam aqueles que não soubessem fotografar, inclusive para se dar conta do processo de produção das imagens e seu uso, às vezes como arte, outras vezes como portadora imparcial de fatos.

Apesar disso, antes mesmo do período abordado nesta pesquisa, sempre existiram embates importantes entre a produção de imagens ditas objetivas e a arte, como as produções de Oscar Rejlander e os Pictorialistas ainda no século XIX, as vanguardas históricas do início do século XX, até mesmo avançando com as neovanguardas nos anos 1960 e 70. De tal maneira, apesar das consequências de utilização de uma imagem fotográfica como arte ou como portadora de uma visualidade objetiva de um determinado fato, sobretudo ainda no início do século XX, não houve grande dificuldade pelas instituições museológicas de se apropriarem de fotografias não como documentos históricos senão como produções artísticas legítimas. Mas essa relação proximal entre arte e documento, ao menos na fotografia de reportagem, foi problemática, pois por um lado, na arte, é permitido “manipulações” por quem a produz e por outro, no fotojornalismo, deveria manter certa sobriedade e imparcialidade própria do que defendia a prática jornalística. Haja vista muitos fotógrafos ditos comerciais, sobretudo de inspiração da Nova Objetividade, como Albert Renger-Patzsch, e outros artistas, como os que praticavam fotomontagens, tal qual John Heartfield, também publicavam em revistas ilustradas.

No caso da Nova Objetividade (*Neue Sachlichkeit*), termo cunhado por G. F. Hartlaub, diretor da galeria de arte *Mannheim*, em 1923, a título de uma exposição de pinturas e artes gráficas objetivas pós-expressionista, esperava-se que a produção seria daqueles que “devotaram a si mesmos exclusivamente não para impressões de sentidos externas, nem para a construção interna pura.”, mas para aqueles que “permaneceram inabalavelmente leais à realidade positiva palpável, ou que se tornaram leais a ela novamente”(Hartlaub *apud* SHMALENBACH, 1940, p161). Como nota Maurício Lissovsky (1995), a expressão não nasce na fotografia, designando um movimento artístico, como queria Hartlaub, cujas principais características seriam “qualidade estrutural” das obras, sua “precisão ótica” e “sobriedade”. No entanto, o apelido cola mesmo é num certo tipo de fotografia, cujo melhor exemplo é certamente a obra de Renger-Patzsch”(LISSOVSKY, 1995, p.41).

Os fotógrafos, como Renger-Patzsch, que seguiam os preceitos da Nova Objetividade estavam de tal modo interessados em qualidades estruturais de objetos

técnicos que foram responsáveis pela criação da fotografia publicitária. A *Sachfotographie*, como era conhecida, diz Herbert Molderings (*apud* LISSOVSKY, 1995, p.41), “retirava seu valor publicitário do fato de que os objetos não são apresentados funcionalmente e contém a promessa de um significado misterioso para além de seu valor de uso”. De tal maneira, havia um interesse numa precisão ótica que, apesar de equívocos da visão, resolvia-se pela sujeição do olhar à pura objetividade do objeto (LISSOVSKY, 1995).

Nas palavras de Renger-Patzsch (*apud* LISSOVSKY, 1995, p. 42) temos:

O segredo de uma boa fotografia – que, do mesmo modo que uma obra de arte – pode apresentar qualidades estéticas – é o seu realismo... Abandonemos pois a arte aos artistas e esforcemo-nos por criar imagens que durem em função de sua qualidade fotográfica, porque esta qualidade puramente fotográfica não pode ser obtida de nenhuma outra arte.

A tentativa de abordar a fotografia como um instrumento para descobrir o objeto puro nos leva a uma retomada de que se a produção fotográfica na reportagem passou a concorrer fortemente com a narrativa textual sob a forma visual, com as apropriações da nova objetividade ela parece chegar a um limite, ao menos em intenção. Vejamos uma fotografia das mãos de uma mulher editada no fotolivro “O mundo é belo” de Albert Renger-Patzsch, publicado parcialmente em uma edição de BIZ. Sobre ela, o historiador da arte Carl George Heise, discípulo de Aby Warburg, escreve:

A fotografia representa as mãos entrelaçadas de uma mulher que repousam ligeiramente uma contra a outra. Quem não seria capaz de reconhecer o caráter simbólico desta imagem que nos fala com uma intensidade muito maior que as palavras? Entendemos o organismo humano como estado destinado a diversas atividades em virtude da complexa mobilidade de seus membros, mas obrigado a combinar os movimentos; por exemplo, a união dos 10 dedos das mãos dá como resultado uma forma integrada. Esta é a prova de uma aspiração perfeitamente não esquematizada e que, sem embargo, aponta de forma inequívoca a uma meta superior. É realmente uma prova? Aqui faltam palavras. É impossível explicar isto fazendo misteriosas alusões ao sentido de que o universo aporta a vida. Quem tiver olhos que o observe. (HEISE *apud* FONTCUBERTA, 2004, p.144)

Essa maneira de produzir fotografia teria criado, segundo Herbert Molderings (*apud* LISSOVSKY), a “verdadeira natureza-morta do século vinte: expressão pictórica do fetichismo da mercadoria.”. Como consequência, há o que se chamou transfiguração estética (*Verklärung*) por Bertolt Brecht e Walter Benjamin. Para este



no texto “O autor como produtor”(1934) o ímpeto excepcional da fotografia deve-se à sua técnica de publicação, no caso menciona-se a imprensa ilustrada (BENJAMIN, 2008). Benjamin compara a força revolucionária do dadaísmo na capacidade de submeter a arte à prova de sua autenticidade, já que suas naturezas-mortas eram feitas com elementos do cotidiano associados a elementos pictóricos que, quando mostradas ao público faziam a moldura explodir o tempo: “o menor fragmento autêntico da vida diária diz mais que a pintura”(BENJAMIN, 2008, p.128). Porém com a modernização a fotografia tornou-se cada vez mais matizada e já não poderia mais fotografar “cortiços ou montes de lixo” sem transfigurá-lo, restaria apenas dizer “o mundo é belo”. Ora, para o filósofo, interpretar o fotolivro de Renger-Patzsch de tal maneira seria obter a representação do apogeu da Nova Objetividade. Isto é, a obtenção de uma prática que conseguiu transformar a miséria em objeto de fruição, pois capta o mundo segundo a moda mais aperfeiçoada alimentando as massas com conteúdos antes indisponíveis, abastecendo o aparelho produtivo sem modifica-lo.

Da mesma maneira ocorre com a produção de reportagens, que segundo Benjamin, são afilhadas da Nova Objetividade, em “Politização da inteligência”(1930). Diz o autor que mesmo que houvessem materiais de aparência revolucionária, nos últimos dez anos, com referência a 1934, o “aparelho burguês de produção e publicação pôde assimilar uma surpreendente quantidade de temas revolucionários, e até mesmo propagá-los, sem colocar seriamente em risco sua própria existência e a existência das classes que o controlam”(BENJAMIN, 2004, p. 128), e que uma parcela substancial da chamada literatura de esquerda não exerceu outra função que não fosse extrair novos efeitos de entretenimento do público, sobretudo porque a “classe burguesa, desde a infância, lhe deu, na forma da cultura, um meio de produção que, por causa do privilégio cultural, o torna solidário com ela e, mais ainda, a torna solidária com ele”(BENJAMIN, 1986, p.119), fazendo dele não mais um intelectual do estado de prontidão. Por isso, questiona-se a quem serviu a técnica da reportagem, pois modificar o aparelho produtivo trata-se de romper a barreira da escrita e da imagem, “exigir dos fotógrafos a capacidade de colocar em suas imagens legendas explicativas que as liberem da moda e lhes confirmem um valor

de uso revolucionário”(BENJAMIN, 2004, p. 129), não sem que ao mesmo tempo os escritores comecem a fotografar. Isto é, alcançar um progresso técnico como progresso político, romper as barreiras das competências que a classe burguesa considera fundamental. O jornalista fotógrafo, autor e produtor, fotojornalista, sente-se solidário com o proletariado, mas não apenas, sente-se também solidário com outros produtores.

Ou seja, para Walter Benjamin, nem sempre será possível contornar com uma reportagem as injunções implícitas, como as regras, os costumes, as imposições coercitivas das leis, cujas fotografias apenas produziriam associações linguísticas nos espectadores. Como consequência, deve-se então intervir com um elemento que favoreça a literalização de todas as relações da vida: a legenda.

### **A noção de transparência**

A legenda, questiona-se Benjamin, não seria a parte mais essencial da fotografia? Quer dizer, se a fotografia está mais a serviço do valor de venda que do conhecimento, a informação passa a fazer concorrência com a narrativa. Como diz André Rouillé “a informação justapõe as notícias sem correlação, sem unidade entre elas, contrariamente à narrativa (...). A grande imprensa edifica-se (...) às custas da eliminação do narrador, cuja ideias [e] experiências (...) conferiam densidade e consistência” (2009, p. 104). O impresso precisa ser vendido sob a forma de um caleidoscópio, por isso é necessário reconstituir a realidade a partir desses fragmentos instantâneos, de modo que dirá o dramaturgo alemão Bertolt Brecht

... menos do que nunca a simples reprodução da realidade consegue dizer algo sobre a realidade. Uma fotografia das fábricas Krupp ou da AEG não diz quase nada sobre estas instituições. A verdadeira realidade transformou-se na realidade funcional. As relações humanas reificadas - numa fábrica, por exemplo - não mais se manifestam. É preciso, pois, construir alguma coisa, algo de artificial, de fabricado.(BENJAMIN, 2008, p. 106)

Porém se é necessário construir algo, para que percebamos aquilo que não mais se manifesta, como as relações humanas reificadas, então no momento em que escreve Walter Benjamin, pode haver a crença de algum nível de transparência. Segundo a qual, uma reportagem ou uma fotografia, apesar de serem a mediações do repórter sobre os fatos, este não interfere ao ponto de enganá-lo, a julgar pela dita imparcialidade e credibilidade jornalística.

Decorre que, historicamente, as imagens veiculadas nos diversos meios de comunicação exerceram grande poder sobre muitas instâncias da vida cotidiana moderna, da formação da opinião pública para assuntos políticos até saúde e lazer. Na fotografia de imprensa, desde sua primeira utilização no século XIX, é a credibilidade que atua como característica fundamental do desenvolvimento de seu poder. Este desenvolvimento cristaliza-se na modernidade da fotografia de imprensa, no período de 1925-1933, com seu estatuto fundado na convergência histórica de ao menos três pontos: técnico (economia), ético (político) e estético (formal).

Queremos dizer que essa convergência entre técnica, ética e estética se dá de maneira notável durante a República de Weimar. A Alemanha já tinha desenvolvido lentes mais precisas, câmeras mais compactas, negativos mais sensíveis à ausência parcial de luz; na política a democracia com posições heterogêneas, apesar de frágil, permite a preocupação em buscar soluções para o cotidiano da vida moderna e o bem-estar social; e a pluralidade artística abre caminho para o desenvolvimento de experimentações estéticas importantes colocando a Alemanha no centro da modernidade.

Como elemento comum e fundamental aos três pontos pensamos que está a característica de transparência. A transparência não como privilégio da fotografia. Notando-se sua origem latina, trans- 'através de' + parēre 'aparecer', isto é, aparecer através. Significa permitir o acesso de um objeto através de um meio que não apenas não o oculte, mas o torne evidente.

A transparência podendo ser a virtude (qualidade, predicado, característica) de um meio que organiza representações da realidade para além do aparente, por

exemplo, um meio a partir do qual a visão social do mundo pretende-se evidente e correta. Na fotografia, de acordo com André Rouillé,

A transparência da imagem ou a indiscernibilidade da distância entre a imagem e a coisa fazem parte dos enunciados do verdadeiro que acompanham a fotografia-documento desde seus primórdios, porque eles se escoram na maneira como ela vê e como ela mostra. (ROUILLÉ, 2009, p. 73)

De tal maneira, essa chamada ‘fotografia-documento’, de suma importância para a origem do fotojornalismo e sua modernização, baseia-se na concepção de que seria possível diminuir a distância entre o mundo material e a percepção deste mundo através de um meio. À percepção do que atravessa o meio nada da realidade objetiva seria oculto.

Por conseguinte, a transparência na fotografia surge através de seu próprio meio, isto é, do dispositivo fotográfico. Como dispositivo entendemos o conjunto de meios planejadamente dispostos com vista a um fim, em termos mínimos o dispositivo tecnológico, ou seja, a câmera fotográfica e o suporte onde a imagem será gravada. O dispositivo como meio figura entre os objetos e a percepção da imagem destes objetos no suporte. Assim, o dispositivo é transparente se não oculta à percepção da imagem no suporte um equivalente à percepção do mundo dos objetos. Por isso mesmo Rosalind Krauss apresenta certo reconforto ao encontrar a fotografia após os estudos sobre a modernidade artística,

Depois de ter frequentado o modernismo de modo intenso e por vezes movimentado, chegar à fotografia é sentir um singular alívio. É como voltar de trás da cortina de ferro ou chegar à terra firme depois de se perder em um brejo. Porque a fotografia parece propor uma relação direta e transparente com a percepção, mais precisamente com os objetos da percepção. (KRAUSS, 2012, p. 133)

De certo modo referendando as pretensões da produção fotográfica da Nova Objetividade. Assim, se fosse possível, uma transparência pura seria a possibilidade de perceber a imagem de um objeto no suporte como se fosse análogo ao objeto. Contudo, é possível que o dispositivo transforme a percepção e a percepção transforme o dispositivo. Isto é, o dispositivo pode trazer elementos que a percepção humana sozinha não seria capaz de reconhecer e por outro lado a percepção humana pode exigir do dispositivo alguma adequação. Por exemplo, no primeiro caso a

fotografia através de um telescópio ou microscópio agregam à percepção humana o mundo do distante e o mundo do muito pequeno, um aumento de velocidade no obturador permite perceber os movimentos de uma nova forma, no segundo caso uma câmera fotográfica precisa ter seus elementos óticos dispostos de tal maneira que a imagem produzida não seja uma distorção e sim um equivalente à visão humana “normal”. Isto é, como Walter Benjamin diz, a fotografia nos revela uma outra natureza, pois

A natureza que fala à câmara não é a mesma que fala ao olhar; é outra, especialmente porque substitui a um espaço trabalhado conscientemente pelo homem, um espaço que ele percorre inconscientemente.  
(BENJAMIN, 2008, p. 94)

Em uma lógica de transparência, enquanto produtor de documento, o dispositivo fotográfico seria capaz de cristalizar instantes, de modo que com a virtude da transparência haveria uma maneira cândida de imortalizar o presente. Como diz Jean Starobinski acerca da atenção dada por Rousseau à vitrificação,

Obter belos vidros ou belos cristais é muito frequente o objetivo em vista do qual toda uma experiência se organiza. E a especulação vai mais longe ainda: em uma ciência cujos conceitos fundamentais ainda estão sujeitos ao capricho da “imaginação material”, a técnica de vitrificação é inseparável de um sonho de inocência e de imortalidade substancial. Transformar um cadáver em vidro translúcido é uma vitória sobre a morte e sobre a decomposição dos corpos. (STAROBINSKI, 2011, p. 261)

De maneira análoga à vitrificação, se o dispositivo fotográfico é capaz de cristalizar o presente, então ele serve ao jornalismo como mais um elemento da produção da notícia, pois com a imagem fotográfica será possível ver de maneira contígua e presente algum fato distante num tempo passado. A imagem fotográfica devido à sua transparência dará mais credibilidade ao texto jornalístico, seja como ilustração ou portadora da informação.

Produzindo fotografias de uma maneira cândida é como ficou conhecido Erich Salomon. Neste contexto considera-se que o fotógrafo é um dos precursores da modernidade fotojornalística ao conseguir publicar uma série fotográfica do julgamento Krantz, que ficou famoso na época por se tratar de uma relação de amor entre adolescentes que fizeram um “clube do suicídio”, na BIZ em 9 de fevereiro de 1928. Levando-se em consideração que na Alemanha de então era proibido tirar fotos



em tribunais, o fotógrafo personificou a agilidade e o senso de oportunidade utilizando-se de sua liberdade de acesso, pois era advogado e frequentava os círculos da elite weimariana, o que fazia dele alguém que não causava incômodo, sobretudo por utilizar um tipo de câmera “compacta” da marca Ermanox. Assim, fotografar a qualquer custo todas as situações do mundo dos negócios e poderosos até os *fait divers* tornou-se uma demanda a suprir na sociedade industrial. O fotógrafo passou a exercer um poder cada vez maior na edição final das reportagens, devendo estar disposto a comparecer a todos os lugares possíveis deixando de ser coadjuvante, e assumindo o papel daquele que tornará visível a imaginação dos mundos distantes, narrando através de séries fotográficas, tornando-se fotojornalista. Não por acaso algumas revistas ilustradas passam a preencher páginas com seus fotografos mais importantes, que ao final dos anos 1920 viviam um momento dourado de visibilidade (MAGILOW, 2012).

Contudo, até a consolidação da profissão, e mesmo depois, as condições de trabalho dos fotografos eram precárias, do ponto de vista das contratações e direitos trabalhistas. Neste quadro Simon Guttman funda a agência fotográfica *Dephot*, com fotografos independentes em 1928, que seria a precursora da importante agência Magnum. Nela entra em 1929 Felix H. Man que teve fotografias selecionadas por BIZ, mas é com a série fotográfica “Um dia na vida de Mussolini” que se torna reconhecido mundialmente. Publicada por *Münchener Illustrierte Presse* (MIP) em 1931, à época dirigida por Stefan Lorant, o fotógrafo foi escolhido diretamente por Mussolini, pois este tendo trabalhado como jornalista no jornal *Avanti* reconhecia o poder da mídia na vida política moderna. Sua escolha deveu-se ao fato de circular pelos altos círculos de poder da Europa e ter inúmeras fotografias consideradas cândidas reconhecidas nas revistas mais importantes da Alemanha. A série fotográfica foi composta de sete fotografias que objetivava narrar um dia de trabalho do *Duce*, mas como consequência produziu um caráter humanizado de Mussolini, como um homem do povo (MAGILOW, 2012). Sua forma de produzir séries fotográficas foi importante para consolidar, junto de outros fotografos que produziam foto-ensaios, uma nova maneira de narrar através das imagens. Esta maneira de narrar, próprio da



fotorreportagem, era um dos pontos exigidos por Lorant. Preocupado com a objetividade e fidedignidade dos fatos, exigia de todas produções a mínima interferência (FREUND, 2006), correspondendo no fotojornalismo moderno o que ainda se almejava no jornalismo escrito, apesar deste já estar cada vez mais distante das idealizações de objetividade, sobretudo após a Primeira Guerra Mundial quando se viu algum controle sobre as informações pelos Estados, na forma da relações públicas e suas publicações sem rigor de tratamento (SCHUDSON, 2010).

## **Conclusão**

A transparência do dispositivo, então, pode ser legitimada conforme as práticas sociais historicamente constituídas a autorizam. Isto é, se são as práticas sociais através de suas instituições que fundamentam a percepção do mundo, de maneira objetiva, então são essas mesmas práticas que devem legitimar a autenticidade da transparência de um dispositivo. No caso da fotografia documental, e de maneira análoga a fotografia jornalística, a sua legitimação já vinha ocorrendo do ponto de vista técnico desde sua invenção em meados do século XIX, na ciência, na jurisprudência e na medicina.

Assim, se há produção fotojornalística sob uma estética da transparência, esta deve seguir parâmetros que colocam um regime de visibilidade próprio da modernidade e suas demandas. De modo que uma das implicações estéticas seria a normalização de uma estética pela indústria que produz os equipamentos fotográficos, pela lógica racionalista voltada para fins, que pretende seguir uma geometria “mais verdadeira” e equivaler ao que se vê e experimenta a olho nu. Em outras palavras uma estética realista, mas que reproduz práticas sociais constituídas historicamente como se fossem a própria verdade, num instantâneo, num ato de tornar o verossímil hipostasiado, já sem história e naturalizado. Mas um realismo fundado na lógica da reificação passaria à opacidade, mostrando a realidade como mundo de coisas,

encobrendo as relações humanas que se se organizam no mundo além das coisas. Por isso a importância da legenda, ou a interrupção das associações livres, para Walter Benjamin, pois “qualquer construção fotográfica corre o risco de permanecer vaga e aproximativa” (BENJAMIN, 2004, p.107)

Por isso julgamos importante o estudo sobre as noções de transparência e suas implicações, como um dos ideais do Iluminismo pouco desafiado. Muitas vezes o efeito de uma estética da transparência é operado por um dispositivo (AGAMBEN, 2009; FOUCAULT, 2010) fotojornalístico, isto é, dentre suas instituições e conjuntos de saberes legitimadores,

um conjunto heterogêneo, linguístico e não-linguístico, que inclui virtualmente qualquer coisa no mesmo título: discursos, instituições, edifícios, leis, medidas de polícia, proposições filosóficas, etc. O dispositivo em si mesmo é a rede que se estabelece entre esses elementos”; em segundo lugar, “o dispositivo tem sempre uma função estratégica concreta e se inscreve sempre numa relação de poder”; e finalmente, o dispositivo “resulta do cruzamento de relações de poder e de relações de saber.

De tal forma atuando como processo de subjetivação de uma racionalidade técnica e disciplina de enquadramento, na medida da objetividade jornalística.

Deste modo esperamos haver apresentado duas posições, como de Kurt Korff e Walter Benjamin, dentre os outros autores citados com a intenção de apresentar as expectativas que se tinha de uma modernização que se aproximava, numa origem muito menos pontuada por um evento isolado, mas por uma série de transformações complexas ocorridas historicamente que nem mesmo pretendemos dar conta de sua totalidade. Modernização que como consequência possibilitou as diversas disputas sobre os termos Modernidade e Modernismos, repercutindo para além de 1933, com o fim da República de Weimar, na formação de tantas outras revistas ilustradas importantes. Como exemplo, Life no EUA, que não por acaso, foi fundada por Henry Luce em 1936 sob o auxílio tanto de Kurt Korff como de Stefan Lorant, e recebendo muitos fotógrafos emigrados da Alemanha pela perseguição orquestrada pelo partido nacional-socialista dos trabalhadores alemães que ascendia ao poder. Essas apropriações de novas maneiras de se produzir fotografia também chegaram ao Brasil, repercutindo sobretudo na modernização da revista O Cruzeiro e adiante nas novas maneiras que passamos a observar a mundo e a nós mesmos.

## Referências Bibliográficas

- AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? In : O que é o contemporâneo? E outros ensaios. Chapecó : Argos, 2009.
- BENJAMIN, W Documentos de Cultura Documentos de Barbárie (escritos escolhidos). São Paulo: Edusp, 1986.
- \_\_\_\_\_. Obras escolhidas I. Brasiliense, 2008
- FONTCUBERTA, J. Estética Fotográfica. Barcelona: GG, 2004
- FOUCAULT, M. História da Sexualidade I - A Vontade de Saber. São Paulo: Graal, 2010.
- FREUND, G. La fotografia como documento social. Barcelona: GG, 2006.
- KORFF, K. Illustrated magazines (1927). In: The Weimar Republic sourcebook. Org. Martin Jay. Berkley : University of California Press, 1994. p.646-647.
- KRAUSS, R. O fotografico. Barcelona: GG, 2012.
- LISSOVSKY, M. A fotografia e a pequena historia de Walter Benjamin. 1995. 127p. Dissertação - ECO-UFRJ. Rio de Janeiro. 1995
- HOLMES, T. Mapping the Magazine: Comparative studies in magazine journalism. New York: Routledge, 2008.
- MAGILOW, D. The photography of crisis – the photo essays of Weimar Germany. Philadelphia: Penn Press, 2012.
- MOHOLY-NAGY, László. Painting Photography Film. 1925. Cambridge: MIT Press, 1973.
- NEWHALL, B. Historia de la fotografía. 2ª. ed. Barcelona: GG, 2002.
- ROUILLÉ, A. A fotografia entre documento e arte contemporânea. São Paulo: Senac, 2009.
- SCHMALENBACH, F. The Term Neue Sachlichkeit. The Art Bulletin, New York, v. 22, n. 3, p. 161-165, Sept. 1940. Disponível em: <<http://www.jstor.org/discover/10.2307/3046704>>. Acesso em: 18 dez. 2014.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — LFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

SCHUDSON, Michael. Descobrindo a notícia. Petrópolis: Ed. Vozes, 2010.

## **Avanço de governo eletrônico municipal<sup>1</sup>**

Uma análise do serviço 1746 da Prefeitura do Rio de Janeiro como funcionalidade integrativa

Eduardo Aguiar de ASSIS<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente trabalho apresenta o avanço do governo eletrônico em nível municipal por meio da análise de conteúdo e categorial do serviço 1746, disponível pela Prefeitura do Rio de Janeiro. A proposta discute a classificação deste serviço como funcionalidade integrativa no que tange ao grau de maturidade em e-gov, os benefícios promovidos no cotidiano dos usuários a partir da oferta de serviços públicos, bem como as características interativas dessa ferramenta mediada pelas novas tecnologias de mídia, que se estrutura a partir de uma plataforma que reúne diversos órgãos com vistas à melhoria na relação governo-cidadão e na gestão de comunidades.

### **Palavras-chave**

Governo eletrônico; integrativo, novas tecnologias de mídia; cotidiano; cidadão.

### **Introdução**

A era do conhecimento trouxe a necessidade de se mapear novos processos de comunicação baseados nas interfaces com os modernos meios de informação. Nesse contexto, encontra-se um complexo cenário onde se dá a disseminação da informação: o espaço virtual, que propicia, em certos casos, a interatividade que atrai e auxilia usuários ávidos pela informação reunida em formatos que possibilitam publicações de textos independentes e inúmeras outras funções permitidas pelas tecnologias atuais. Tais mídias eletrônicas estão presentes nesse espaço e alteraram significativamente o cotidiano social. Além de ser uma construção histórica, o conceito de cotidiano é

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 – Arte, estéticas e tecnologias da comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> ASSIS, E. A. é mestrando do programa de pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense – RJ e graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda também pela UFF-RJ. Email: [eduardoassis@globo.com](mailto:eduardoassis@globo.com). É servidor público da Prefeitura Municipal de Macaé e atua como coordenador de mídias digitais da Secretaria de Comunicação desde 2013. Sua dissertação de mestrado em elaboração busca identificar o avanço do governo eletrônico municipal a partir da pesquisa de funcionalidades integrativas que alteraram o cotidiano social.



articulado e se mantém discutido até hoje pela relação com as mídias conforme a perspectiva de José de Souza Martins sobre a obra de Agnes Heller:

Se a sociologia do século XIX e da primeira metade do século XX descobriu o homem como criatura da sociedade, o período recente põe a sociologia ante a crise dessa concepção e crise dessa verdade relativa e transitória. Porque, no fundo crise de uma sociedade dominada por certezas da ilimitada reprodução do capital e da inesgotável força de coação do poder do Estado. As grandes certezas terminaram. É que com ela entraram em crise as grandes estruturas da riqueza e do poder [...]. Daí decorrem os desafios do nosso tempo. [...] O novo herói da vida é o homem imerso no cotidiano. É que no pequeno mundo de todos os dias está também o tempo e o lugar da eficácia das vontades individuais, daquilo que faz a força da sociedade civil, dos movimentos sociais (MARTINS, 2010, p.52).

Sendo assim, por que a estruturação das políticas públicas descarta ou não dispõe de atenção suficiente para analisar estas estruturas? Essas novas formas da vida cotidiana produzem mais que interação, mas uma integração a partir de significados compartilhados.

Sem significado compartilhado não há interação. [...] Os interacionistas simbólicos mostraram como a interação só é possível por meio de procedimentos interpretativos que fazem da relação social uma construção. Não há apenas negociação e interpretação de significados, mas também critérios para seu uso (MARTINS, 2010, p. 54 e 55).

Contudo, há de se destacar os casos em que essa interação é consolidada e esses critérios se tornam relevantes para a construção dos dispositivos eletrônicos que se apresentam com o objetivo de propiciar tais interações entre cidadãos e governo por exemplo. Analisar este método pode contribuir para a promoção de ambientes eletrônicos interativos e integrativos a partir da reinvenção constante de significados.

Tendo em vista que a concepção de cidadão no mundo globalizado é estar incluído digitalmente e que as políticas de governo eletrônico (e-gov) disponíveis muitas vezes estão centradas na relação emissor-receptor, alguns gestores políticos parecem “presos” nesta concepção unidirecional, sem propiciar ambientes de

interação multidirecional, como aponta o relatório de *Estudos Socioeconômicos dos Municípios do Estado do Rio de Janeiro 2014*<sup>3</sup> emitido pelo Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro sobre avanço em e-gov, que menciona a ausência de sites integrativos<sup>4</sup> entre os municípios do Estado do Rio de Janeiro e maior abrangência nos estágios intermediários.

A partir dessa afirmação documental, o artigo objetiva conceituar tal funcionalidade integrativa e definir seus benefícios para a sociedade, além de buscar justificativas para enquadrar nessa categoria sites ou serviços públicos municipais disponibilizados por meio das novas Tecnologias de Informação de Comunicação (TICs) e criticar a metodologia de análise do relatório supracitado, uma vez que ao afirmar a inexistência de sites integrativos entre municípios do Estado Rio de Janeiro, entende-se que foi atribuído ao objeto estudado um caráter totalitário. Ao invés disso, optou-se por analisar as categorias dos serviços disponibilizados partindo da hipótese de que tais sites são compostos por funcionalidades individuais múltiplas conforme definiremos no capítulo a seguir.

Como percurso metodológico, será realizada análise de conteúdo e categorial do serviço 1746 disponível pela Prefeitura do Rio de Janeiro desde 2011, que contempla uma variedade de serviços públicos com vistas a identificar mudanças ocorridas no cotidiano dos cidadãos e as possibilidades de gestão estruturais em virtude da quantidade de órgãos envolvidos. Também será avaliada sua classificação como mídia integrativa.

As mudanças estruturais da esfera pública de Jürgen Habermas como espaço de discussão de assuntos da coletividade, bem como e os tipos de interação e o caráter “dialógico” e “monológico” das mídias de John B. Thompson serão utilizados como fundamentação teórica e método de investigação do objeto de estudo. Como referenciais teóricos, além do conceito de cotidiano supracitado de José de Souza Martins sobre a obra de Agnes Heller, a sociologia de Erving Goffman pode ser

<sup>3</sup> O relatório de Estudos Socioeconômicos dos Municípios do Estado do Rio de Janeiro 2014 expedido pelo Tribunal de Contas do Estado do Rio de Janeiro é divulgado anualmente referente ao ano anterior.

<sup>4</sup> Grau máximo de maturidade em governo eletrônico pela ASPA/ONU que será detalhado no capítulo seguinte.

contextualizada ao mencionar que “as relações sociais estão permeadas por uma dramática atividade de simulação [...] para que o significado produzido e reconhecido na interação não acarrete o descrédito para o sujeito da relação” (GOFFMAN apud MARTINS, 2010, p.55). Contudo, ao observar o cenário de desenvolvimento em e-gov no Brasil, mesmo após quinze anos de implantação de políticas públicas nessa área, esse “descrédito” permanece por grande parte da sociedade, sobretudo, na esfera do poder executivo municipal.

Em vista disso, acredita-se que seja válido destacar iniciativas em e-gov municipais que forneçam um panorama das principais características e funcionalidades destas mídias geradas pelo desenvolvimento das novas TICs, delineando os novos contextos da esfera pública vislumbrada por Habermas, que aproxima governo e cidadão por meio de trocas de funções sociais. Embora o autor tenha caracterizado tal mudança na esfera pública partindo de uma análise da imprensa do século XIX, convém transferir tais conceitos para o cotidiano da sociedade pós-moderna mediada pelas relações com o espaço virtual.

O sujeito dessa esfera pública é o público enquanto portador de opinião pública. [...] Incluem-se entre os “órgãos da esfera pública” os órgãos estatais ou então os mídias que, como a imprensa, servem para que o público se comunique. [...] A vida pública, o *bios politikos*, não é, no entanto, restrita a um local: o caráter público constitui-se na conversação (*lexis*), bem como a de práxis comunitária (*práxis*) (HABERMAS, 1961, p.14 e 15).

O papel político e administrativo, anteriormente restrito aos governantes, é compartilhado pelos cidadãos. Utilizam-se estas “opiniões públicas” para governar por se tratar de conhecimentos produzidos. Pode-se dizer que a nova estrutura da esfera pública passa a ser gerida por alto grau de interatividade a partir da participação ativa do cidadão na gestão urbana. Estas características serão exemplificadas pela análise do serviço 1746 e os tipos de interação decorridos pela nova dinâmica do mundo moderno de Thompson:

Viver num mundo mediado significa uma nova carga de responsabilidade que pesa gravemente sobre os ombros de alguns. Provoca uma nova dinâmica na qual o imediatismo da experiência vivida e as reivindicações morais associadas à interação face a face jogam [...] contra as demandas e as responsabilidades provenientes da experiência mediada (THOMPSON, 2011, p. 293).

O fenômeno a ser observado se manifesta a partir das lógicas geradas pelas novas tecnologias de mídia, as experiências mediadas e sua perspectiva de transformação social, premissa básica de todos os estudos da visão marxista. Nesse contexto, podemos nos apropriar do conceito de suspensão do cotidiano de Heller, já que a esfera pública pode ser considerada como um típico momento de suspensão do cotidiano, para que os gestores do governo tenham acesso à sabedoria do senso comum, pois se traçarmos um paralelo com o mundo de hoje, é possível criar mecanismos para identificar essa sabedoria do senso comum nas interfaces de contato propiciadas pelas TICs. Nesta concepção, inverte-se o papel do governo que atuava como emissor de informações e fiscalizador das políticas públicas para assumir a condição de receptor das visões do cotidiano dos usuários, construindo, assim, novas formas de interação virtual entre governo e sociedade.

Desta forma, “os horizontes de compreensão dos indivíduos se alargam; eles não se estreitam mais nos padrões de interação face a face, mas são modelados pela expansão das redes de comunicação mediada” (THOMPSON, 2011, p. 269 e 270). E, especialmente nos ambientes de desenvolvimento de governo eletrônico, observa-se uma aproximação entre governo e cidadão, ainda que em casos pontuais como o que se propõe a analisar este artigo. Essa é a indicação metodológica de Thompson que consideramos válida para esta pesquisa. Destacar os benefícios para a sociedade propiciados pelas novas tecnologias de comunicação a partir dos pilares onde são construídas as políticas de e-gov. Os resultados desta pesquisa buscam levantar questões acerca da complexa necessidade de integração dos serviços públicos e as alterações promovidas no dia a dia da sociedade civil.

## Níveis de maturidade em governo eletrônico e os benefícios para a sociedade

As primeiras ações em governo eletrônico no Brasil surgiram após o decreto<sup>5</sup> presidencial de 03 de abril de 2000 que instituiu a criação de um grupo de trabalho interministerial com a finalidade de examinar e propor políticas, diretrizes e normas relacionadas às novas formas eletrônicas de interação entre o poder público e a sociedade. Em 2001, a Organização das Nações Unidas (ONU) e a *American Society for Public Administration* (ASPA)<sup>6</sup> estabeleceram cinco estágios de maturidade em e-gov a fim de guiar a implantação de tais ferramentas nos países membros por meio das TICs, classificando os sites como: “emergente” (*emerging*): presença na web com informações básicas, limitadas e estáticas; “informativo” (*enhanced*): quando os serviços on line são aprimorados para incluir bases de dados e fontes de informações atuais e arquivadas, como leis e regulação, relatórios e bases de dados que podem ser baixados pela internet; “interativo” (*interactive*): que oferece provisão de serviços on line do governo, facilidades para download on line, link seguro, capacidade de áudio e vídeo para informação pública relevante, além do site ser atualizado com regularidade; “transacional” (*transactional*): quando usuários têm condições de conduzir transações *on line* como pagar multas de trânsito, impostos e taxas por meio de cartão de crédito, bancário ou débito; e “integrativo” (*seamless*): considerado o nível mais avançado, pois há uma integração dos serviços por meio de uma agência virtual sem fronteiras entre organismos.

No levantamento realizado pelo mesmo órgão a partir de 2010, os estágios de desenvolvimento em e-gov foram reconfigurados para quatro níveis. Os níveis emergente, informativo, transacional foram mantidos e os estágios 4 e 5 (interativo e integrativo) foram aglutinados pela expressão *connected*, com vistas a retratar a mudança na forma como os governos se comunicam a partir da utilização de

<sup>5</sup> A comissão foi criada pelo Decreto Presidencial de 03 de abril de 2000, publicado no D.O.U. de 04 de abril 2000, Seção I, pág. 4.

<sup>6</sup> Sociedade Americana para Administração Pública. Os níveis de maturidade em governo eletrônico foram divulgados em *Benchmarking E-government: A Global Perspective*, uma avaliação do progresso dos estados membros da ONU disponível em: <http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/English.pdf>. Tradução adaptada.



ferramentas interativas que reúnem serviços e informações eletrônicos de diversos órgãos de forma contínua e integrada. A abordagem é centrada no cidadão, para onde serviços eletrônicos são direcionados a grupos segmentados. Este estágio “conectado” reúne as características “interativas” e “integrativas” definidas no primeiro modelo (2001) de maturidade em governo eletrônico pela ONU/ASP, sendo estes os termos a serem utilizados neste estudo para caracterizar o ambiente criado pelo governo que capacita os cidadãos a se envolverem de forma mais efetiva com as atividades de gestão pública e a participarem na tomada de decisões.

É interessante observar que esse último estágio de maturidade é descrito como funcionalidade enfocada na participação cidadã e reflete a importância das TICs e como o “desenvolvimento dos meios de comunicação cria novas formas de ação e de interação e [...] faz surgir uma complexa reorganização de padrões de interação humana através do espaço e tempo” (THOMPSON, 2011, p. 119). O ambiente físico se torna desnecessário e a noção espaço-temporal não é mais correlata e se expande indefinidamente, promovendo “novas formas de *ação à distância* que permitem que indivíduos dirijam suas ações para outros, dispersos no espaço e no tempo, como também responderem a ações e acontecimentos ocorridos em ambientes distantes” (Id,ibid.p.120). Tal cenário evolutivo se torna relevante para o exercício das ações do governo junto à sociedade pós-moderna. Esses ambientes virtuais propiciados por instituições governamentais, que antes eram desacreditados, passam a alterar o cotidiano dos cidadãos por meio da oferta de informações e serviços públicos *on line* com possibilidade de interações. Estas novas esferas, mais complexas e eficazes, são semelhantes às mudanças observadas por Habermas à constituição da sociedade civil burguesa no final do século XVIII, onde “as atividades e relações de dependência que, até então, estavam confinadas ao âmbito da economia doméstica, [...] surgem à luz a esfera pública” (HABERMAS, 1961, p. 33), gerando mudanças positivas nas relações entre a sociedade e o poder do Estado.

Sendo assim, os benefícios sociais relativos aos níveis de maturidade em e-gov ampliam-se à medida que cada categoria possui características de promoção da cidadania, disponibilidade para uma variedade de serviços públicos e auxílio na

gestão urbana pela participação popular. Essa democracia virtual promove um ambiente de discussão que permite o diálogo virtual entre governo e sociedade civil para contribuição direta nas decisões da administração pública por meio de interações asseguradas em uma plataforma integrada.

Para exemplificar esses benefícios sociais, será realizada análise de conteúdo e categorial do serviço 1746 da Prefeitura do Rio de Janeiro, como funcionalidade integrativa com vistas a caracterizar o avanço de governo em nível municipal no Estado, indo de encontro com a afirmação do relatório de Estudos Socioeconômicos de 2014 do TCE-RJ. Objetiva-se contrastar tais definições de maturidade em e-gov com os tipos de interação definidos por Thompson (2011) e avaliar a predominância das características dos serviços disponíveis, contribuindo assim para um mapeamento inicial da evolução em e-gov em nível municipal no Brasil, tendo em vista que os relatórios emitidos pela ASPA/ONU em 2001, 2008, 2010, apontaram uma queda no *índice de governo eletrônico* (trad.) com posições em 18º, 45º e 61º respectivamente, elevando-se à posição 57º em 2014, embora raramente mencionem exemplos de e-gov em nível municipal em todos os documentos.

### **1746 da Prefeitura do Rio de Janeiro como funcionalidade integrativa e suas características interativas**

A inserção do cidadão na gestão urbana e na decisão sobre a oferta de serviços públicos mais adequados à sua realidade facilitados por meio das novas TICs pode ser compreendida por meio de uma análise de conteúdo e categorial do serviço 1746 da Prefeitura do Rio de Janeiro e suas características interativas. Primeiramente, convém conceituar os três tipos de interação de Thompson conforme quadro a seguir:

Características interativas	Interação face a face	Interação mediada	Interação quase mediada
Espaço-tempo	Contexto de co-presença: sistema referencial espaço-temporal comum	Separação dos contextos: disponibilidade estendida no tempo e no espaço	Separação dos contextos: disponibilidade estendida no tempo e no espaço
Possibilidade de deixas simbólicas	Multiplicidade de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas
Orientação da atividade	Orientada para outros específicos	Orientada para outros específicos	Orientada para um número indefinido de receptores potenciais
Dialogica/monológica	Dialogica	Dialogica	Monológica

Figura 2 – Fonte: THOMPSON, 2011, p. 123.

O autor procura desenvolver uma análise das formas de ação e interação criadas pela mídia e suas principais características, bem como os tipos de situação interativa criada pelos meios de comunicação, partindo de três tipos de situação interativa: “interação face a face”, “interação mediada” e “interação quase mediada”.

A “interação face a face” poderia ser tratada como a mais tradicional, que atua no que ele chama de “contexto de co-presença”, onde os atores envolvidos no processo possuem a mesma referência espaço-temporal, o fluxo de comunicação possui um caráter “dialógico”, promove uma multiplicidade de “deixas simbólicas” por meio de linguagens não verbais exibidas na transmissão e interpretação e as mensagens são orientadas para outros específicos. A “interação mediada” exige o uso de um meio técnico para transmitir as informações e conteúdos simbólicos. De modo geral, os espaços midiáticos propiciados pelas TICs para a relação entre governocidadão propostos neste estudo atendem a este tipo de interação, onde os sujeitos podem ou não compartilhar a referência espaço-temporal e estão remotamente conectados. As possibilidades de deixas simbólicas são reduzidas. A “interação quase mediada” compreende as relações efetivadas pelos meios de comunicação de massa. Sua principal característica é ser orientada para um número indefinido de receptores potenciais de “caráter monológico”.

Contudo, Thompson ressalta o caráter híbrido de outras formas de interação:

Muitas das interações que se desenvolvem no fluxo da vida diária podem envolver uma mistura de diferentes formas de interação – elas têm, em outras palavras, um caráter híbrido. [...] Os três tipos acima não esgotam os possíveis cenários de interação. Outras formas de interação podem ser criadas, por exemplo, pelo desenvolvimento de novas tecnologias da comunicação que permitem um maior grau de receptividade (THOMPSON, 2011, p. 123 e 124).

Este cenário representa, na visão do autor, a ampliação dos “contextos interativos”, de cuja intervenção nos padrões de interação social incorre um reordenamento, sendo esta a fundamentação de grande parte da teoria Thompson, que,

embora utilize a imprensa para construir o cenário de atuação da mídia junto às sociedades, podemos vislumbrar esse conceito para as novas formas de tecnologias.

A presença dos meios de comunicação na sociedade atual oferta uma variedade de recursos que podem ser informativos, interativos, transacionais e integrativos, como já vimos no capítulo anterior. Estes dispositivos convergem de acordo com as novas tecnologias e propiciam experiências múltiplas entre emissor e receptor de acordo com o “caráter híbrido” explicitado por Thompson acima. Tal fenômeno ocorre no contexto de e-gov e permite integrar as experiências dos receptores para auxiliar a gestão da comunidade em sua área de abrangência.

A partir deste pressuposto teórico, foi iniciada a investigação sobre o serviço 1746 da Prefeitura do Rio de Janeiro, tendo como hipótese sua funcionalidade integrativa a partir das novas concepções de interação social e os benefícios para a sociedade, que por se tratar de mídia eletrônica, podemos chamar de “usuários” do serviço. Este público-alvo pode ser aferido de acordo com dados da cidade do Rio de Janeiro, que possui uma população estimada em 6.453.682<sup>7</sup> de habitantes.

Com o objetivo de promover serviços mais eficientes e com prazos estabelecidos para a sociedade do entorno, da Prefeitura da cidade do Rio de Janeiro criou em 2011 o serviço 1746, que possibilita atendimento ao cidadão por uma central de atendimento única que reúne 2015<sup>8</sup> serviços públicos conforme divulgado pelo órgão gestor. A Central 1746 que unificou o atendimento de 26 órgãos e secretarias municipais<sup>9</sup> e permitiu ao cidadão efetuar denúncias de irregularidades, reclamações, obter informações sobre multas, alvarás, turismo em português, inglês e espanhol por meio de uma ferramenta integrada, com capacidade para atender 450 ligações simultâneas e receber 600 mil chamadas por mês, disponível 24 horas por dia, sete dias por semana.

<sup>7</sup> Fonte: IBGE - Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais. Estimativas da população residente com data de referência de 1º de julho de 2014 publicada no D.O.U. em 28/08/2014.

<sup>8</sup> Informações extraídas da Central 1746 web disponível em [www.1746.rio.gov.br](http://www.1746.rio.gov.br).

<sup>9</sup> Informações extraídas do documento *Gestão de Alto Desempenho da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro 2012*.

O benefício principal é o contato integrado por um canal único que pode ser acessado por telefone, site ou aplicativo gratuito disponível para *smartphones* e *tablets*. Pelo aplicativo, o cidadão tem a possibilidade de somente fotografar o problema e enviar a imagem ao órgão responsável, sem a necessidade de informar o endereço, pois ao selecionar a opção “Localizar”, o sistema realiza o georreferenciamento automaticamente. Todos os serviços oferecidos têm prazos sendo emitido protocolo para acompanhamento. O usuário realiza interações com o governo municipal para resolução de problemas como buracos em vias, acúmulo de lixo, falta de iluminação pública etc.

De acordo com informações disponíveis no site, os serviços mais solicitados são remoção de entulho e bens inservíveis, denúncia de estacionamento irregular, reparo de lâmpadas apagadas e controle de roedores. Os serviços piores avaliados são manejo arbóreo, desobstrução de galerias de águas pluviais, desobstrução de caixas e ramais de ralos, reparo de buraco na calçada e implantação de varrição. Desde o lançamento da central até fevereiro de 2015, foram registradas 116 mil solicitações para fiscalização de estacionamento irregular. O cidadão assume o papel de agente fiscalizador, neste exemplo, contribuindo diretamente para a manutenção dos espaços públicos. Essa mudança nos alicerces do poder social pode ser caracterizada como uma “ação à distância” e um processo de “mediação estendida” conforme conceitos de Thompson:

O desenvolvimento dos meios de comunicação não somente criou novas formas de interação, mas também fez surgir novos tipos de ação que têm características e consequências bem distintas. A característica mais geral destes novos tipos de ação é que eles são responsivos e orientados a ações ou pessoas que se situam em contextos espaciais (e talvez temporais) remotos. [...] Num mundo caracterizado por múltiplas formas de transmissão da mídia é também comum que as mensagens da mídia sejam recebidas por outras organizações e incorporadas em novas mensagens, num processo que pode ser descrito como “mediação estendida” (THOMPSON, 2011, p. 137-149).



Como estágio informativo, a Central 1746 possui no site seção que atende a esta categoria, como a orientação disponível de que os preços de serviços funerários prestados na cidade do Rio são tabelados, além de algumas curiosidades como o cidadão que mais utilizou o serviço em três anos (256 solicitações) e foi convidado para conhecer a central de atendimento física, fortalecendo assim a relação institucional do órgão proponente do serviço com o usuário.

Observou-se que o tipo de interação predominante no serviço 1746 foi a interação mediada, não sendo exclusiva e mantendo o “caráter híbrido” de Thompson articulado anteriormente, e o aspecto dialógico, proporcionando ao gestor compreender as minúcias das demandas do município, auxiliar na tomada de decisões e priorizar os investimentos em políticas públicas, alterando a realidade social e atingindo o estágio “conectado” (ASP/ONU, 2010).

Conforme a lista de serviços disponível no site da *Central 1746*, foram analisados 316 serviços contemplados em 30 categorias. A categoria *Outros* foi retirada da listagem em virtude da ausência de definição de quais serviços estariam contidos neste item, que deve englobar mais de 1600. As demais categorias foram classificadas pelo nível de maturidade em governo eletrônico de acordo com os três últimos estágios de maturidade em governo eletrônico da ASP/ONU e as características interativas de Thompson, tendo em vista que a ferramenta já foi classificada por este estudo como interação mediada de forma predominante, embora possibilite acionar serviços de interação face a face que resultem em interações quase mediadas a partir de interações mediadas, casos em que o usuário cadastra uma solicitação que resultará em benefício para um número indefinido de receptores em potencial, como por exemplo pedido de reparo em bueiro ou aviso sobre vias interditadas. Por esse motivo, as características interativas das 30 categorias analisadas se tornam mais relevantes do que a própria tipificação de interatividade.

Foram classificados 24 serviços como interativos, sendo relativos às categorias *compras pela internet*, *denúncias*, *reclamações* e *pedidos de informação*. Não foi utilizada a classificação de informativa porque o usuário aguarda uma resposta que deve ser dada pelo gestor, mesmo quando direcionado para a ouvidoria.

Como funcionalidades transacionais, foram classificadas 40 serviços disponíveis nas categorias estacionamento, plano de saúde e táxi. Embora alguns sejam para benefício do bem coletivo, predomina-se o individual a partir de uma transação realizada como a possibilidade de emissão de cartão de estacionamento para deficiente e verificação do Bloqueio do Plano de Saúde. O caráter dialógico entre emissor e receptor é da informação ou do serviço assistido é consumado tanto na funcionalidade interativa, quanto transacional.

Em termos de funcionalidade integrativa, foram classificados 252 serviços, que envolvem fiscalização, vistoria ou manutenção. Embora um indivíduo efetue o cadastro, a solicitação é de interesse coletivo em grande parte da categoria. A intervenção do cidadão registra espaço e tempo por meio de fotos como, por exemplo, o pedido de vistoria nos casos de ameaça de desabamento em estrutura, assumindo o contexto de copresença característico da interação face a face e transporta para a ferramenta uma multiplicidade de deixas simbólicas que seria limitada na interação mediada. Sendo a funcionalidade integrativa predominante nos serviços disponíveis pela Central 1746 de “caráter híbrido” (Thompson, 2011, p. 123), tal multiplicidade de deixas simbólicas pode ser observada a partir da escrita registrada no formulário de cadastro da solicitação ou por meio do tom de voz pela central telefônica.

### **Considerações finais**

Por fim, podemos relacionar a funcionalidade integrativa com alto nível de maturidade em governo eletrônico como assegurada pelo “caráter híbrido” que reúne os aspectos monológico (da interação quase mediada) e dialógico (da interação mediada), pois mesmo que a resposta oficial seja fornecida ao solicitante da Central 1746, a realização do serviço promoverá o bem coletivo e influirá no cotidiano de todo cidadão da área afetada. Os benefícios sociais são claros conforme relatados neste estudo a partir da intervenção do cidadão como apoio à gestão urbana e à fiscalização para garantir a aceleração de serviços públicos. Essa aproximação entre governo e cidadão impõe novos paradigmas na estrutura da administração pública.

A mídia analisada permite capturar com mais detalhes as necessidades da população, aumentando a multiplicidade das “deixas simbólicas” que deveriam ser limitadas por se tratar de uma “interação mediada”, e amplia os acessos aos serviços públicos por tratarem de assuntos da coletividade, sendo este um cenário propício para a funcionalidade integrativa se estabelecer no que tange às políticas de e-gov.

A partir da central integrada 1746, observa-se que um dos principais benefícios desse tipo de mídia integrativa é gerenciar as demandas da sociedade auxiliando a criação de políticas públicas a partir do conhecimento expressivo dos problemas urbanos mapeados pelas relações interativas. Tendo em vista as características e a variedade de serviços verificados e disponíveis aos cidadãos, convém questionar a metodologia de análise global utilizada pelo TCE-RJ na divulgação do relatório supracitado e sua afirmação equivocada sobre ausência de sites integrativos entre os municípios de sua área de abrangência.

O que se pretende aqui é ressaltar a importância em delinear a amplitude das funcionalidades propiciadas pelas novas TICs e a riqueza de conteúdos dispostos em suas seções ou categorias. A interação mediada e quase mediada entre emissor e receptor apresentada pela mídia registra contextos de copresença e referências de espaço e tempo que seriam exclusivos da interação face a face.

O dinamismo das sociedades modernas impactou as relações dos indivíduos em seu cotidiano. Enxergar essas relações e táticas de ação à distância proporcionadas pelo uso dos novos meios de comunicação é fator essencial para compreender as relações de poder da mídia e a existência de outros desenhos sociais para a definição de políticas públicas. O conhecimento por parte dos cidadãos das características usuais de uma mídia constituída por políticas de e-gov servirá para atingir a excelência em novas concepções e na evolução dos ambientes virtuais existentes.

Os resultados obtidos com a realização dessa pesquisa poderão advir importantes contribuições não só para os profissionais que planejam comunicação em governo eletrônico, mas também, para pesquisadores de outras áreas que buscam identificar estratégias para construção de ambientes virtuais com alto teor interativo e integrativo.

## Referências bibliográficas e webgrafia

BRASIL. *Lei de Acesso à Informação nº 12.527*. 2011. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/12527.htm)>. Acesso em: 11 de abril de 2015.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. Original de 1961.

HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

IBGE - Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais. *Estimativas da população residente com data de referência 1º de julho de 2014*. Publicada no Diário Oficial da União em 28/08/2014. Disponível em: <[ftp://ftp.ibge.gov.br/Estimativas\\_de\\_Populacao/Estimativas\\_2014/nota\\_metodologica\\_2014.pdf](ftp://ftp.ibge.gov.br/Estimativas_de_Populacao/Estimativas_2014/nota_metodologica_2014.pdf)>. Acesso em: 23 de junho de 2015.

MARTINS, José de Souza. *O senso comum e a vida cotidiana*. In: A Sociabilidade do homem simples. 2ª ed. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. *Central 1746*. Disponível em: <<http://1746.rio/>>. Acesso em: 25 de junho de 2015.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. *Gestão de Alto Desempenho*. 2012. Acesso em: 23 de junho de 2015. Disponível: <<http://www.conselhodacidade.com/v3/pdf/RioGestaoAltoDesempenho.pdf>>.

TCE-RJ. *Estudos Socioeconômicos dos Municípios do Estado do Rio de Janeiro 2014*. Secretaria Geral de Planejamento TCE-RJ. 2015 (p. 18 a 23). Disponível em: <<http://www.tce.rj.gov.br/documents/10180/25367601/Estudo%20Socioecon%C3%B4mico%202014%20-%20Maca%C3%A9.pdf>>. Acesso em: 22 de maio de 2015.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão; revisão da tradução Leonardo Avritzer. 12º. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

United Nations/ASP. *Benchmarking E-government: a global perspective*. New York, 2001. Acesso em: 11 de abril de 2015. Disponível em: <<http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/English.pdf>>.

United Nations/ASP. *E-Government Survey 2010*. New York, 2010. Disponível em: <<http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2010-Survey/Complete-survey.pdf>>. Acesso em: 11 de abril de 2015.

United Nations/ASP. *E-Government Survey 2014*. New York, 2014. Disponível em: <[http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov\\_Complete\\_Survey-2014.pdf](http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf)>. Acesso em: 11 de abril de 2015.

## **O homem com dispositivos:<sup>1</sup>** revisitando Vertov

Flávia Campos Junqueira<sup>2</sup>

### **Resumo**

Dziga Vertov afirmava que graças ao *Cine-Olho* era possível construir o homem ideal, adaptado à realidade a sua volta. Hoje, a tecnologia digital nos permite construir quantos *eus* quisermos, adaptados a qualquer situação como melhor convier. Embasados nos conceitos de dispositivo e contemporâneo de Giorgio Agamben, pretendemos pensar como a ideia de montagem de Vertov, levada a cabo por ele no cinema, foi radicalizada e tornou-se uma forte característica na subjetividade contemporânea.

### **Palavras-chave**

Dispositivo; Contemporâneo; Cinema; Vertov; Montagem.

### **Introdução**

Ao propor um manifesto em 1922, Dziga Vertov afirmou que com o *Cine-Olho* era possível construir o homem ideal, em compasso com seu tempo. Hoje podemos construir múltiplas identidades, que são continuamente transformadas em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 2006). Podemos dizer que a ideia de montagem fragmentada de Vertov, levada a cabo por ele no cinema, foi radicalizada e tornou-se uma forte característica na subjetividade coeva, fazendo com que sua obra permaneça atual.

Concordamos com Stuart Hall (2006) quando ele afirma que o sujeito sociológico deu lugar ao sujeito pós-moderno, à medida que a primeira definição não era suficiente para dar conta de todas as relações possíveis, ou seja, não só entre

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 - Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UERJ.



sujeitos, mas também com os dispositivos envolvidos. Neste sentido, a estética parece abarcar melhor as relações no que ele chama de modernidade tardia.

Este modelo sociológico interativo, com sua reciprocidade estável entre "interior" e "exterior", é, em grande parte, um produto da primeira metade do século XX, quando as ciências sociais assumem sua forma disciplinar atual. Entretanto, exatamente no mesmo período, um quadro mais perturbado e perturbador do sujeito e da identidade estava começando a emergir dos movimentos estéticos e intelectuais associado com o surgimento do Modernismo (HALL, 2006, p.32).

Com Hall (1997), podemos afirmar que a ideia de emissor-receptor seria insuficiente para a contemporaneidade, pois não leva em conta a experiência que há nesta relação. Podemos ainda lembrar de outros autores com semelhante visão, como Paul Ricoeur. Pensar um texto *online*, por exemplo, como sendo do autor ou do leitor, é permanecer nas extremidades, quando o que interessa é justamente a travessia (RICOEUR, 1994).

A escolha de Vertov se justifica pela ainda atual importância do filme *Um homem com uma câmera*. Em 2014 ele foi eleito o melhor documentário de todos os tempos por um júri de especialistas, entre cineastas, curadores e críticos de cinema, reunidos pela revista britânica *Sight & Sound* do *British Film Institute*<sup>3</sup>. Dos trezentos integrantes do corpo jurado, cem votaram em *Um homem com uma câmera*. Esta foi a primeira vez que a *Sight & Sound*, que tradicionalmente elege os melhores filmes, fez uma pesquisa específica para este gênero. Até então o filme de Vertov aparecia entre os dez primeiros da lista.

Fato é que a quase centenária obra parece estar ainda *très-em-forme*, não só para o cinema, mas também para tomarmos um olhar mais distanciado sobre o contemporâneo e a subjetividade fragmentada.

## Os Contemporâneos

---

<sup>3</sup> *Sight & Sound*. *British Film Institute*. Disponível em: <<http://www.bfi.org.uk/sight-sound-magazine/greatest-docs>>. Acesso em: 06 jul. 2015.



XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Para pensarmos o homem contemporâneo, lançamos mão do conceito trabalhado por Giorgio Agamben. A contemporaneidade é, para o filósofo italiano, uma singular relação com o próprio tempo, que pega-se a este e, ao mesmo tempo, dele toma distâncias. Embasado em Nietzsche, ele diz que:

mais precisamente, essa é a relação com o tempo que a este adere através de uma dissociação e um anacronismo. Aqueles que coincidem muito plenamente com a época, que em todos os aspectos a este aderem perfeitamente, não são contemporâneos porque, exatamente por isso, não conseguem vê-la, não podem manter fixo o olhar sobre ela (AGAMBEN, 2009, p. 59).

Agamben aprofunda a definição explicando que, para ser contemporâneo, é fundamental manter o olhar fixo em seu tempo para perceber justamente seus pontos nebulosos, ou em suas palavras “perceber o escuro”. Tal percepção é igualada a um ato de coragem, visto que necessita de uma habilidade particular do sujeito, para “perceber neste escuro uma luz que, dirigida para nós, distancia-se infinitamente de nós. Ou ainda: ser pontual num compromisso que se pode apenas faltar” (AGAMBEN, 2009, p. 65). Ao trazer esta poética definição, ele mesmo reconhece que não é uma tarefa fácil e, justamente por isso, os contemporâneos são raros. Perceber no escuro o devir que ao mesmo tempo já foi, “reconhecer nas trevas do presente a luz que, sem nunca poder nos alcançar, está perenemente em viagem até nós” (AGAMBEN, 2009, p. 66).

Tomados por tais perspectivas, pretendemos dizer que o cineasta Dziga Vertov trazia as questões de um homem contemporâneo em um momento em que a modernidade implicava grandes transformações práticas e que, além de tudo, era plenamente consciente de que a relação do homem com o cinema levaria a transformações ainda mais profundas. Seu mais conhecido filme, *Um homem com uma câmera*, de 1929, permanece contemporâneo ao identificarmos nele, mais que as questões vividas nas cidades em sua montagem fragmentada, uma relação com nossa subjetividade atual que o coloca “na forma de um limiar inapreensível entre o ‘ainda não’ e um ‘não mais’ (AGAMBEN, 2009, p. 67). Vertov sabia que a relação do homem com sua nova realidade levaria a uma mudança na percepção do mundo.

## **A montagem e o olhar construtor**

Para melhor embasar nossa escolha pela linguagem cinematográfica, recorreremos a Benjamin, que viu o cinema como a característica marcante do século em que a reprodutibilidade gerou novos conceitos para a obra de arte e permitiu mudanças na cognição do homem no início do século XX.

O filme serve para exercitar o homem nas novas percepções e reações exigidas por um aparelho técnico cujo papel cresce cada vez mais em sua vida cotidiana. Fazer do gigantesco aparelho técnico do nosso tempo o objeto das inervações humanas – é essa a tarefa histórica cuja realização dá ao cinema o seu verdadeiro sentido (BENJAMIN, 1994, p.174).

Não podemos falar do cinema russo de experimentação deixando de lado o momento histórico no qual está inserido. O período era de transição do regime capitalista para o comunista e a União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) preocupava-se com a estruturação de uma sociedade mais igualitária. O país estava conturbado pela Primeira Guerra Mundial e empenhava-se em sua reconstrução. A cultura foi decisiva para a difusão das ideias partidárias (FIGUEIRA LEAL e PEQUENO, 2009, p. 37).

Lênin viu no cinema o meio ideal para propaganda política, visto que era extremamente popular e, principalmente, atingia a todos sem exclusão, pois o índice de analfabetismo no período era grande. Além disso, a ideia do cinema como um meio essencialmente moderno também ajudava no discurso de desenvolvimento industrial, contra uma Rússia atrasada. O Estado, portanto, investiu altos recursos na produção cinematográfica do país.

A ideia de montagem veio primeiro da indústria, das linhas de produção. Apesar de estar presente em outras artes, no cinema a montagem é um procedimento essencial, e a passagem de uma imagem à próxima, ou seja, a diferença entre um plano e outro pode ser enfatizada a fim de criar tensões (XAVIER, 2005). Nesse contexto a montagem tornou-se para muitos vanguardistas um campo livre, aberto a

experimentações, e podemos dizer que Vertov foi um dos expoentes com sua montagem por associações e contrastes, conectando imagens como um princípio musical e, desta maneira, criando tensões. Montar significa, para ele,

organizar os pedaços filmados (as imagens) num filme, ‘escrever’ o filme por meio das imagens filmadas, e não escolher pedaços de filmes para fazer ‘cenas’ (desvio teatral) ou pedaços filmados para construir legendas (desvio literário). Todo “Cine-Olho” está em montagem desde o momento em que se escolhe o tema até a edição definitiva do material, isto é, ele é montagem durante todo o processo de sua fabricação (VERTOV, 1983, p. 263)<sup>4</sup>.

Movido por tais ideias, Vertov percebeu a montagem como o lugar no qual a experimentação da linguagem cinematográfica poderia ser plenamente desenvolvida. Sobre a obra *Um homem com uma câmera*, de 1929, Manovich (2000, p. 210) afirma que Vertov, por meio da montagem, criou relações entre as tomadas, ordenando e reordenando a fim de criar uma nova perspectiva para o mundo. Este é, para o autor, o que constitui o próprio método do filme. O retrato da vida moderna se constrói a partir de arranjos de imagens captadas no cotidiano, tornando-se, mais do que isso, um argumento da vida do período.

O *Cine-Olho* seria “a possibilidade de tornar visível o invisível, [...] a fusão de ciência e de atualidades cinematográficas” (VERTOV, 1983, p. 262). Ainda que tivesse o cinema como um instrumento técnico para construção social, o engajamento dos artistas na construção do novo estado, no entanto, extrapolou sua dimensão prática e tornou-se questão estética e conceitual. A ideia de construção lançou-se num projeto maior, deixando de ser apenas um mero recurso retórico e tornando-se o movimento estético que moldou a nova cultura soviética durante os anos 20. As artes diversas possuíam um idioma comum “que refletia a necessidade de reconstrução do todo do organismo social, estabelecendo um forte equilíbrio entre arte e sociedade” (VIEIRA, 2004, p. 19).

---

<sup>4</sup> O *Cine-Olho* (*Kino-glaz* no original) foi expressão criada por Vertov a partir de uma combinação de palavras. Em 1922, ele, a montadora e também sua esposa, Elizaveta Svilova, e seu irmão Mikhail Kaufman deram origem ao “Conselho dos três”, no qual propuseram o manifesto *Kinoks*: uma revolução. A expressão *Kinoks* também seria derivada da combinação de *Kino* – cinema ou filme – e *oko* – termo poetizado para olho.

O movimento de ruptura aos padrões clássicos da arte proposto pelas diversas vanguardas do período crescia em diferentes frentes ao mesmo tempo – como o Futurismo e o Dadaísmo, por exemplo – e da apologia à velocidade e ao ritmo intenso da cidade surgiu o Construtivismo. Com uma vocação tecnológica, o Construtivismo tinha o cinema como o meio de representação e expressão da vida moderna, capaz de levar ao homem uma nova percepção de mundo, condizente com o cotidiano que agora o circundava.

A ideia de construção estava também na nova política socialista e na reconstrução econômica e industrial pós-Primeira Guerra. O país tinha que concentrar suas forças na geração de energia elétrica, na construção de linhas de trens, e no fortalecimento da agricultura a partir de sua mecanização, investindo na produção do maquinário necessário para isto. João Luiz Vieira (2004, p. 20) nos explica que foi “dentro desse panorama geral que se desenvolveu o trabalho cultural, e artistas, escritores e cineastas, num esforço inédito e coletivo, dirigiram suas atenções e energias para a construção da então nova sociedade”. O papel do artista ganhou novos contornos pela ideia de “artista-engenheiro”, delineando a síntese entre arte e tecnologia.

### **O cinema como dispositivo**

Agamben apresenta duas definições de dispositivo e ambas serão importantes para compreendermos a contemporaneidade de Vertov. Primeiro, baseado em Foucault, o autor italiano afirma que todo dispositivo cumpre uma função estratégica para responder a uma urgência do momento histórico e que, por isso, estaria sempre inserido num jogo de poder. Resumindo três pontos principais sobre dispositivo em Foucault, Agamben coloca:

- a. É um conjunto heterogêneo, linguístico e não-linguístico, que inclui virtualmente qualquer coisa no mesmo título: discursos, instituições, edifícios, leis, medidas de polícia, proposições filosóficas, etc. O dispositivo em si mesmo é a rede que se estabelece entre esses elementos.
- b. O dispositivo tem sempre uma função estratégica concreta e se inscreve sempre numa relação de poder.

c. Como tal, resulta do cruzamento de relações de poder e de relações de saber (AGAMBEN, 2009, p. 29).

Revisitando o que falamos até aqui, mantemos em mente que o cinema seria o meio que melhor representaria o momento de crescimento das cidades, captando o ritmo frenético ao qual nossos sentidos não estavam acostumados até então. A montagem ajudava na construção do homem ideal, política e socialmente falando. Fica clara a função estratégica que Vertov dá ao cinema, colocando-o como dispositivo.

Dando sequência ao pensamento, Agamben propõe vermos os dispositivos em relação com os seres vivos e, como resultado, enxergaremos o sujeito. Este segundo ponto de vista é possível graças a um movimento necessário de afastamento. Quase um século depois do manifesto dos *Kinoks*, temos uma multiplicidade infinitamente maior de dispositivos, e podemos perceber como marcas da subjetividade contemporânea, características que antes estavam apenas no campo estético. E como afirmamos acima, Vertov sabia que as consequências de sua obra poderiam ser bem mais profundas. Em suas palavras notamos como ele associa a importância da linguagem assumida por ele a um novo olhar: “O meu caminho leva à criação de uma percepção nova de mundo. Eis porque decifro de modo diverso um mundo que vos é desconhecido” (VERTOV, 1983, p.256).

Como afirma Agamben (2009, p. 41), um mesmo indivíduo pode ser lugar dos múltiplos processos de subjetivação. Com a pluralidade de dispositivos, a ideia de montagem foi radicalizada e podemos construir diversas identidades, de forma totalmente fragmentada.

E retornamos a Benjamin para lembrar que a montagem no cinema foi fator responsável pela reestruturação do olhar à medida que a imagem no filme

[...] não pode ser fixada, nem como um quadro, nem como algo de real. A associação de ideias do espectador é interrompida imediatamente, com a mudança da imagem. Nisso se baseia o efeito de choque provocado pelo cinema, que, como qualquer outro choque, precisa ser interceptado por uma atenção aguda. *O cinema é a forma de arte correspondente aos perigos existentes mais intensos com os quais se confronta o homem contemporâneo* (BENJAMIN, 1994, p. 192, grifo do autor).



Benjamin falava da vivência do choque, reproduzida visualmente no cinema através da montagem descontínua e do tempo fragmentado dos filmes de vanguarda, como experiência moderna por excelência. Para ele,

a irrupção da modernidade surgiu nesse afastamento da experiência concebida como uma acumulação contínua em direção a uma experiência de choques momentâneos que bombardearam e fragmentaram a experiência subjetiva como granadas de mão (CHARNEY, 2004, p. 323).

Mas o que queremos dizer quando afirmamos que nossa subjetividade está transformada e nossa identidade fragmentada? A conexão possibilitou novas formas de interação e comunicação com o mundo. Temos hoje diferentes formas de “estarmos presentes” virtualmente por meio dos perfis criados, seja em aplicativos, redes sociais, conta de e-mail ou simplesmente em um cadastro de site notícias, estamos constantemente construindo uma identidade múltipla, que talvez dificilmente poderá ser vista por completo, pois nunca cessará de expandir.

### **De volta aos contemporâneos**

Podemos afirmar então que, no auge da modernidade, o sujeito pós-moderno foi percebido, *avant la lettre*, por homens, acima de tudo, contemporâneos, cada um em seu tempo e dele distanciados.

Aqueles que procuraram pensar a contemporaneidade puderam fazê-lo apenas com a condição de cindi-la em mais tempos, de introduzir no tempo uma essencial desomogeneidade. Quem pode dizer: “o meu tempo” divide o tempo, escreve neste uma cesura e uma descontinuidade; e, no entanto, exatamente através dessa cesura, dessa interpolação do presente na homogeneidade inerte do tempo linear, o contemporâneo coloca em ação uma relação especial entre os tempos (AGAMBEN, 2009, p. 71).

A contemporaneidade, para Agamben, tem uma relação especial com o passado, e também com o futuro, o lugar do “não mais” e do “ainda não”. Por estar nesta posição, ela lança mão do passado a todo momento, reaproveitando-o da maneira que melhor convém, e depositando no presente a inevitável presença do arcaico, como um movimento que nunca cessará. Se a contemporaneidade é assim definida, podemos concordar com a afirmação de que, ser contemporâneo é, portanto,

perceber os vestígios do arcaico no moderno (AGAMBEN, 2009, p. 69), mas também ter em mente que nossa relação com tais vestígios, ressignificados, influenciará nossa percepção do mundo, implicando um vínculo também com o futuro.

No fim do texto, coroando a assertiva do Benjamin contemporâneo, o autor italiano afirma que:

o contemporâneo não é apenas aqueles que, percebendo o escuro do presente, nele apreende a resoluta luz; é também aquele que, dividindo e interpolando o tempo, está à altura de transformá-lo e de colocá-lo em relação com os outros tempos, de nele ler de modo inédito a história, de “citá-la” segundo uma necessidade que não provém de maneira nenhuma do seu arbítrio, mas de uma exigência à qual ele não pode responder. [...] É algo do gênero que devia ter em mente Michel Foucault quando escrevia que as suas perquirições históricas sobre o passado são apenas a sobra trazida pela sua interrogação teórica do presente. E Walter Benjamin, quando escrevia que o índice histórico contido nas imagens do passado mostra que estas alcançarão sua legibilidade somente num determinado momento de sua história (AGAMBEN, 2009, p. 72).

Pelo mesmo viés, podemos dizer que Vertov, consciente das potencialidades do cinema, utilizou seus recursos ao máximo, criando com uma linguagem própria um novo olhar sobre seu tempo. Em outras palavras, ele transformou seu tempo ao colocá-lo em relação com o futuro e permanece, portanto, contemporâneo. Por enquanto, fica a admiração ainda atual por Vertov muito mais que sobrevivente de seu tempo. Um contemporâneo nunca deixa de sê-lo.

### **Referências bibliográficas:**

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** E outros ensaios. Tradutor Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó, SC: Argos, 2009.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: \_\_\_\_\_, **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura.** Obras escolhidas v.1. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CHARNEY, Leo. Num instante: o cinema e a filosofia da modernidade. In: \_\_\_\_\_ e SCHWARTZ, Vanessa R. **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

FIGUEIRA LEAL, Paulo Roberto; PEQUENO, Laura. Vertov: política e cinema na URSS do anos 1920. In: PERNISA JUNIOR, Carlos. **Vertov: o homem e sua câmera**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

\_\_\_\_\_. **Representation: Cultural representations and signifying practices**. London: Sage Publications & Open University, 1997.

MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge, Mass: Mit Press, 2000.

RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa** (Tomo 1). Campinas, SP: Papyrus, 1994.

VERTOV, Dziga. Nós – variação do manifesto. In: XAVIER, Ismail. **A experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983.

VIEIRA, João Luiz. Vanguarda cinematográfica: Eisenstein, Vertov e o construtivismo cinematográfico. **Recine: Revista do Festival Internacional de Cinema de Arquivo**, Rio de Janeiro, ano 1, nº 1, p. 16-25. Setembro de 2004.

XAVIER, Ismail. **Especificidades da montagem**. 2005. Disponível em: <[http://heco.com.br/montagem/entrevistas/05\\_02.php](http://heco.com.br/montagem/entrevistas/05_02.php)>. Acesso em: 21 abr. 2010.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

### **Tempos visíveis:**

Fotografia, gestos de memória e esquecimento<sup>1</sup>

Grécia Falcão<sup>2</sup>

### **Resumo**

Numa interrogação sobre o caráter performativo da imagem, este artigo explora as subtrações da narrativa fotográfica da artista eslovaca Pavel Maria Smejkal. Na obra “Fatescapes”, nos interessa saber como o documento fotográfico se reordena sob a apropriação e o apagamento da “realidade” apresentada na imagem. Lançamos, então, o desafio de compreender a existência de um “gesto” invisível no fotográfico. E, sob a amplitude de espaços sociais vividos através da fotografia, seria possível pensá-la em outros termos – uma máquina que faz aparecer, bem como desaparecer? Um dispositivo que se sustenta pelo dissenso e, justo por lacunas visuais, constrói os sentidos do contemporâneo. Cria presenças pelo o que está oculto ao olhar. Evoca memórias ante o que é dado a esquecer.

### **Palavras-chave**

fotografia; arte contemporânea; estética; produção subjetiva.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 – Artes, Estéticas e Tecnologias da Comunicação – do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Pesquisadora e doutoranda em Comunicação Social, na UERJ. Estudos em sociabilidade contemporânea, estética e cultura visual.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## Introdução

Este artigo explora os apagamentos fotográficos da artista eslovaca Pavel Maria Smejkal afim de relativizar o que comumente se compreende por arquivo e memória. Atentamos para uma virada conceitual na teoria da imagem que, associada aos novos usos da fotografia na arte contemporânea, é capaz de superar o fotográfico em sua herança histórica – o lema representativo que pensa a fotografia como técnica que captura existências pré-dadas e, por sua vez, reduz as imagens ao campo dos visíveis.

Para tanto, no lugar de enxergar o fotográfico pelo o que se apresenta exclusivamente exposto aos olhos, aqui estaremos atentos aos gestos de apropriação e apagamento que buscam evidenciar a dimensão lacunar do material de arquivo. Expressões artísticas que despertam discussões sobre a verdade diante do documento ao passo que provocam uma inversão de sentido visual, visto que a ausência dos elementos visuais da imagem se tornam a causa da produção de seus significados.

Lançamos, então, o desafio de compreender a existência de um “gesto” invisível no fotográfico. E sob a amplitude de espaços sociais vividos através da fotografia, seria possível pensá-la em outros termos – uma máquina de faz aparecer, bem como desaparecer? Um dispositivo que se sustenta pelo dissenso e, justo pela distância provocada nas lacunas da imagem, constrói novos sentidos visuais. Cria presenças pelo o que está oculto ao olhar. Evoca memórias ante o que é dado a esquecer.

Nos interessa saber como o documento fotográfico se reordena sob a apropriação e o apagamento da “realidade” apresentada na imagem. Faremos, portanto, um estudo de caso para avaliar a adequação da arte contemporânea à teorias que questionam a fotografia enquanto *medium* capaz de atestar a evidência do real; capaz de apresentar a singularidade de um fato passado. Neste contexto, não buscamos invalidar a imagem enquanto vestígio histórico, mas mostrar como as fotografias estão sendo produzidas e valoradas a favor da fluidez de seu significado.

Haveria, portanto, um componente invisível, indecifrável – uma ausência de



sentido inerente a cada imagem que circula na atualidade. É o que obra “Fatescapes” (2009), ou “Destino em fuga”, parece nos mostrar. Ali, fotografias, ícones do fotojornalismo, são manipuladas até que se apaguem os personagens da narrativa histórica. Na imagem a seguir, por exemplo, veríamos a aluna Mary Ann Vecchio de joelhos, gritando sobre o corpo baleado do estudante de vinte anos, Jeffrey Miller (Figura 1). Mas, por alguma razão, só a paisagem deste registro está visível.



*Figura 1 – 1970, Kent, USA – Pavel Maria Smejkal, 2009.*

Naquela primavera de 1970, a impopularidade da Guerra do Vietnã estava no auge e, durante um protesto anti-guerra com cerca de seiscentos estudantes, a Guarda Nacional de Ohio reagiu à manifestação pacífica com o uso excessivo de gás lacrimogêneo e disparos de arma de fogo, acarretando em nove feridos e quatro estudantes mortos na *Kent State University* em Ohio, Estados Unidos. Estaria ali o registro do incidente que estampou a primeira página dos principais jornais do mundo, levando o fotógrafo John Filo a ganhar o Prêmio Pulitzer do ano seguinte. Um retrato da dor. O registro de que o Estado norte-americano agia de forma imprudente e assassinava até mesmo seus próprios cidadãos.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Entre a famosa fotografia de Iwo Jima (Figura 2) capturada por Joe Rosenthal e a inesquecível cena do homem em frente aos tanques de guerra de Jeff Widener (Figura 3), nesta série, o trabalho de Pavel Maria consiste em remover digitalmente os motivos de obras fotográficas emblemáticas – símbolos da história em sua herança visual.



*Figura 2 – 1945, Iwo Jima. Pavel Maria Smejkal, 2009.*



*Figura 3 – 1989, Beijing – Pavel Maria Smejkal, 2009.*



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Curioso é que embora os elementos essenciais para compreensão da foto tenham sido apagados, na obra de Smejkal o que resta do registro fotográfico consegue, por vezes, evocar as mesmas emoções da captura original. Em “Fatescapes” ainda é possível rememorar o fato histórico mesmo quando retiramos os principais motivos da narrativa fotográfica. E se, por um lado, encontramos a força destas presenças visuais, capazes de sobreviver na memória do espectador mesmo quando intensamente alteradas, por outro, a artista provoca um deslocamento de olhar sobre o que é determinante na imagem. Em outras palavras, reconhecer a fotografia de Widener sob uma cena vazia, e não apenas diante da presença do homem em frente ao tanque de guerra, é pensar na complexidade visual, discursiva e afetiva que define o que é dado a perceber.

Vemos esta narrativa histórica impregnar diversos elementos da imagens que de antemão não dávamos tanta importância, como o cenário, o ângulo, o enquadramento, os tons, a textura etc. Mas, de certo, o mais interessante desta obra é como a artista nos leva a reviver o passado, o fato ocorrido, reordenando, na própria imagem, o lugar do fotográfico no que tange sua finalidade visual e função histórico-social.

Neste caso, ao suprimir certos elementos fundamentais da representação, passamos tanto à tentar reconstruir a imagem, resgatando seu lugar numa rede de relações históricas, quanto à apagá-la deste cenário diante do encontro com estas ausências. Um exercício perceptivo, onde os invisíveis da obra de Smejkal são justamente os elementos de tensão que sugerem uma nova experiência histórica e visual. Novos lugares da fotografia-documento. Novos atravessamentos sensíveis para além das visibilidades que foram comumente instituídas.

Falamos então da possibilidade de um recolhimento no olhar. Formas visuais que em suas invisibilidades produzem desacordos capazes de apontar para o traço de artifício da fotografia – para a maneira como a realidade é constantemente criada e transformada através das imagens. Logo, no lugar de ver o arquivo por um estatuto estável e singular – que prevê o registro fotográfico como índice de um real consolidado num dado espaço e tempo – é, pois, nosso objetivo, abrir os olhos para o



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
 XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
 Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
 Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

caráter fluido da imagem, que constantemente atualiza nossas maneiras de perceber, de ser afetado e de dar sentido ao que vemos.

Para tanto, os contrassensos propostos na arte contemporânea nos parecem a porta de entrada para compreender a construção deste território visual que definem as formas e as significações. Vide, por exemplo, as subtrações visuais da obra “Fatescapes” que denotam justamente esta dupla vigência da fotografia – meio que, por um lado, cria aparências em busca da uniformidade dos códigos, de uma verdade permanente e comum, ao passo que o próprio registro denota, per si, uma existência múltipla e efêmera – efeito da trajetória social que legitima o que deve ser representado como fato verídico ou não.

Ali, Pavel Maria se apropria de ícones do testemunho e questiona a técnica fotográfica, dilui seu efeito de real, num dissenso capaz de criar outros visíveis. Imagens da incerteza, que ultrapassam a fotografia em seu significado imediato e nos levam a penetrar esta rede de mediações que hoje atualizam a produção do ver. Esta construção visual que transita por diversos meios e atores, principalmente diante da sociabilidade *online*, onde as imagens predominam na comunicação e tem uma vigência quase independente.

Notamos, portanto, que a fotografia de arquivo, que circula como prova da veracidade de um passado constante – de um tempo imutável – também age e transmuta seus significados no contemporâneo. O objeto encontrado, o vestígio deixado, a imagem vista são, aqui, não só o rastro do que foi, mas presenças que diante da relação sujeito-imagem produzem novas subjetividades, criam memórias.

### **Os visíveis do “não-ver” e o que nos olha quando vemos imagens.**

Este entrelaçamento entre imagem e memória – esta complexidade temporal das imagens – se apresenta na teoria de muitos pensadores da história da arte. Com o intuito de repensar as visões tradicionais da iconografia, no livro “Diante de





8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Imagem”, George Didi-Huberman passa, justamente, a questionar tal sistema que busca classificar a arte visual por demarcações cronológicas<sup>3</sup>.

Neste caso, no lugar de categorizar a arte por autor, vanguarda e valores de estilo, o historiador deveria olhar as imagens como sintomas capazes de questionar os saberes. Trata-se, portanto, de uma quebra das relações causais, visto que as imagens agem como uma perturbação histórica e tem a potência de jogar com a memória do próprio sujeito. Em outras palavras, haveria na experiência estética, inevitavelmente, um efeito particular – não categorizável – visto que o espectador, diante da obra, projeta outras imagens de sua memória pessoal para reconhecer o que é visto. Haveria, pois, algo que foge ao olhar, que ultrapassa o que é reconhecível mediante a familiaridade dos códigos. Um irrepresentável – um invisível – como o que nos olha quando vemos a imagem<sup>4</sup>.

A questão, por sua vez, reside na difícil interpretação desta presença, desses significados, quando a história cronológica e seus sistemas de signos já não podem mais orientar os fundamentos estéticos. No lugar de pensar o regime de significação como uma sequência de fatos, categorizando uma evolução entre o que foi produzido antes e depois – a experiência estética de Didi-Huberman ganha uma dimensão atemporal, anacrônica, pois a imagem que sobrevive no presente traz tanto traços de um passado – valor simbólico historicamente atribuído – quanto prescreve gestos de uma existência porvir, fixada pela matéria, carregada de subjetividade.

Este pensamento reconhece, na imagem-documento, sua relação substancial firmada no paradoxo entre realidade e ficção, tão caro para esta pesquisa. Ao ocultar os vestígios da cena e abalar o efeito de certeza da fotografia, Pavel Maria, por

<sup>3</sup> Didi-Huberman põe em causa o modelo de temporalidade cronológica - e sua concepção de transmissão e imitação construído no século XVIII por Johann Joachim Winckelmann. Ao propor uma história dos estilos para a arte greco-romana, “Winckelmann revolucionou as formas tradicionais de estudo da Antiguidade, que, desde o século XVII, se organizava a partir da lógica do colecionismo” (MATTOS, 69), com uma história da arte vista através da evolução dos aspectos materiais dos objetos legados pelo tempo. Um esquema temporal evolutivo em ciclos, entre a grandeza e decadência dos estilos.

<sup>4</sup> Aqui fazemos referência ao livro “O que vemos, o que nos olha”, outra obra emblemática do filósofo e historiador da arte, George Didi-Huberman.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

exemplo, nos fala justamente desta impossibilidade de definir uma unidade de sentido à imagem. Não por acaso, vivenciamos em sua obra tal existência conflituosa do ver, percebendo visíveis em “quase-imagens”, contemplando memórias diante do ato de esquecer.

Uma abertura diante do que é visto que, por outro lado, incita o debate sobre o próprio papel da fotografia. Com finalidade de documentação científica, a técnica surge na modernidade buscando capturar visíveis e responder à exigência moral de lembrar. Havia ali uma necessidade de observar os fenômenos, de catalogar o máximo de experiências e, principalmente, fixar no tempo aquilo que deveríamos ver, atestar, lembrar. A modernidade, por sua vez, organiza um mundo onde a força da imagem estaria, necessariamente, associada ao desejo de ver – colocando visível e o invisível em condições opostas, da mesma maneira que a memória era entendida como contrária aos efeitos de esquecimento.

E se, de certa forma, explorar os dados visíveis em excesso, cultivar a memória, se tornava sinônimo de virtude; o não-ver, o apagar, o esquecer, eram entendidos como deficiência, como regressão indesejável, e não como o fenômeno de múltiplas camadas que serve como própria condição de possibilidade da memória. Sob este ponto, as obras que traremos nesta pesquisa trabalham em tal chave teórica, visto que o conteúdo narrativo da fotografia é, em si, a imagem do que não está ali. Certo encontro com o ocultamento, onde o não-ver inverte seu sentido comum e nos mostra sua potência de criar existências, conceber memórias.

E diante de tal visibilidade que se opera na ausência, nos apoiamos novamente na filosofia de Didi-Huberman, que pensa os invisíveis da imagem como uma experiência de fusão ou de confusão dos sentidos. Uma operação de montagem – um “agenciamento impuro do saber” (D. HUBERMAN, 2000, p. 35-36), que por meio de um jogo dialético faz surgir sintomas – imagens desconexas, figuras de pensamento que manifestam memórias por desencaixes temporais, anacronismos.

Uma particular concepção de temporalidade diante da arte que encontra inspiração na obra de Walter Benjamin, pensador do século XX que abordaremos a seguir.





8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## **Tempos visíveis. Imagens que saltam do contemporâneo.**

É no sentido benjaminiano, que Didi-Huberman pensa a história das imagens diante de um paradoxo temporal. Sua conclamação por um olhar estético que se situe na dissemelhança anacrônica – na distância entre o visível e o sujeito do olhar – adere a proposta filosófica de Benjamin que busca na arte, na técnica – na materialidade das coisas – dissonâncias históricas que nos fazem compreender tanto o tempo presente, como vestígios de tempos adjacentes – de outras realidades possíveis.

Benjamin, então, não só propõe uma filosofia anacrônica que constitui uma antítese ao historicismo – esta experiência de “tempo vazio e homogêneo” no qual a temporalidade se apresenta como imutável – mas reconhece, na atualidade, uma multiplicidade de existências temporais, visto que o passado necessariamente está por vir e se conduz, se “presentifica”, através do que materialmente é dado a existir.

São, portanto, os objetos, as tecnologias em ascensão, os arquivos conservados, as imagens vinculadas – seja na arte, na imprensa ou na publicidade – sintomas, vestígios, que nos falam da construção de nossa atual existência histórica. O ser contemporâneo ganha, portanto, um caráter político, capaz de se por atento às diversas manifestações do presente para, assim, ouvir os ecos de um passado que foi calado. No entanto, não se trata de um breve retorno às condições perdidas na história, mas pensar que a própria história emerge da tensão entre o vivido e o não-vivido, “na colisão entre o agora e o antigo” (DIDI-HUBERMAN, 2010, 189). Como alguma ideia que urge na causalidade do tempo e o transforma, trazendo a possibilidade de um novo passado, presente e futuro.

Neste ponto, num presente repleto de vestígios do que foi possível e impossível na história – do que foi condição de lembrança e de esquecimento na atualidade – a tarefa do historiador materialista<sup>5</sup> benjaminiano é enxergar, na

---

<sup>5</sup> Diante do termo historiador materialista, remarcamos que, em Benjamin, a crítica à noção de tempo linear – visto que o presente tem a capacidade de ser revido e reordenado dependendo da maneira que se articula com o passado – associa-se à tentativa de reviver na história, pelo viés do materialismo histórico, as possibilidades perdidas do marxismo frente ao triunfo capitalismo. – a história dos vencidos que foi dada a desaparecer.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

materialidade dos eventos, a construção destas possibilidades de perceber e entender a realidade. Ali, os rastros materiais que sobrevivem no presente são indícios de existências lembradas e apagadas da história, em outros termos, vestígios de produção subjetiva. E, portanto, é o olhar anacrônico – que busca lacunas de sentido subtraindo os fatos das amarras do próprio tempo – o fio condutor para construção de novas formas de existência. Novas maneiras de dar sentido à história, atualizando suas causas e consequências, colocando em tensão nossos modos de ver.

Por este viés, se levamos sua busca pela produção de pensamento diante da crítica à historiografia tradicional, devemos citar outro conceito do autor. Por exemplo, em Benjamin, a noção de origem se afasta do que interpretamos ser o ponto inicial ou a causa de certo evento situado num passado inerte. Pelo contrário, a origem benjaminiana é entendida como movente e se instaura no tempo presente, vista como as condições de possibilidade que atualizam nossa maneira de produzir o sentido da verdade e de realidade no contemporâneo. Ou seja, para além de um tempo construído sob causas e efeitos, a origem se dá na atualidade; como um lugar múltiplo-temporal de onde se originam as ideias.

A origem, por sua vez, é vista como um lampejo, como a própria dinâmica do pensamento revelada sob o deslocamento de olhar no contemporâneo. Já numa reflexão sobre a arte, Didi-Huberman irá associar este conceito de origem ao de “imagem dialética”, também desenvolvido por Benjamin. Esta seria a imagem que sobrevém no indivíduo diante do trabalho crítico da memória – imagens que são em si anacrônicas e engendram as tensões dialéticas da história, bem como a potência de despertar o pensamento.

Assim, cada imagem dialética tem, em si, o poder de origem – a potência de gerar novas existências – visto que parecem amalgamar um passado e um porvir. Imagens que, como fluxo movente de forças anacrônicas, nos levam a saltar do próprio contemporâneo e se destinam a “compreender de que maneira os tempos se tornam visíveis” (DIDI-HUBERMAN, 2011, 46).

Nas imagens de Pavel, por exemplo, o que deveria estar supostamente visível e transparente – o que deveria se afirmar com autenticidade, só está presente como



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

ausência. Logo, encontramos ali o presente imaginado de um passado que agora só pode ser apreendido em sua decadência. Ou seja, se por um lado o índice histórico das fotografias dizem que elas pertencem à determinada época, a potência crítica e reflexiva do espectador diante da ausência visual poderá produzir uma ação “memoriativa” que configura, justamente, o aspecto movente, dialético e anacrônico destas imagens.

Elas exigem, pois, um olhar que não se aproximaria apenas para discernir e reconhecer, para nomear o que se percebe, mas diante do apagamento de suas evidências, estas imagens ultrapassam os valores comuns de produção e recepção, nos levando a outras dimensões do visível e da memória.

Isto posto, no lugar de impor nosso saber sobre a imagem, deveríamos nos deixar “des-aprender” diante dela. É isso, contudo, o que está em jogo: pensar também o não-saber entre o que vemos – olhar, mas não enxergar; lembrar, mas fingir esquecer. “Dialetrizar, toda vez que pousamos nosso olhar sobre uma imagem da arte” (DIDI-HUBERMAN, 2010, 37). E se, para tanto, a imagem deve ser entendida como um conceito rigorosamente produzido – não referido a uma essência temporalmente inerte – o imaginário da negação nos leva, justamente, a uma atenção flutuante, a um lugar fantasioso, onde pouco se buscaria clarificar tudo de imediato.

Na verdade, a riqueza de tal vivência fotográfica estaria justamente nesta performance dada pela relação intrínseca com o que, diante da imagem, é lembrado e esquecido. É dali que o tempo se mostra multifacetado, pois o que se perdeu no passado passa a se organizar no presente; numa noção de memória vista, nas palavras de Benjamin, como um processo de rememoração. Uma memória, uma concepção de arquivo, que se reconstrói a todo o instante e também se funda no esquecimento.

## **Considerações Finais:**

Sob as bases de Walter Benjamin buscamos, na filosofia de Georges Didi-Huberman, traços desta dimensão dialética e anacrônica da obra fotográfica



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

“Fatescapes”. Aqui, o gesto de “quase-imagem” empregado pela artista, foi o que tornou possível questionar o que comumente entendemos por fotografia, arquivo e memória.

Da mesma forma, a experiência perceptiva desta obra nos levou à inferir a questão premonitória desta pesquisa. Isto é, tendo a apropriação da fotografia e a subtração de seus visíveis como sintomas da arte contemporânea, haveria de se lamentar pelo excesso de memória e pelas imagens que circulam no contemporâneo? E, diante da sombra da representação e da distorção dos meios de comunicação de massa, se tornaria imprescindível advogar em busca do esquecimento?

### **Referências Bibliográficas:**

AUMONT, Jacques. *A Imagem*. São Paulo: Papyrus Editora, 2012.

AGAMBEN, Giorgio. *O que é o contemporâneo? e outros ensaios*. Chapecó: Argos Editora, 2009.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas; vol.1. Magia, técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Brasiliense, São Paulo, 1994.

BENTES, Ivana. “A Reconfiguração do Olhar – Novos Dispositivos”. in Antonio Fatorelli (org.). *Fotografia e Novas Mídias*. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria / FotoRio, 2008.

CASTRO, E. *Vocabulário de Foucault – Um percurso pelos seus temas, conceitos e autores*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

COUCHOT, Edmond. “Da Representação à Simulação”, in Parente, André (org.). *Imagem. Máquina – A Era das Tecnologias do Virtual*. Rio de Janeiro: Ed 34, 2011.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *O que é a filosofia?* Ed. 34. Rio de Janeiro, 1992.

DIDI-HUBERMAN, Georges. “Ante el tiempo, ante el imagen”. in: *Ante el tiempo. Historia del arte o anacronismo de las imagenes*. Traducción de O. Oviedo Funes. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2006.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

\_\_\_\_\_, Georges. *ATLAS. ¿Cómo llevar el mundo auestas?.* Tf Editores/Museo Reina Sofía, Madrid, 2010.

\_\_\_\_\_, Georges. *O que vemos, o que nos olha.* Ed. 34, São Paulo, 2010.

\_\_\_\_\_, Georges. *Sobrevivência dos Vagalumes.* UFMG, Belo Horizonte, 2011.

FLUSSER, Vilém. *A Filosofia da Caixa Preta: Ensaio Para Uma Futura Filosofia da Fotografia.* Rio de Janeiro : Relume Dumará, 2011.

\_\_\_\_\_, Vilém. *O Universo das Imagens Técnicas: elogio da superficialidade.* São Paulo: Annablume, 2008.

FOULCAUT, Michel. *Nietzsche, a Genealogia e a História.* In: Microfísica do Poder. Ed. Graal, Rio de Janeiro. 1994.

GUATTARI, F. & ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografias do desejo.* Petrópolis, RJ, Vozes, 1986.

GRAU, Oliver. *Arte Virtual: da Ilusão à Imersão.* São Paulo, Ed. Unesp e Ed. Senac São Paulo, 2005.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Produção de Presença.* Rio de Janeiro: Contraponto, Ed. Puc Rio, 2010.

LAGES, Suzana kampff. *Walter Benjamin: Tradução e Malancolia.* Ed. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2007.

PARENTE, André. (Org.). *Imagem Máquina: a era das tecnologias do virtual.* 3ª Ed. Trad. Rogério Luz et alii. Rio de Janeiro: Ed.34, 1999.

PEIXOTO, Nelson Brissac. “Passagens da Imagem: Pintura, Fotografia, Cinema, Arquitetura”, in Parente, André (org.). *Imagem. Máquina – A Era das Tecnologias do Virtual.* Rio de Janeiro: Ed 34, 2011.

RANCIÈRE, Jacques. *A partilha do Sensível: estética e política.* São Paulo: EXO Experimental org.; Ed. 34, 2005.

VALADÃO, Claudia Mattos. “Winckeman e o meio antiquário de seu tempo”. *Revista Unicamp.* São Paulo.

WEISSBERG, Jean-Louis. “Real e Virtual”, in Parente, André (org.). *Imagem. Máquina – A Era das Tecnologias do Virtual.* Rio de Janeiro: Ed 34, 2011.



## **Desembrulhando verdades<sup>1</sup>**

Comunicação e simulação de ambientes nos videogames

**Ivan Mussa<sup>2</sup>**

### **Resumo**

O termo “ambiente digital” tornou-se padrão para descrever um certo tipo de simulação, que, no âmbito cultural, se atualizou de modo mais frequente e complexo por meio do advento da indústria dos videogames. Como toda simulação computacional, um jogo configura regras específicas para reproduzir um tipo de funcionamento. Quem experimenta continuamente suas virtualidades acaba por ter sua percepção, capacidades de ação e expressão reajustadas. O mesmo poderia ser dito de um contexto cultural, um ecossistema biológico ou um idioma. O objetivo deste artigo é lançar um olhar sobre este processo de comunicação nos videogames, amparado em uma proposta estética de design de jogos e nas suas interações com os conceitos de linguagem e ludicidade em Walter Benjamin.

### **Introdução**

Em 2011, na conferência IndieCade, os game designers Jonathan Blow e Marc ten Bosch reuniram-se em uma palestra conjunta, à qual deram o título de “*Designing to reveal the nature of the universe*”<sup>3</sup>. A fala dos programadores não abordou problemas práticos de código ou performance de sistemas, mas sim uma proposta estética. A apresentação pretendia abordar uma ideia que pode parecer absurda: a de que videogames possuem o potencial intrínseco de embalar “verdades” e veiculá-las à absorção por parte de um jogador.

O significado que Blow e Bosch imaginaram com a palavra “verdade” torna-se mais nítido com o decorrer da palestra. Seu uso tem caráter figurativo, e faz

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 - ARTE, ESTÉTICAS E TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-Uerj).

<sup>3</sup> A palestra pode ser assistida na íntegra pelo YouTube:  
<https://www.youtube.com/watch?v=OGSeLSmOALU>.

referência a verdades matemáticas. Novamente, é necessário esmiuçar o que se quer dizer com “matemática”. Não se trata (apenas) da compreensão de operações numéricas e seus resultados. Em nível mais profundo, o termo engloba o entendimento das redes de causalidade que operam em um sistema coerente.

A proposta é testada, por exemplo, no jogo *Braid*, desenvolvido por Jonathan Blow. Nele, a principal capacidade concedida ao jogador é manipular o tempo. Começa-se com o poder básico de “rebobinar” o jogo, revertendo erros e até eventuais mortes. O jogador é, portanto, imortal e, na linha do tempo ficcional do jogo, nunca comete erros, já que sempre os corrige com viagens temporais. O desafio está em usar esta habilidade para ir resolvendo enigmas gradativamente mais complexos: destrancar portas, derrotar inimigos e manipular máquinas para alcançar peças de quebra-cabeça, que fazem papel de troféus.

O jogador navega por uma casa, onde cada cômodo guarda desafios diferentes. Em um deles, a locomoção horizontal no espaço está atada ao correr do tempo: quando se anda para frente, ele avança; andando para trás, ele regride. Em outra parte, o jogador possui um anel que dilata a relação entre tempo e espaço. Posiciona-se o anel em dado lugar do ambiente e à medida que os objetos e personagens se aproximam dele, o tempo passa cada vez mais lentamente. Em uma parte especialmente complexa de *Braid*, é possível controlar o protagonista Tim em duas linhas temporais paralelas, forçando o encontro das bifurcações em momentos oportunos para solucionar problemas.

Testar essas potencialidades é, a princípio, algo confuso – especialmente porque muitos desafios propostos por Blow aparentam ser quase insolucionáveis. É apenas quando o jogador abandona qualquer esperança de desatar o nó que impede seu progresso que surge o momento de epifania. Este momento – esta sensação – é que Jonathan Blow busca provocar: o salto aparentemente imediato da total estranheza para a compreensão absoluta.

*Miegakure*, ainda em desenvolvimento, é a tentativa de Marc tem Bosch de criar o mesmo tipo de experiência. Nesse caso, a mecânica que precisa ser incorporada pelo jogador é o movimento em quatro dimensões. No entanto, essa nova

dimensão não é o tempo, mas uma quarta direção *espacial* desconhecida de nós, seres tridimensionais. Embora a ideia de um espaço com mais de três dimensões se pareça com ficção científica – ou até algo místico –, ela possui lastro científico tanto na física (com a teoria das supercordas, por exemplo), quanto na matemática (que está acostumada a pensar em objetos geométricos com inúmeras dimensões).

Quando se opera em um espaço tridimensional, algo que já é comum em videogames desde o início da década de 1990, o que se está realmente executando são funções em uma simulação. Na maioria dos casos, a simulação possui três eixos de navegação –  $x$ ,  $y$  e  $z$  – que representam altura, largura e profundidade. A simulação rastreia pontos cujas coordenadas numéricas referem-se a essas três diretrizes. Em *Miegakure*, porém, existe um quarto eixo, ortogonal aos outros três. Dizer isso é o mesmo que imaginar uma linha sendo traçada de forma perpendicular a uma segunda linha. Acabamos de alcançar duas dimensões. Se transformarmos este desenho em um quadrado – que ainda é bidimensional – podemos projetá-lo em profundidade, criando um cubo. Essa dimensão de profundidade, o eixo  $z$ , também forma um ângulo de noventa graus com as duas primeiras linhas. Basta pensar em um dos cantos de um cubo, que é um encontro entre suas três dimensões. Como se pareceria um cubo de quatro dimensões? Para onde ele se projetaria?

Não é possível visualizar esse fenômeno a não ser em representações bidimensionais e tridimensionais (assim como podemos desenhar um cubo “3D” em uma folha de papel “2D”). A proposta de *Miegakure* é permitir que o jogador se mova em quatro dimensões, embora a representação do espaço continue sendo em 3D. Apertando um botão, o jogador pode substituir um dos três eixos pela quarta dimensão. De início, essa movimentação seria confusa, produzindo visões espaciais ininteligíveis e sem lógica aparente. Marc ten Bosch contorna este problema através da introdução gradual de desafios que devem ser solucionados por meio do deslocamento de personagens e objetos ao longo das quatro dimensões, para que, de modo repentino, o jogador aprenda a navegar em uma simulação 4D.

Os criadores de *Braid* e *Miegakure*, portanto, não são estão necessariamente tendo falsas pretensões quando dizem que seus jogos buscam comunicar verdades. O

que eles querem construir, de forma resumida, é um sistema coerente e dinâmico o suficiente para propiciar o surgimento de eventos raros e elegantemente complexos – mas que soam quase naturais para quem os assimila através do jogo. A discussão deste texto concentra-se nesse poder expressivo das simulações computacionais e na comunicação que surge da sua exploração lúdica.

Dois caminhos traçados por Walter Benjamin nos levam a reflexões que podem dar articulação a um desenvolvimento teórico para estes fenômenos. O primeiro é formado pelas suas reflexões acerca da linguagem: para Benjamin, a linguagem funciona como um meio que cria condições para as relações que nascem em seu invólucro. O segundo é pavimentado pelas suas ideias acerca do comportamento lúdico. Estes caminhos serão percorridos de forma conjunta com uma observação das maquinações internas de videogames e sua dimensão simulacional.

## **Ambiente e linguagem**

É possível falar em uma linguagem dos ambientes? Por enquanto, abandonaremos a especificidade dos videogames – a de serem simulações computacionais controladas por regras e motivadoras de explorações lúdicas. Antes, é preciso repensar como surge a comunicação em um ambiente, e qual seriam as diferentes concepções de linguagem que poderiam nos direcionar a um entendimento deste processo.

Já nesse primeiro momento, é possível recorrer a uma das temáticas que perpassam a filosofia da linguagem de Walter Benjamin (2011, p. 49-73). A questão refere-se à relação entre comunicação e linguagem. Enquanto um esquema mais ingênuo poderia elencar a linguagem como meio para que a comunicação ocorra, Benjamin procura redefinir essa questão. Duas colocações ganham destaque neste movimento: primeiro, a de que uma língua “comunica a essência espiritual que lhe corresponde” e que “essa essência espiritual se comunica *na* língua e não *através* da língua” (BENJAMIN, 2011, p. 52, grifo do autor).

Mas o que seria algo comunicável? O exemplo dado pelo autor é o da lâmpada: a linguagem de uma lâmpada não comunica o objeto em questão. Ela

comunica a essência linguística da lâmpada, ou seja, a “lâmpada-linguagem, a lâmpada-na-comunicação, a lâmpada na expressão” (BENJAMIN, 2011, p. 53). Benjamin alerta, logo em seguida, para a necessidade de não se interpretar essa ideia de forma tautológica. Dizer que uma linguagem – a linguagem das coisas, por exemplo – comunica sua essência linguística, é dizer que ela se expressa através das relações que estabelece com o mundo, quando existe na comunicação e quando se expressa para algo ou alguém.

A totalidade de expressões e ligações entre coisas constituiria, portanto, “um ambiente, um lócus (como, por exemplo, nas expressões ‘meio aquoso’ ou ‘meio gasoso’)” (FELINTO, 2013, p. 7). Esta rede de virtualidades propicia comunicação dentro de si mesma, distanciando-se da ideia de que só se comunica algo através de um veículo ou canal que media a transmissão de informações que lhe são externas. Esse distanciamento marca a diferença dos dois sentidos de “meio” na língua alemã: a palavra *medium* – preferida por Benjamin – que remete à condição de ser envolvido por um ambiente, e a palavra *mittel*, que significa um instrumento para a propagação de conteúdo.

Assim, delineia-se mais evidentemente a relação entre linguagem e ambiente. Imaginemos um determinado ecossistema, como uma floresta atravessada por um rio. Esse meio (*medium*) é composto de superfícies com textura e viscosidade próprias, substâncias tóxicas e nutritivas, animais que predam e que são caçados, ar e água (meios<sup>4</sup> para a locomoção e respiração de diferentes espécies). A inserção neste ambiente condiciona as formas de existência de todos os seus componentes. Cada ação reajusta as relações que se desenham entre eles, transformando as associações e produzindo novas virtualidades.

Um ambiente ecológico como este, podemos afirmar, expressa sua essência através das possibilidades de ação que se configuram no emparelhamento entre seus

---

<sup>4</sup> Aqui, a palavra meio refere-se a definição do psicólogo James J. Gibson (1986), que propõe que o ecossistema, do ponto de vista do animal, possui três tipos de componentes: substâncias, superfícies e meios. Combinações destes geram oportunidades de ação específicas. O meio, neste contexto é algo que permite a locomoção e reverberação de som e luz, permitindo a capacidade de visão e audição (GIBSON, 1986, p. 17).



componentes. São desde eventos simples, como um animal que cava uma toca ao alterar a constituição de uma superfície até eventos complexos, como a organização hierárquica de um formigueiro que surge a partir do deslocamento coordenado de milhares de formigas. James J. Gibson (1986) chama essas possibilidades de evento de *affordances*, que são ações que se configuram de forma potencial no ambiente. O ambiente é um conjunto de *affordances*, mas estas surgem contextualmente, ou seja, uma árvore permite (“*affords*”) ações diferentes para um pássaro ou para um esquilo. Como “unidade” do ambiente, a *affordance* “corta através da dicotomia do subjetivo-objetivo e nos ajuda a compreender sua inadequação”<sup>5</sup> (GIBSON, 1986, p. 129).

Os elementos que se unem para produzir novas possibilidades, novamente, remetem à ideia de linguagem, mas, mais do que isso, conferem a possibilidade de comunicação através de um ambiente. Essa comunicação é tão complexa quanto as possibilidades de pareamento entre blocos de um sistema. Sua união em grupos que atuam de forma conjunta (como a relação entre lobos que predam coelhos, por exemplo) gera uma estrutura relacional mais complexa do que a que cada bloco tem individualmente. Em uma sucessão de escalas hierárquicas, grupos pequenos se unem para formar grupos maiores e disseminar *affordances* cada vez mais complexas, dando ao ambiente maior grau de virtualidade e, por conseguinte, elevando sua amplitude comunicacional:

O aspecto significativo aqui é que *cada etapa de integração possui sua própria lei*: as regras de articulação de palavras são fundadas pelas regras de composição de fonemas, mas *não se reduzem a elas*, senão haveria uma única língua! [...] cada nível de estruturação permite o seguinte, mas não o esgota (OLIVEIRA, 2003, p. 152, grifos do autor).

Podemos afirmar que existem em certos jogos a simulação de *affordances* e, portanto, de ambientes. Cada jogo eletrônico constrói sua rede de virtualidades por meio da programação de agentes e das condições de associação que eles nutrem enquanto potência. A afinação dos algoritmos que definem essas condições envolve a

---

<sup>5</sup> Livre tradução de: “cuts across the dichotomy of subjective-objective and helps us to understand its inadequacy”.

criação de um ambiente com o qual um jogador se conecta, criando uma continuidade de ações, reações que se juntam e emergem de forma complexa. É possível afirmar que esta prática simula uma espécie de linguagem a partir de diretrizes computacionais e matemáticas.

## **Simulação e ludicidade**

Isto posto, resta analisar duas grandezas atuantes nessa dinâmica. Já entendemos o software do jogo como uma construção de virtualidades que se expressam como ações (condicionadas por *affordances*). Essas ações são movimentos internos do hardware – bits que se reorganizam e pixels que trocam de cor – que estabelecem uma continuidade até as ações no software e até no mundo ficcional do jogo – uma nave que levanta voo ou um personagem que morre (Cf. GALLOWAY, 2006, p. 2- 36).

É possível organizar as dinâmicas de ação/reação para provocar um efeito de semelhança com algum processo, evento ou modo de funcionamento existente fora do jogo. Essa imitação é incorporada ao videogame através de seu sistema baseado em regras. Na medida em que um jogo usa esse poder matemático para criar um ambiente de ação familiar – por exemplo, recriar as leis da gravidade, inércia, objetos mais ou menos pesados, coisas que quebram com impactos mais fortes, etc. – esse jogo possui uma dimensão simulacional. Sendo assim, jogos de corrida simulam desde a rapidez de ignição e potência de diferentes motores de carros até condições topológicas da pista e as leis da física citadas acima (que regulam as consequências de um choque entre dois veículos, por exemplo).

Apesar disso, o poder de envolvimento da simulação não está tanto na medida em que remete a situações cotidianas, mas ao contrário: sua força expressiva vem de seu distanciamento. A simulação vem de um modelo que, sim, mantém um grau de semelhança com um fenômeno. Mas esta semelhança é pontual, situando-se como um “realismo de pontos de referência” que “produz analogia suficiente para testar as

diferenças entre duas semelhanças”<sup>6</sup> (DUGUET apud. HANSEN, 2004). Esses pontos são amarras estratégicas que tentam capturar o princípio de virtualidades de um sistema, mas que substituem as leis gerais de um sistema por regras matemáticas específicas (PIAS, 2008, p. 35).

Da mesma forma que a sucessão de fotogramas em um filme causa a sensação de movimento, a manipulação de um sistema baseado em regras produz efeitos coerentes que propiciam o entendimento progressivo de uma realidade simulada. Isto se dá através de testes, acertos e erros. Em sistemas mais simples, a experimentação exaustiva pode levar à conexão harmoniosa com o ambiente. Mas nas suas contrapartes mais complexas, as interpretações e apropriações são múltiplas, e a incerteza é predominante.

Essas simulações complexas nascem de processos cujas variáveis interagem e reverberam, irradiando consequências que se redobram umas sobre as outras em um circuito contínuo. Esse labirinto de eventualidades produz um “*background* lúdico” (PIAS, 2008, p. 52), seja em uma simulação científica ou um videogame. O cientista busca *insights* a respeito de eventos concretos, e deve buscar por eles, embrenhando-se no sistema até manipulá-lo da maneira correta. Não é muito diferente de um jogador de xadrez que, mesmo conhecendo as regras básicas e até estratégias complexas, por vezes, se vê em situações aparentemente inescapáveis. Mas, como quem acha uma pepita de ouro no meio das paredes de uma caverna, consegue vislumbrar um caminho de ações que o leva à vitória mais improvável.

Para perceber esses *flashes* de possibilidade que se escondem por trás das obviedades de um sistema, é necessária uma atitude brincalhona, lúdica. Antes de qualquer coisa, é preciso olhar para os processos com o olhar das crianças, “que põem materiais de espécie muito diferente, através daquilo que com eles aprontam no brinquedo, em uma nova, brusca relação entre si” (BENJAMIN, 1995, p. 18). O jogo, que nasce de uma postura lúdica, portanto, não envolve de modo algum o obediência cego de regras e estratégias. A brincadeira surge justamente através de

---

<sup>6</sup> Livre tradução de: “realism of reference points” e “produce sufficient analogy to test the differences between two samenesses”.

uma atitude oposta: a busca por brechas entre as regras, por resultados até então invisíveis de sua dinâmica complexa.

O segundo princípio da atitude lúdica descrito por Walter Benjamin é a “lei da repetição” (BENJAMIN, 1987, p. 252), a vontade de recriar a mesma experiência um número indefinido de vezes. Por trás disso, Benjamin destaca uma motivação de repetir uma experiência prazerosa de forma a sublimar “experiências terríveis e primordiais” (p. 153). O que entra nessa disputa, deixando de lado seus meandros psicológicos, é uma tentativa de retorno ao passado.

Não cabe, no entanto, considerar esta proposta de um modo ingênuo, como se o jogo não produzisse nada novo por ter uma natureza repetitiva. Para anular esta interpretação simplória, é necessário repensar as relações entre passado, presente e futuro, tarefa sob a qual Walter Benjamin debruçou-se em suas teses sobre o conceito de história (1987, p. 229). Sua plataforma argumentativa, nesse texto, procura recusar a ideia historicista de que o presente é uma conexão entre passado e futuro. O presente não é simples transição, “mas pára no tempo e se imobiliza” (BENJAMIN, 1987, p. 230).. movimento proposto por Benjamin é inverso ao historicismo: almeja romper com o *continuum* da história de modo revolucionário, procedimento que dialoga com a atuação lúdica, no sentido que ambas buscam o novo no passado.

Jogar, então, implica na subversão de uma lógica temporal. Esse tema aparece quase em todo e qualquer jogo, pois cada um, através de suas regras, reorganiza a contingência entre espaço, tempo e condições para o agir. Aí mora o coração da simulação, pois, enquanto ela predispor de coerência interna entre suas variáveis, fará surgir em quem joga um entendimento dessa coerência, que se dá exatamente através da repetição, da experimentação. Em *SimCity 3000* (1999), mais do que aprender a calcular impostos ou a distribuir gastos, o jogador experiente incorpora (literalmente) uma nova linguagem, uma nova técnica. Essa técnica pode ser usada de forma trivial, mas pode também ser retorcida para dizer coisas que jamais poderiam ser previstas<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Um caso emblemático de *SimCity 3000* é a cidade Magnasanti, construída por um arquiteto filipino que, ao longo de anos, tentou decifrar o funcionamento de *SimCity 3000* com o intuito de organizar uma cidade autossustentável. A solução à qual chegou, no entanto, se parece mais com uma distopia

Para que essa expressividade seja viável, é preciso que o jogo construa um ambiente que inocule em quem joga a semente básica de sua linguagem.

Uma teia de associações dessa espécie não precisa existir exclusivamente nos bits do software: pode extrapolar o computador, estabelecendo conexões com conceitos e formas de pensar que já existem no imaginário de quem joga. Ao estabelecer essas conexões, o jogo pode explorar suas consequências de modo mais livre, baseando-se no rompimento temporal estabelecido pela manipulação repetida da simulação.

### **Spelunky - “Não apenas imaginar, mas jogar”**

O jornalista Graham Smith talvez tenha definido da melhor maneira o que acontece com quem se submete às regras de um ambiente jogável e absorve seu modo de funcionar. *Spelunky* descende de uma linhagem de quase três décadas de jogos que simulam cavernas e desafiam o jogador a submergir em seus diversos níveis. Cada andar incrementa a dificuldade, complexificando a realização do objetivo. Simular cavernas é algo corriqueiro em videogames, mas a linhagem específica de *Spelunky* adiciona um ingrediente inesperado: cada vez que o jogo é ligado, a caverna é diferente.

Gerar infindáveis ambientes de forma automática tornou-se o grande atrativo do gênero *roguelike*. Sua história começa oficialmente em 1980 e *Spelunky* sintetiza vários de seus tropos mais recorrentes em um jogo de plataforma, no qual o personagem controlado pelo jogador é uma referência *cartoon* a Indiana Jones, e eventos clichê ligados a esse personagem podem ser disparados a qualquer momento do jogo: pedras podem rolar e fazer as estruturas da caverna desmoronarem; tesouros e damas em apuros podem ser levados ao final da fase para conseguir recompensas;

---

religiosa e totalitária, na qual a totalidade da cidade e seus 6 milhões de habitantes adotam uma dinâmica estável, mas a custo de uma baixíssima qualidade de vida individual para cada cidadão. Para efetivar este sistema, foi preciso engendrar cada parte operante do sistema em um fluxo coeso de informação e energia que garantissem sua autossuficiência. Fonte: <http://www.vice.com/read/the-totalitarian-buddhist-who-beat-sim-city>.



sacrifícios podem ser oferecidos a deuses pagãos em troca de ajuda para os desafios que virão a seguir.

Assim como as peças em *Tetris* caem em ritmo definido e são selecionadas de forma aleatória, os eventos em *Spelunky* ocorrem segundo regras que misturam séries de padrões. As cavernas são uniões de blocos espaciais menores, que obedecem a regras de conexão entre si. Essas “salas” podem ter diferentes estruturas e abrigar conexões para cima, para os lados ou para baixo, dependendo de sua posição em relação às outras. Cada uma delas, por suas vezes, é um empilhamento de “tijolos”, que dão forma à sala. Retornamos à ideia de hierarquias da “linguagem” dos ambientes: Os tijolos se unem segundo certas regras (não podem flutuar desconectados do todo, por exemplo). Essa união dá origem a uma sala que se conecta a outras salas segundo novas regras (sempre há uma saída para baixo em cada fileira horizontal de salas, de modo que o jogador possa se aprofundar na caverna). A análise combinatória das muitas unidades que podem se encaixar nas regras é computada rapidamente pelo hardware, e todas as suas possibilidades são jogáveis.

Isso por si só, porém, não configura um ambiente vivo: além do labirinto originado pelos algoritmos, existem seres que habitam seus corredores, seres estes que podem trafegar pelo espaço, interagir uns com os outros ou usar objetos como armas ou utensílios em geral. O conjunto de agentes que perambula em cada nível determina, juntamente de armadilhas e eventos dinâmicos, a dificuldade de se locomover ileso em meio ao caos. Essa dificuldade vai se aproximando cada vez mais do impossível a medida que o jogador se aproxima do final do jogo, a ponto de se tornar insuportavelmente frustrante. Ao longo desse “treinamento” o jogador não está tão somente adquirindo habilidades, mas também está sendo imerso em uma nova forma de pensar, uma linguagem que não possui expressão simbólica, embora instaure um tipo especial de sensorialidade.

O rápido depoimento de Graham Smith gira em torno de uma das criaturas que importunam o jogador nas cavernas de *Spelunky*: o morcego. Seu comportamento consiste em se posicionar, adormecido, nos tetos dos corredores e, quando o jogador se aproxima, descende em uma trajetória parabólica com velocidade variável. Embora

um único golpe de chicote elimine o inimigo, este deve ser desferido de acordo com um *timing* moderadamente complicado, que atinge uma dificuldade maior dependendo da situação nas redondezas. Raramente elas estarão tranquilas: armadilhas, outros monstros e explosões, entre outros infortúnios, provavelmente afetarão o desempenho do jogador na luta contra o reles morcego. Lidar com esse encontro de eventualidades deixou Smith com a sensação de que o jogo pode ser rodado dentro de sua própria mente<sup>8</sup>.

### **Portal - “Now you are thinking with portals”**

Fica claro, a partir de exemplos desse tipo, que um jogo, em seu sistema, pode organizar um ambiente dentro do qual é possível pensar e se expressar de modos novos. Essas ações possuem valor qualitativo apenas enquanto resultados de funções estipulados pelo sistema do jogo. Assim como uma língua, condicionam os modos de agir de seus praticantes, permitindo que ajam criativamente a partir de seu sistema. Em *Spelunky*, o jogador é pressionado a inventar, sozinho, suas rotas de escape, o que o leva, eventualmente, a se conectar com o viés caótico do sistema e, como quem aprende a andar de bicicleta depois de uma série de tombos, finalmente alcança o impensável equilíbrio. Outros jogos, no entanto, oferecem ao jogador chances de extrair as “verdades” do sistema através de desafios prontos.

Somos convidados, em jogos como *Portal*, a compreender a partir da resolução de enigmas pré-fabricados as nuances menos óbvias de um sistema. Aqui, se percorre um espaço tridimensional dividido em uma série de câmaras, nas quais o objetivo, a princípio, é simplesmente chegar ao outro lado, onde se localiza a saída para a próxima câmara. Aos poucos, impedimentos vão sendo impostos ao trajeto: abismos, poços inundados com ácido, paredes posicionadas em lugares estratégicos,

---

<sup>8</sup> Um trecho do depoimento de Graham Smith diz: “I’ve played Spelunky so much, and its rules are so readable, that I can now close my eyes and continue to play it in my own mind. Not just imagine it, but play it, and simulate all the outcomes exactly as the computer would. I can claim the same of only a handful of other games. Tetris is one.” Fonte: <http://www.rockpapershotgun.com/2014/10/11/bats-man-on-spelunkys-killing-joke/>.

entre outras formas de condicionar a ação de quem joga. O caminho para vencer essas condições adversas envolve o uso da *portal gun*, uma arma que abre duas portas: uma laranja e uma azul. Uma vez que se posiciona os dois portais, eles se conectam: pode-se entrar por um e sair pelo outro livremente.

*Portal* investe em uma distorção espacial como mecânica de movimento, uma a que não temos acesso no mundo cotidiano, mas que nem por isso deixa de gerar modos coerentes de viajar pelo espaço. A solução dos enigmas, que surge cognitivamente como uma faísca que ascende uma fogueira, é o combustível que permite o entendimento dessa lógica. Em um jogo de poucas horas, em seu final, cada jogador domina uma forma nova de compreender o movimento pelo espaço. No trailer do jogo, esse fenômeno é traduzido como “pensar com portais”<sup>9</sup>.

**The Gostak – “The gostak distims the doshes. And no glaud will vorl them from you”**

Tanto *Portal* quanto *Spelunky* conectam regras internas de seus softwares para gerar essas epifanias, saltos de entendimento que resultam da experimentação com um sistema. É possível, no entanto, que o jogo faça isso a partir de conexões com outros sistemas: no caso de *The Gostak*, essa conexão é estabelecida com a estrutura idiomática da língua inglesa e de como ela é tão importante para a comunicação quanto a grafia e o sentido individual das palavras. O jogo se passa em um mundo comum, com mesas, lâmpadas, pessoas, pássaros, norte, sul, leste e oeste. A diferença é que todas essas coisas – bem como muitas palavras, como “bom”, “ridículo” e “vermelho” – possuem outras grafias. A proposta do jogo é que cheguemos até o final tendo apenas como referência familiar o modo como as palavras se conectam.

O jogo, que é devidamente formatado apenas em texto, sem imagens, precisa necessariamente ser explorado a partir das nossas conexões com as diretrizes estruturantes que regulam a conexão entre as palavras. Esses princípios de interligação ajudam, obviamente, a construir o sentido. No entanto, não estamos

---

<sup>9</sup> O trailer, por si só, já realiza um trabalho “didático” excepcional de apresentar os múltiplos usos da *portal gun*: <https://www.youtube.com/watch?v=BePtsISQQpk>.

necessariamente acostumados a olhar com cuidado para ela. *The Gostak* cutuca essa ferida até que aprendamos a construir uma imagem coerente de seu mundo apenas através desse traço linguístico. Afinal, o jogador precisa não apenas ler, mas digitar inputs no “idioma” do jogo. Depois de muitas frustrações, é possível, nesse cenário, constituir uma ideia de quem oferece perigo e quem pode ser um aliado; quais criaturas voam e quais rastejam, que tipo de atividades são feitas em um estabelecimento ou outro, etc. Todas as ideias são formadas de maneira aparentemente incerta, mas, aos poucos, vão tomando forma de um modo que é quase impossível de expressar através de palavras.

## Considerações finais

Por trás desse texto, mora uma motivação de compreender os modos com os quais os videogames comunicam-se com quem se conecta a eles. Partimos de uma proposta estética que usa a palavra “verdade”, em um sentido sistêmico e matemático, como unidade comunicativa possível para os videogames. Como a própria proposta deixa claro, essa não é a única via de comunicação jogo-jogador possível. No entanto, nos parece uma via ideal para pensar problemas relativos tanto ao entendimento atual dos videogames no âmbito comunicativo como no território epistemológico da comunicação como um todo.

É de extrema urgência que comecemos a pensar as técnicas comunicativas enquanto ambientes, no sentido pensado por Walter Benjamin. Sim, meios de comunicação podem servir de canais para mensagens supostamente externas a eles. No entanto, seu funcionamento é complexo demais para ser reduzido a isso. É necessário que nos voltemos para sua outra face, tão negligenciada: a face *medium*, que coordena as associações entre as coisas vivas e não-vivas que as compõem, gerando possibilidades de ação em múltiplas escalas.

A capacidade de simulação e a constituição ativa dos videogames, com destaque para os mencionados aqui, ilustram essa abordagem. Não podemos escrever ou representar aquilo que eles comunicam enquanto ambientes. Podemos descrever as

maquinações que geram esse tipo de fenômeno. Mas o entendimento repentino que surge do jogo é algo que só é compreensível quando se insere nos meios estabelecidos por suas *affordances*. Só assim é possível jogar *Spelunky* em pensamento, pensar com portais e falar no idioma de *The Gostak*.

## Referências

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: Obras escolhidas. São Paulo: Brasiliense, 1987.

\_\_\_\_\_. Paris, capital do século XIX. In: **Passagens**. Trad. Irene Aron e Cleonice Paes Barreto Mourão. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1995.

\_\_\_\_\_. **Escritos sobre mito e linguagem**. Trad. de Susana Kampf Lages e Ernani Chaves. Rio de Janeiro: Editora 34, 2011.

DUGUET, Anne Marie. Jeffrey Shaw: From Expanded Cinema to Virtual Reality. In: **Jeffrey Shaw: A user's manual**. Karlsruhe: Editorial ZKM, 1997.

FELINTO, Erick. **Meio, mediação, agência**: a descoberta dos objetos em Walter Benjamin e Bruno Latour. 2013. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/846/646>. Acesso em 24/08/2015.

GALLOWAY, Alexander. Gamic Action: Four Moments. In: \_\_\_\_\_. **Gaming: Essays on Algorithmic Culture**. Minneapolis e Londres: University of Minnesota Press, 2006.

GIBSON, James J. **The Ecological Approach to Visual Perception**. Londres: Psychology Press, 1986.

HANSEN, Mark. **New Philosophy for New Media**. Cambridge, Mass: MIT Press, 2004.

OLIVEIRA, Luis Alberto. **Biontes, Bioides e Borgues**. In: NOVAES, Adauto. O Homem máquina: A ciência manipula o corpo. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

PIAS, Claus. **On the Epistemology of Computer Simulation**. Disponível em: <http://genealogy-of-media-thinking.net/wp-content/uploads/2013/06/CP0003.pdf>. Acesso em 24/08/2015.



## **O Observador na Contemporaneidade<sup>1</sup>**

Um diálogo com Jonathan Crary e com o século XIX

Joana Paranhos Negri Ferreira<sup>2</sup>

### **Resumo**

Através de um diálogo com o autor Jonathan Crary, o artigo pretende discutir o processo de modernização da percepção, iniciado a partir de uma virada epistemológica que culmina com a emergência de um novo tipo de observador, no século XIX. O modelo de observador neutro da câmera escura dá lugar a um sujeito corporificado e produtor ativo de sua experiência óptica. Por meio deste recuo e diálogo histórico com o século XIX, a proposta é pensar possíveis aproximações e distanciamentos entre os dispositivos ópticos identificados por Crary e os atuais dispositivos de realidade virtual, presentes nas instalações contemporâneas que implicam, cada vez mais, um (re) investimento do corpo na produção da experiência.

### **Palavras-chave**

observador; corpo; imagem; dispositivo.

### **Introdução**

No primeiro capítulo de seu “Técnicas do observador” (2012), obra dedicada à visão e à modernidade do século XIX, Jonathan Crary abre sua discussão interrogando as tecnologias contemporâneas - a holografia, os simuladores de voo, os capacetes de realidade virtual, dentre outras. Em “Suspensões da percepção” (2013), o autor realiza o mesmo movimento. Esse salto em direção à contemporaneidade para logo após efetuar o recuo histórico ao século XIX, período específico sobre o qual

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT1- Arte, Imagens, Estéticas e Tecnologias da Comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, na linha de pesquisa Tecnologias da Comunicação e Estéticas. Mestre em Comunicação e Cultura pelo mesmo Programa (2011) e graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2007). [joananegri@gmail.com](mailto:joananegri@gmail.com)

versam ambos os livros, não é arbitrário. Crary almeja lançar perspectivas de entendimento e explicitar a forte sustentação histórica existente no século XIX de nossas atuais condições de percepção.

Para tanto, o autor parte sua análise da figura do observador. O termo “observador” é uma escolha consciente. Para Crary, espectador, o mais comumente utilizado, além de carregar uma conotação de passividade – aquele que “espera” - teria uma semântica muito restrita, uma vez que a raiz latina da palavra “spectare” corresponde a “olhar para”. Já observar pode significar “conformar as próprias ações, obedecer à” (CRARY, p.15, 2012). Em outras palavras: o observador, para Crary, não é somente aquele que vê mas, fundamentalmente, aquele que vê dentro de um sistema de regras e convenções.

Deste modo, o observador é compreendido como “efeito de um sistema irreduzivelmente heterogêneo de relações discursivas, sociais, tecnológicas e institucionais” (CRARY, p.15, 2012), donde não há um sujeito prévio. As suas condições de percepção também são historicamente determinadas. Walter Benjamin já caminhava em direção semelhante quando enunciou, em seu clássico “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, que “no interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência” (BENJAMIN, p.169, 1985).

Portanto, pensar o observador hoje é refletir sobre toda uma trama de relações de forças capazes de produzir modos de ver. É notória a influência de Foucault na obra de Crary, expressa, sobretudo, em sua abordagem genealógica da história, através da articulação paralela de campos distintos como a arte, a ciência e a tecnologia.

Afastando-nos, como o autor, dos determinismos tecnológicos, que novas subjetividades estariam sendo reconfiguradas na contemporaneidade? Quais aproximações e quais distanciamentos podemos identificar entre os atuais dispositivos de arte contemporânea, que solicitam o corpo como componente de seu funcionamento, e os chamados “brinquedos filosóficos” do século XIX, analisados por Crary?

O século XIX, para Crary, é justamente o período em que se dá a descoberta da “visão subjetiva” com o colapso do modelo de observador neutro da câmera escura e o surgimento de um observador corporificado. Acreditamos, assim como o autor, que as subjetividades contemporâneas são tributárias de processos situados no século XIX, o que nos impele a análise dos agenciamentos epistemológicos implicados nesse (re)investimento do corpo como produtor de experiências através do recuo histórico proposto por Crary.

## O observador da câmera escura

Crary elege a câmera escura – ou câmera obscura - como modelo óptico e regime epistemológico predominante do final do século XVI ao final do século XVIII. Assim como os demais dispositivos ópticos que surgem no século XIX, a câmera escura é, para o autor, o que Deleuze chama de *assemblage* (DELEUZE; GUATTARI, p.504, 1995). É algo que se usa e se diz algo sobre; é um ponto de interseção de práticas materiais e formações discursivas.

É fundamental essa concepção adotada pois ela afasta o determinismo tecnológico que reduz o dispositivo a uma etapa do processo de evolução até a fotografia. Para Crary, a câmera escura tem sua especificidade e correspondeu a um tipo muito específico de observador e episteme, de modo que está apoiada em pressupostos teóricos distintos daqueles que irão prevalecer no século XIX.

O modo de funcionamento da câmera escura fundamentava-se na óptica newtoniana de transmissão e reflexão da luz. Neste momento específico, temos uma percepção ratificada pelas leis da física. O homem figurava apenas como um observador passivo. A velocidade de propagação retilínea da luz possibilitava a formação instantânea da imagem invertida do objeto no anteparo da câmera. Deste modo, a percepção era da ordem do imediato.

É essa concepção de um sujeito passivo no ato da percepção que leva a crença em um olho divorciado do corpo. O olho, sendo desprovido de qualquer materialidade, era compreendido em analogia a uma lente. Portanto, era um olho

infalível, capaz de assegurar a confiança na referencialidade e uma relação de transparência entre sujeito e objeto. É significativo que na obra *Dióptrica* (1637) de Descartes, o filósofo sugira como experiência a extração dos olhos de animais ou cadáveres, uma vez que a visão era concebida como livre dos humores do corpo.

O observador pressuposto pela câmera escura era então um sujeito interiorizado e, acima de tudo, apartado do mundo. Conhecer o mundo equivalia a um processo de tomada de distância, onde por meio de uma operação de introspecção mental o sujeito era capaz de deduzir a verdade das coisas.

Este modelo predominante de observador aparece muito bem exemplificado em duas obras do pintor holandês Johannes Vermeer, analisadas por Crary. Tanto em “O Astrônomo” como em “O Geógrafo”, duas figuras masculinas – muito semelhantes, diga-se de passagem –, imersas em uma atividade de conhecimento, aparecem circunscritas em um quarto retangular escurecido, atravessado apenas por uma tênue luz proveniente da janela, tal como uma câmera escura.

Além de servir como metáfora filosófica do “lugar da verdade” e modelo de observação, a câmera escura também foi amplamente utilizada para explicar o funcionamento da visão humana por cientistas e filósofos e, rapidamente, tornou-se uma forma de entretenimento popular.

No entanto, o século XIX seria marcado por uma virada epistemológica com o colapso do dispositivo e a emergência de uma nova figura de observador.

### **Da óptica geométrica à ótica fisiológica**

O ponto de partida da virada epistemológica identificada por Crary se dá com o trabalho de Goethe, “*Doutrina das cores*” (1810). Por meio de diversas experiências ópticas, o filósofo alemão atesta a capacidade do corpo de produzir imagens sem necessariamente um correlato no mundo externo.

Uma das experiências é particularmente importante ao lançar mão do próprio *modus operandi* da câmera escura para negá-la em um último momento. Goethe propõe ao observador situar-se em um quarto escuro, iluminado apenas por um

pequeno orifício. Após olhar diretamente para a luz proveniente de fora, deve-se tapar o buraco e contemplar a parte escura do quarto. Com a formação da chamada pós-imagem retiniana - isto é, a presença da sensação na ausência do estímulo - a relação de transparência entre sujeito e objeto, que antes fundamentava o modelo da câmera escura, não se sustenta mais, uma vez que aquilo que se vê é colocado sob suspeita.

Goethe segue descrevendo a sequência de variações cromáticas da pós-imagem formada, o que introduz outra descoberta fundamental: a presença da temporalidade no processo de percepção. Se na câmera escura a percepção era instantânea, as experiências de Goethe afirmam um desdobramento da percepção no tempo.

Efetua-se, deste modo, a passagem de uma óptica geométrica a uma óptica fisiológica, em que o homem deixa de ser testemunha passiva para tornar-se produtor ativo de sua própria experiência óptica. A visão, diz Crary, “em vez de ser uma forma privilegiada de saber, torna-se um objeto de conhecimento, da observação” (CRARY, 2012, p.73):

Desde o início do século XIX, uma ciência da visão tenderá a significar, cada vez mais, uma interrogação da constituição fisiológica do sujeito humano, em vez de uma mecânica da luz e da transmissão óptica. É um momento em que o visível escapa da ordem atemporal da câmera escura e se abriga em outro aparato, no interior da fisiologia e da temporalidade instáveis do corpo humano. (CRARY, 2012, p.74).

A visão reconcilia-se com o corpo do observador; o olho não é mais uma lente e sim um olho corporificado e, por conseguinte, sujeito às contingências fisiológicas do indivíduo. A descoberta de que a visão é imperfeita e suscetível a ilusões suscita um dilema imediato: como obter conhecimento verificável e afastar a ameaça de arbitrariedades?

Mais do que saber o que era real, o fundamental era também saber que “novas formas do real estavam sendo fabricadas” (CRARY, 2012, p.93). Logo, se por um lado, o homem agora é dotado de uma recém-descoberta autonomia perceptiva, por outro - e justamente em decorrência disso - ele também se torna local de investimento das técnicas de poder. Crary descreve, então, um processo de disciplinarização e



matematização da percepção com vistas ao projeto moderno de formação de um corpo adaptado às necessidades do capitalismo industrial da época.

É sob este pano de fundo que surgem os dispositivos ópticos do século XIX que têm como base de seus modos de funcionamento as principais descobertas fisiológicas do período – a persistência retiniana e a disparidade binocular.

### **Os “brinquedos filosóficos” do século XIX**

Assim como a câmera escura, todos os dispositivos que surgem no século XIX serão utilizados como objetos de investigação científica para acúmulo de conhecimento sobre a percepção humana e também como forma de entretenimento popular. Para Crary, isso posiciona o observador moderno em uma posição tripla: ele é, simultaneamente, sujeito empírico, espectador e também componente de uma produção mecanizada, uma vez que esses “brinquedos” irão implicar uma relação de proximidade física, um “corpo alinhado e operando com um conjunto de peças com rodas que giram e se movimentam com regularidade” (CRARY, 2012, p. 112).

O autor quer chamar atenção para uma nova relação entre olho e dispositivo óptico que surge a partir da descoberta do observador fisiológico. Se antes a relação entre esses dois elementos era da ordem da metáfora - pois acreditava-se em uma semelhança conceitual entre o funcionamento do olho humano e a câmera escura - agora a relação é da ordem da metonímia. Há uma assistência entre olho e dispositivo, onde “os limites e as deficiências de um serão complementados pelas capacidades do outro e vice-versa” (CRARY, 2012, p.127).

Tomemos como exemplo o taumatrópio, um dos primeiros dispositivos, popularizado em Londres, em 1825. O aparelho consiste em um pequeno disco com um desenho em cada face e dois fios presos em suas extremidades que o observador deve girar com as mãos. Um pássaro em uma face e uma gaiola na outra resultará, como efeito da pós-imagem retiniana, um pássaro dentro da gaiola, por exemplo. Aqui fica muito clara a relação de complementariedade identificada por Crary. O taumatrópio necessita do observador como componente de seu funcionamento para

sintetizar a imagem. O zootrópio e o fenacistoscópio, citados pelo autor, também lançarão mão do mesmo princípio.

Dentre todos os dispositivos do século XIX, Crary dá especial destaque ao estereoscópio, elegendo-o como a forma mais significativa de imagem visual do período. Embora distinto dos demais “brinquedos” que representavam a ilusão do movimento por meio da pós-imagem, o estereoscópio, diz Crary, é parte da mesma reorganização do observador e das mesmas relações de conhecimento. E novamente, aqui, o dispositivo não prescinde do observador como seu componente.

O estereoscópio possibilitou uma experiência visual tridimensional verdadeiramente distinta da pintura em perspectiva. Com seus efeitos de tangibilidade, o dispositivo não representou uma nova forma de apresentar uma cena ou objeto e sim de simular a sua presença física.

O que está em jogo no estereoscópio é algo que desde a Antiguidade já se sabia: a disparidade binocular. Mas, carecendo de uma explicação científica, o fato de que apreendemos imagens ligeiramente distintas com cada olho nunca havia se imposto como questão. O século XIX, ao fornecer pela primeira vez uma explicação científica para nossa capacidade de sintetizar imagens, torna a disparidade binocular uma “verdade óptica”. Crary aponta para uma particularidade importante nessa descoberta: a percepção, antes compreendida como uma relação de identidade entre sujeito e objeto, agora corresponde a uma operação de apreensão e reconciliação das diferenças.

No entanto, todos esses dispositivos seriam superados pela fotografia e, mais tarde, pelo cinema. Crary tece algumas hipóteses para explicar tal derrocada. Especificamente em relação ao estereoscópio, o caráter obsceno do dispositivo, uma vez que este destruía a relação cênica entre observador e câmera escura – e obsceno também no sentido literal pois seu crescente uso para pornografia o vinculava a “temas indecentes” – pode ter sido um fator decisivo. Mas a hipótese que Crary confere maior credibilidade e estende aos demais aparatos do período seria a de que tais dispositivos não seriam “fantasmagóricos” o suficiente. Crary usa o termo cunhado por Adorno que indica:

a ocultação da produção pela aparição externa do produto. (...) Essa aparição exterior pode reivindicar o estatuto do ser. Sua perfeição é, a uma só tempo, a perfeição da ilusão de que a obra de arte seja uma realidade *sui generis*, que se constitui no âmbito do absoluto, sem ter de renunciar à sua pretensão de espelhar o mundo. (ADORNO apud CRARY, 2012, p. 130).

O não ocultamento das estruturas operacionais dos aparelhos era flagrante e as experiências ópticas que fabricavam eram claramente separadas das imagens usadas no dispositivo. Para Crary, tais experiências se referiam “tanto à interação funcional entre corpo e máquina quanto aos objetos externos, independentemente de quão “viva” seja a qualidade da ilusão” (CRARY, 2012, p. 129). Mesmo com a sofisticação do segundo estereoscópio de Holmes, o ocultamento de seu modo de funcionamento não se dava por completo, uma vez que o dispositivo dependia ainda do acoplamento físico do observador e a natureza composta da imagem nunca poderia ser inteiramente eliminada.

Neste contexto, o surgimento da fotografia, afirma o autor, parece perpetuar a ficção de que o observador neutro e incorpóreo da câmera escura ainda era viável. Crary, nessa altura do texto, é ambíguo. Ao mesmo tempo em que sugere uma continuidade entre fotografia e câmera escura, o autor reconhece que a fotografia insere-se em outro regime de conhecimento e circulação de imagens distinto da câmera escura. Não obstante, acreditamos que a aparente continuidade merece ênfase, na medida em que a fotografia passa a prescindir do observador, no sentido de que sua imagem final independe de sua fisiologia.

Entretanto, a fotografia já havia abolido a inseparabilidade entre observador e câmera escura, unidos em um único ponto de vista. Ela transformou a nova câmera em um aparato fundamentalmente independente do espectador, não obstante disfarçada como um intermediário transparente e incorpóreo entre o observador e o mundo. As bases do espetáculo e a “percepção pura” do modernismo abrigam-se no território recém-descoberto de um espectador plenamente corporificado, mas o triunfo final de ambos depende da negação do corpo, de suas pulsações e seus espectros, como fundamento da visão. (CRARY, 2012, p.133).

Já o cinema é um caso muito particular e, diríamos, mais complexo. Embora o dispositivo cinematográfico lance mão de nossa persistência retiniana, o seu triunfo é

justamente o esquecimento do corpo, o eficiente ocultamento de sua aparelhagem, tão bem analisado por Jean-Louis Baudry (1975). Para Baudry, as condições arquitetônicas do dispositivo - a projeção feita por trás do espectador; a escuridão; a submotricidade imposta – garantem a eficácia de sua “impressão de realidade”. Ao mesmo passo que a imagem não prescinde da fisiologia do observador, o cinema é fantasmagórico o suficiente para produzir a ilusão de sustentar-se em seus próprios termos. Daí o espectro da passividade que sempre assombrou o público cinematográfico. Vale complementar que hoje já se sabe que juntamente com as dimensões arquitetônicas e tecnológicas de base, a dimensão discursiva também é determinante para criar o chamado “efeito cinema”.

Ainda reconhecendo que a fisiologia do observador não desaparece no cinema – mas, diríamos, é invisibilizada -, é inegável, no entanto, que, em comparação às formas de consumo visual dos dispositivos supracitados, a popularização da fotografia e do dispositivo cinematográfico implicou um abandono relativo das capacidades do corpo. Os brinquedos filosóficos de Crary ao solicitarem, na maioria das vezes, algum tipo de manuseio por parte do observador — girar manivelas, rodas, etc – o deixavam consciente da natureza processual da imagem e de sua implicação na experiência óptica. Quando Crary opta por chamá-los de “brinquedos”, também sugere o aspecto lúdico que acompanhava tais aparatos. Podemos falar em um encantamento e um fascínio desse observador que se observa como tal – o que Gumbrecht (1998) denomina “observador de segunda ordem” - ao constatar as proezas de sua fisiologia.

(...) o observador de segunda ordem percebeu que cada elemento do conhecimento e cada representação que ele pudesse produzir dependeriam sempre, necessariamente, do ângulo específico de observação. Assim, começou a ver que existia uma infinidade de descrições para cada objeto potencial de referência – e essa proliferação, em última análise, destruía a crença na estabilidade dos objetos de referência. Ao mesmo tempo, o observador de segunda ordem redescobria o corpo humano, mais especificamente, os sentidos humanos, como parte integral de qualquer observação do mundo. (GUMBRECHT, 2010 p.62)

Para Francisco Ortega, a tese da “visão subjetiva” de Crary apresenta-se um tanto quanto datada diante das novas tecnologias de imageamento, criadas na segunda metade do século XX. Para Ortega, o observador contemporâneo é hoje dotado de um

olhar, cada vez mais, “desfisiologizado”, uma vez que “as reconstruções digitais da realidade permitem aos observadores adotar múltiplos ângulos e perspectivas, deslocar-se entre diferentes registros visuais que fisiologicamente não poderiam realizar” (ORTEGA, 2004, p.127).

O autor aponta para um processo de superação do corpo. No entanto, podemos observar um movimento de investimento nas potencialidades do corpo revigorado sobretudo pelo advento do digital. A integração corpo-dispositivo é cada vez mais solicitada na figura deste novo observador “ligado, umbilicalmente ao computador, nos dispositivos de realidade virtual, e com o corpo literalmente coberto de próteses” (MACHADO, 2007, p.184).

Os imperativos de interatividade e de participação - logicamente com toda a sofisticação técnica que hoje é possível - remetem a uma relação de complementariedade e de assistência recíproca entre observador e dispositivo, especialmente presente nas instalações de arte contemporânea que utilizam dispositivos de realidade virtual. Diante dessas novas tecnologias, a subjetividade configura-se, cada vez mais, como “interface”, tal como sugere Crary no primeiro capítulo de sua obra.

## **Dispositivos de realidade virtual**

Pioneiro no uso das mídias digitais em ambientes virtuais e interativos, Jeffrey Shaw tem uma significativa obra dedicada às possíveis inter-relações entre dispositivo e observador. Vamos analisar duas delas.

A instalação Place Ruhr (2000) consiste em uma plataforma giratória que permite que o espectador gire uma imagem projetada em uma grande tela circular através da qual ele explora um ambiente virtual tridimensional. A paisagem virtual contém 11 cilindros que apresentam lugares distintos da área de Ruhr. Esse espaço tridimensional é explorado pelo espectador ao adentrar os cilindros panorâmicos de sua escolha. Há ainda uma coluna sobre a plataforma com uma câmera de vídeo subaquática. O espectador deve, então, controlar seus movimentos pela paisagem

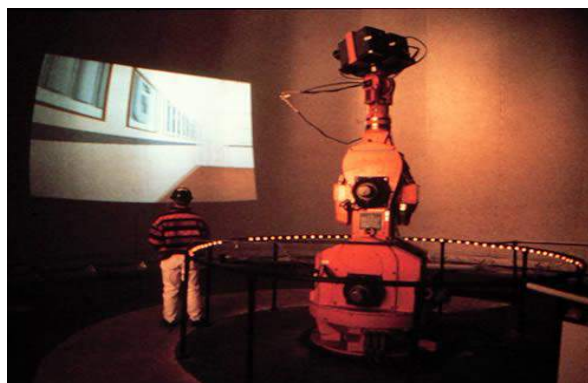


virtual através do manuseio da câmera e de seus botões. Nota-se que a imagem é “criada” pelo observador, dependendo de sua presença para projetar-se.



**Place Ruhr**

Em sua outra instalação E.V.E (Extended, Virtual Environment, 1993), Shaw situa o observador dentro de um domo, com um sensor na cabeça. As imagens projetadas no domo são obtidas do exterior do museu por câmeras de vigilância e são projetadas por um braço de robô. A posição e o ângulo da cabeça são identificados pelo sensor acoplado ao capacete utilizado. A imagem é então produzida a partir da direção seguida pelo olhar do observador. Um *joystick* complementa o dispositivo, possibilitando mover-se para trás e para frente no ambiente tridimensional.

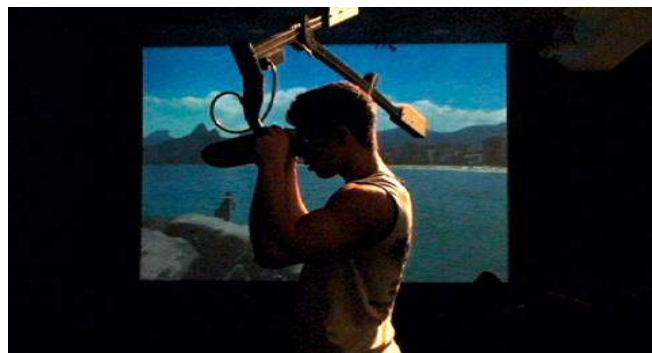


**E.V.E**

Seguindo uma proposta imersiva semelhante, o trabalho de André Parente também se destaca. O seu Visorama consiste em um software e em um visor estereoscópico utilizado para a visualização de paisagens em 360 graus que deve ser

acoplado ao rosto do observador - acoplamento físico outrora tornado inaceitável, segundo Crary, nos estereoscópios do século XIX. Por meio de botões que também fazem parte do dispositivo, acionam-se rotações horizontais, verticais, saltos e *zooms*, cabendo ao espectador o processo de edição de suas imagens.

O que chama particularmente atenção em tais obras, primeiramente, é um ressurgimento da estereoscopia que, segundo Machado, Crary não reserva muita atenção em sua obra. Para o autor, é digno de nota que uma tecnologia tão antiga esteja retornando com sua carga simbólica nos atuais aparatos de imersão, o que baliza à relação identificada por Crary entre as iconografias do começo do século XIX e do fim do século XX e também o não determinismo tecnológico defendido pelo autor. Trata-se de imagens que devem ser apreendidas com o corpo inteiro e que apontam para um progressivo “desenraizamento da visão”, antevisto por Crary no século XIX e que atinge o seu apogeu na contemporaneidade com as tecnologias digitais.



Visorama

A frequente proximidade física entre dispositivo e observador – por vezes, um acoplamento, como no caso do Visorama e de EVE – acompanhada por uma ação combinada entre os olhos e as mãos já figuravam, de forma logicamente rudimentar, nos brinquedos do século XIX. Assim como eles, as instalações também solicitam um determinado alinhamento do corpo ao dispositivo e um observador que opera como um de seus componentes.

Para Victa de Carvalho, os dispositivos imersivos contemporâneos possibilitam uma “imagem-experiência” que corresponde justamente “a experiência que se dá através do próprio dispositivo, mas que não está nem no dispositivo, nem na imagem, nem no observador e sim nessa inter-relação” (CARVALHO, 2009, 145).

No entanto, devemos estar atentos a fundamentais distanciamentos. Quando Crary situa tais brinquedos ópticos ele os insere dentro de um contexto de disciplinarização da visão. Estes dispositivos surgem em coevolução ao capitalismo industrial. Daí a observação de Crary de que Foucault equivoca-se quando opõe a “sociedade do espetáculo” a “sociedade da vigilância”. Crary, nos diz, que também há “trabalho” no consumo visual, uma vez que tais aparelhos impuseram uma “homogeneidade perceptiva” (CRARY, 201, p.27), uma organização racional do tempo e do movimento e uma repetição mecânica. O autor observa que o mesmo solo de conhecimento – isto é, a “visão subjetiva” – que possibilitou a abstração da experiência óptica, tratou rapidamente de regular as novas subjetividades, gerenciá-las, tornando-as previsíveis.

O que o observador produziu, reiteradas vezes, foi a transformação sem esforço das imagens paralelas, bidimensionais e enfadonhas dos cartões estereoscópicos em uma tentadora aparição de profundidade. O conteúdo das imagens é muito menos importante do que a rotina incansável de mover um cartão após o outro e de criar o mesmo efeito repetidamente, mecanicamente. (CRARY, 2012, p.128)

Sem dúvida, um dos grandes triunfos destas instalações é a sua conciliação de imersão e interatividade - esta última fugindo a uma concepção puramente sensório-motora. O que está em jogo nas instalações imersivas contemporâneas é a existência de espaços de criação direcionados a multiplicidade de experiências, “aos resultados imprevisíveis, não determinados e capazes de produzir novas formas de subjetividade” (CARVALHO, 2006, p.87) que a inter-relação corpo-dispositivo é capaz de engendrar.

Se a “impressão de realidade” nos aparelhos do século XIX era insuficiente, sobretudo porque o aparelho implicava uma exploração – ainda que totalmente previsível - por parte do observador que denunciava a natureza artificial das imagens e

se a superação de tais aparatos, segundo Crary, fora resultado de sua não adequação às necessidades e usos da época, outro desejo parece estar em jogo na contemporaneidade.

Para Carvalho, nos dispositivos imersivos contemporâneos não se trata tanto de uma busca por uma “impressão de realidade efetuada através de um dispositivo que se oculta como, por exemplo, o cinema, mas de compreender o dispositivo como algo a ser apresentado e explorado a partir de uma experiência” (CARVALHO, 2009, p.142), em que se mesclam ilusão e realidade. Nos parece plausível que essas novas configurações do desejo expliquem, em parte, o ressurgimento e a crescente popularidade da estereoscopia na contemporaneidade.

Não obstante os devidos distanciamentos, acreditamos que as formas de subjetividade em causa nos atuais dispositivos guardam relações de semelhança e sustentam-se em processos que tiveram início com a modernização da percepção, com o surgimento do observador de segunda ordem, donde as novas tecnologias vem consolidar essa interação – agora traduzida em termos de uma interatividade - funcional homem-máquina, identificada no século XIX.

## Referências bibliográficas

BAUDRY, Jean-Louis. Le dispositif: approches métapsychologiques de l'impression de réalité. In *l'effet cinema*. Colecion Ça cinéma. 1975.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas I: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

CARVALHO, Victa de. Dispositivos em evidência: a imagem como experiência em ambientes imersivos. In: FATORELLI, A.; BRUNO, F. (Org). *Limiares da Imagem: tecnologia e estética na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro, Mauad, 2006. p. 77-90.

\_\_\_\_\_. “O Dispositivo imersivo e a imagem-experiência” in *Revista ECO-Pós*, v.9, n.1, p. 141-154, jul. 2006.

CRARY, Jonathan. *Técnicas do Observador: visão e modernidade no século XIX*. Trad. Verrah Chamma. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

\_\_\_\_\_. *Suspensões da percepção: atenção, espetáculo e cultura moderna.*  
Trad. Tina Montenegro. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia.v.1.*  
Trad. Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. Rio de Janeiro: 34, 1995.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir.* Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio/Contraponto, 2010.

MACHADO, Arlindo. *O sujeito na tela: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço.* São Paulo: Paulus, 2007.

ORTEGA, Francisco. *O corpo incerto: corporeidade, tecnologias médicas e cultura contemporânea,* Rio de Janeiro: Garamond, 2008.



## **(I)materialidades e experiências fotográficas nas imagens de *print screen*<sup>1</sup>:** análise tecno-estética da obra Pulsão Escópica

Julieth Corrêa Paula<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este trabalho é uma reflexão sobre a fotografia produzida a partir do *print screen* no contexto da cultura digital. Com base nisso, examinamos as condições tecno-estéticas das imagens que compõem a série *Pulsão Escópica* do artista João Castilho. A obra que investigamos reúne um conjunto de 220 imagens retiradas durante conversas de websites de relacionamentos. Pensando-as em termos da estética e da comunicação, organizamos o texto em dois eixos temáticos que permeiam a discussão sobre a imagem técnica e as relações entre materialidades e imaterialidades.

**Palavras-chave:** fotografia; *print screen*; materialidades; *Pulsão escópica*; cultura digital.

### **Introdução**

A fotografia “migrou” para o ciberespaço e criou, para si mesma, “novas” complexidades. Para Ramos e Laurentiz (2013), isto é o resultado de uma luta não só da fotografia pela sua permanência, mas de todos os subsistemas culturais e biológicos. Orientados pelos conceitos de permanência sistêmica de Jorge Albuquerque Vieira, esses autores defendem um evolucionismo tecnológico, cujo o protagonismo e o ponto de encontro entre todos os sistemas culturais aconteceram graças ao ciberespaço. E é nesse ambiente que a fotografia torna-se mais “complexa” e “interativa”, pois, de acordo com os autores, a fotografia reage as transformações técnicas ao longo do tempo e não se constitui como parte da engrenagem. A ideia de preservação está ligada diretamente à concepção de hibridismo ou

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT1 (Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). E-mail: [juhcorrea@gmail.com](mailto:juhcorrea@gmail.com)

intersecção, mas ao contrário do que dizem os autores, não é com a convergência digital que se inicia a “crise do sistema fotográfico”. Afinal, o teórico alemão Walter Benjamin (1985) já tratava esses abalos, tanto os que se referem aos aspectos técnicos quanto os ontológicos da fotografia, que remontam uma trajetória marcada por fases que vão do apogeu ao declínio para a revitalização ao longo de 100 anos de existência da fotografia.

Sob a perspectiva de uma visão histórica a contrapelo, acreditamos que não é produtivo imobilizar a fotografia, tal como sugerem os autores Ramos e Laurentiz (2013), pois a fotografia sempre foi dinâmica e complexa. Essas duas características que configuram a imagem fotográfica permanecem desde antes e depois da revolução tecnológica que instaurou a sociedade da informação. De certa maneira, as condições técnica e estética combinam processos de produção da imagem que permitem pensar em nuances do próprio ato fotográfico ambientadas em um mesmo universo tecnocultural. E é dentro desse ambiente que encontramos as imagens de *print screen*, que, por sua vez, também apresentam uma extensa complexidade e multiplicidade.

Pensando em termos das materialidades da comunicação, articulamos os textos de Erick Felinto (2006, 2011) para contextualizar o objeto na cultura digital. E a autora Silva Laurentiz (2005) para problematizar os aspectos materiais e imateriais da imagem digital. Além disso, convocamos também Vilém Flusser (1985, 2008) e Philippe Dubois (2004) para refletirmos a fotografia, enquanto uma imagem técnica, que media a relação do homem com o mundo. Desse modo, organizamos o texto a partir dos eixos temáticos: I) Materialidades e II) Fotografia e imagem técnica. Por fim, esse trabalho está vinculado à nossa pesquisa de mestrado: *Materialidades e estéticas fotográficas nas imagens de print screen*. Por ela, encaminhamos uma investigação teórica e metodológica relacionada à experiência do *print screen*, enquanto ato fotográfico.

### **Fotografando via *print screen***

O artista húngaro Mology-Nagy provocou desassossegos em torno das concepções sobre o ato fotográfico em um de seus famosos aforismos, ao dizer que a fotografia não pode ser definida somente pelo modo o qual é produzida:

O inimigo da fotografia é a convenção, as regras fixas de ‘como fazer’. A salvação da fotografia vem da experimentação. O artista experimental não tem ideias preconcebidas sobre a fotografia, não acredita que seja apenas como é conhecida hoje, exacta repetição e representação da visão habitual. Ele não pensa que os erros fotográficos devam ser evitados. Ele ousa dar o nome de ‘fotografia’ a todos os resultados que possam ser alcançados com uma câmara, ou sem ela, todos os resultados obtidos com os meios fotossensíveis químicos, expostos à luz, ao calor, à pressão etc. (MOHOLY-NAGY, Lazló, n.,p)

Nesse sentido, as condições tecno-estéticas relacionadas à natureza da fotografia têm base em discussões iniciadas antes mesmo da invenção da câmera. As buscas por um fotográfico que está além daquela imagem inscrita em um material sensível, inspiraram Moholy-Nagy a pensar nos fotogramas como categorias possíveis para a existência da fotografia a partir de outros processos alternativos ao modo direto de fixação da imagem. Essas e outras experiências ampliam o debate ontológico sobre esse tipo de imagem, já que parte do princípio de que o fotográfico, considerado por alguns autores como a essência da fotografia, está além do suporte ou das lógicas de produção. Observando esse cenário heterogêneo de possibilidades para a fotografia chegamos ao *print screen*, como uma variação do ato fotográfico. Trata-se, pois, de outro modo de produzir imagem a partir de um *click* e de uma produção de cópia.

O que diz respeito à invenção da captura do *ecrã*, foi Bill Gates quem criou a tecla SYS RQ (*Sistem Request*) cujo objetivo era escanear e copiar as informações da tela do computador. Designada para acionar o sistema operacional no interior de um programa (*software*), a tecla *sys rq* foi a base para o desenvolvimento do *print screen*. Com outras variações de nome, o botão que captura a tela do computador também é identificado de *Pst Scr*, *Print Scrn*, *Prt Scn*, *Prt Sc*, *Prt Scrn* ou *Prnt Scrn*. O princípio básico deste recurso era atender as demandas de profissionais e técnicos da informática, mas, à medida que o computador foi se tornando um instrumento doméstico, o uso do *print screen* também passou a ser incorporado às práticas do dia-a-dia. De modo que, as transformações e o aperfeiçoamento do *print screen* atravessam a própria história do computador e da sociedade. Ao acionar a tecla *prt sc*, tudo o que está disposto na superfície do computador é transferido para outra área de acesso, gerando, portanto, uma imagem, uma cópia. A partir de uma noção

básica de dicionário online<sup>3</sup>, é possível observar que tanto a fotografia digital quanto a imagem de *screen shot*, em essência, partilham o mesmo desígnio da reprodutibilidade: “A fotografia digital é toda imagem fotográfica obtida por meio de um sensor óptico associado a um processador eletrônico que a transforma em um arquivo de computador”.

Percebemos que a multiplicidade dessa função se refere tanto às finalidades quanto às condições em que se capturam as telas. Essas circunstâncias implicam diretamente nos tipos e na qualidade das imagens produzidas. Das variações de usos, encontramos os seguintes casos mais recorrentes: violação de direitos autorais em sites que impedem a cópia ou o acesso diretamente via o mouse; imagem documental; caráter tutorial; método de pesquisa; narrativa de jogos eletrônicos; produção artística e de humor. Todas essas práticas, independentemente dos direcionamentos que dão às imagens, instigam debates sobre as questões de autoria. Vimos que Carreira (2012) estudas as técnicas apropriacionistas utilizadas a partir do banco de dados do *Google Street View* (GSV), problematizando os direitos autorais. À medida que a autora trata as transformações em torno das imagens, ela confere que a expansão das práticas artísticas apropriacionistas para o âmbito digital se dá pelo caráter aberto e de participação colaborativa das comunicações em redes. Esse cenário permite que os usuários/artistas munem-se, principalmente, das vontades de experimentar e explorar as ferramentas como técnicas que inserem “novas” ordens do visual (CARREIRA, 2012). Entre esses procedimentos técnicos está o *print screen*, como um processo de transferência, que modifica um fluxo instantâneo, interrompendo-o e inserindo-o em outros ambientes.

Tateando as imagens geradas a partir do *print screen*, encontramos a obra de João Castilho. Em uma entrevista concedida ao site f50830, o fotógrafo esclarece os objetivos relacionados à série *Pulsão Escópica*:

O que se produz com as câmeras de baixa resolução hoje é matéria para os trabalhos que estou desenvolvendo. No caso deste ensaio, utilizo as câmeras dos computadores pessoais, conectadas ao meu computador pela internet, para realizar fotografias e retratos dessa intimidade, de uma nova geração de pessoas que traça e exerce seus afetos pela rede. (CASTILHO, n.p).<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Dicionário informal online: <http://www.infoescola.com/fotografia/fotografia-digital/> Acesso em fev. 2015.

<sup>4</sup> Disponível em: <http://f508.com.br/pulsao-escopica/> Acesso em jan. 2015.

# 8° CONECO

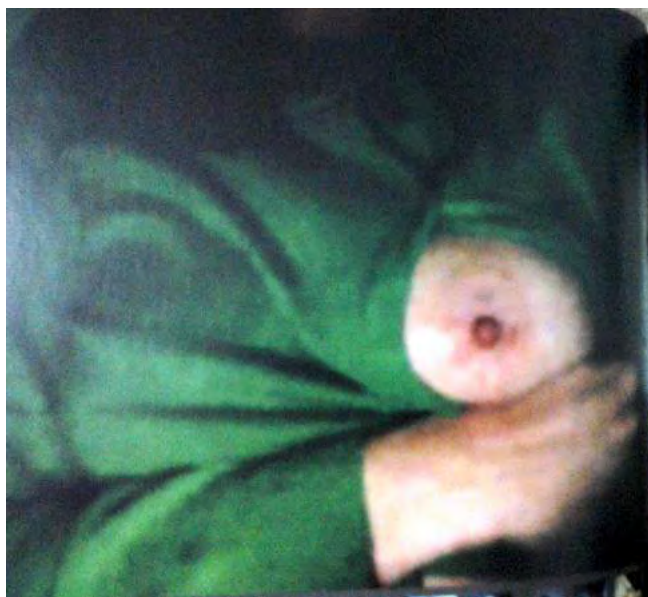
Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

A pluralidade desta obra é vista tanto no que se refere aos formatos quanto ao próprio conteúdo das imagens: há uma espécie de caleidoscópio humano exposto pelos fragmentos dos corpos que buscam, na maioria dos casos, manter o anonimato.



**Figura 1:** Imagem da série Pulsão escópica  
**Fonte:** Livro Pulsão escópica



**Figura 2:** Imagem da série Pulsão escópica  
**Fonte:** Livro Pulsão escópica



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.



**Figura 3:** Imagem da série Pulsão escópica.  
**Fonte:** Livro Pulsão escópica.



**Figura 4:** Imagem da série Pulsão escópica.  
**Fonte:** Livro Pulsão escópica

Ao todo, são 220 imagens que apresentam uma heterogeneidade de cenários, de personagens, de performances, de exibicionismo, de voyeurismo e, principalmente, uma multiplicidade dos relacionamentos que cultuam o que Castilho entende por “escopia”<sup>5</sup>. Essa pulsão que envolve toda a obra de arte é resultado das relações e das intervenções entre o

---

<sup>5</sup> Nos seguintes dicionários a palavra se refere ao olhar mais profundo do corpo do ser humano, à contemplação.  
Fontes: <http://www.dicionarioinformal.com.br/escopia/> e <http://www.priberam.pt/dlpo/escopia>

fotógrafo e o fotografado. Tratam-se de capturas de telas acionadas diretamente do computador do Castilho ao longo de várias conversas com os usuários de sites de relacionamentos, entre os anos de 2010 e 2011. Atualmente, o acesso a essas imagens se dá, sobretudo, por meio do livro impresso (o qual simula um computador ao dispor um furo no centro da capa do livro), mas também já esteve disponível em galerias nas formas de foto e vídeo-instalações em diferentes suportes como computador, dispositivo mobile, TV. Observamos uma simetria dessas fotografias de *print screen* com a arte experimental. Visto que Castilho experimentou suas imagens por meio de diferentes formas de exposição.

O computador para esse caso atua como a própria câmera fotográfica, mediando a relação entre o fotógrafo e os fotografados (Castilho assume um duplo papel: observador e observado), além disso configura a interface cultural e organiza as fotografias na lógica do banco de dados. Todas essas imagens capturadas diretamente da tela do Castilho funcionam como um espaço de informação de códigos binários e de sociabilidade humana mediada pelo computador, especificamente via *webcam*. A relação homem-máquina na perspectiva de Lev Manovich (2012) é intercedida pela imagem digital para a construção de uma base de dados. Segundo os princípios da Teoria das Novas Mídias, a automatização está ligada diretamente com a lógica do banco de dados. Baseados nisso, o que observamos diante da tela do computador, ao olharmos para as imagens de *print screen*, são apenas umas das versões dos dados numéricos organizadas e combinadas pelo *software* para serem apresentados a cada comando. Diante do *ecrã*, Castilho acionava a tecla do *print screen*, gerando, desse modo, um tipo de imagem. Esse processo automático materializa as sociabilidades entre os homens mediadas pela máquina.

### **Imagem técnica**

Partimos de considerações iniciais do filósofo Vilém Flusser (1985, 2008) porque elas nos situam exatamente no contexto da cultura digital, seja como pesquisador, funcionário ou consumidor de imagens. Sem muitas pretensões, iniciemos esse tópico com as pistas que o próprio autor do livro “O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade” (2008) nos indicou. A principal delas é: “somos testemunhas, colaboradores e vítimas da revolução

cultural cujo âmbito apenas adivinhamos. Um dos sintomas dessa revolução é a emergência das imagens técnicas em nosso torno.” (FLUSSER, 2008, p. 15). Essa consciência do autor corresponde diretamente ao seguinte entendimento: “Quem prevê não vê o que se aproxima, mas vê a direção rumo a qual o presente se afasta. Nas minhas reflexões, não vi o universo das imagens técnicas que se aproximam, mas vi a direção para o qual os fenômenos presentes apontam” (FLUSSER, 2008, p. 141). As preocupações de Flusser não se detinham ao porvir ou a um futuro longínquo, mas sobretudo às dinâmicas do homem em suas relações existenciais e de trabalho. O novo mundo é agora o da pós-história (civilização organizada com base na lógica das imagens, em que a humanidade se encontra mais à serviço das imagens do que da escrita) e são para as relações entre indivíduos e a técnica que devemos olhar.

Apesar de não utilizar a expressão “cultura digital”, Flusser (2008) descreve uma sociedade submergida em imagens técnicas, na qual os indivíduos agem, cada vez mais, por meio (e em função) de comandos em aparelhos e de máquinas. Essa relação tecnocêntrica, aparentemente, configura o mundo contemporâneo no âmbito produtivo desde o período industrial até chegar ao digital. O mundo é tridimensional e, para Flusser (1985), o percebemos a partir de “superfícies imaginadas” (imagens). Tais superfícies também são as camadas que constituem o caráter material do mundo da vida e elas se diferenciam em natureza técnica e ontológica. Com base nisso, o autor identifica dois tipos de imagens: a tradicional e a técnica. Há pelo menos dois eventos que as distinguem historicamente. O primeiro deles se refere à invenção da escrita, de modo que a imagem tradicional (pré-histórica) é anterior ao texto e, por conseguinte, a imagem técnica (pós-histórica) surge milhares de anos depois com a criação da fotografia, o segundo fato decisivo.

Prosseguindo com o pensamento de Flusser (1985), as imagens tradicionais são constituídas por linhas, resultantes de uma abstração de primeiro grau, de um processo direto em que o pintor se interpõe entre o objeto e o seu significado, subtraindo duas das três dimensões do mundo concreto, enquanto que as imagens técnicas reduzem apenas uma dimensão, além de se encontrarem entre o sujeito e o aparelho. Para Flusser, isso implica diretamente no processo de deciframento e de leitura das imagens. Pois, se por um lado, as imagens tradicionais significam cenas diretas do mundo, decifrá-las seria equivalente a revelar

a ideologia do produtor, por outro lado, desvendar as imagens técnicas seria o mesmo que conhecer a lógica do próprio aparelho.

Em consequência dessas transformações históricas, o que a perspectiva flusseriana assinala é que o homem passou a ocupar um lugar secundário em relação aos aparelhos, seja do ponto de vista da produção ou do consumo. Radicalmente, homem e aparelho se embarçam no jogo abstrato resultando em um segundo plano, uma terceira categoria que se encontra no interior do aparelho, e não mais ao centro ou ao redor dele: “trata-se de uma função nova, na qual o homem não é constante nem variável, mas está indelevelmente amalgamado ao aparelho. Em toda função aparelhística, funcionário e aparelho se confundem” (FLUSSER, 1985, p. 43). Tão complexo quanto essa relação é o funcionamento e o processo no interior da caixa preta. Tanto o homem quanto o aparelho estão igualmente acumulados por funções automatizadas, reproduzíveis e instantâneas como o próprio ato fotográfico. Como vimos anteriormente, este gesto foi fundamental para o surgimento da imagem técnica. Constituída de pontos, grânulos, pixels, a tecno-imagem é resultado de processos automáticos, nos quais se produzem objetos que indiretamente representam textos (conceito):

Elas são dificilmente decifráveis pela razão curiosa de que aparentemente não necessitam se decifradas. Aparentemente, o significado das imagens técnicas se imprime de forma automática sobre suas superfícies, como se fossem impressões digitais onde o significado (o dedo) é a sua causa, e a imagem (o impresso) é o efeito. O mundo representado parece ser a causa das imagens técnicas e elas próprias parecem ser o último efeito de complexa cadeia causal que parte do mundo. (FLUSSER, 1985, p. 10)

Essa descrição do autor diz respeito essencialmente à fotografia analógica, quando então, a imagem se formava a partir das fixações dos raios de luz nas superfícies sensíveis. Em síntese, a imagem técnica tem no seu sentido existencial a criação da informação, daí passando pela preservação (memória) e transmissão de mensagens (FLUSSER, 2008). Este é o ponto de partida para compreender o papel da fotografia, enquanto principal representante das tecnoimagens, ou pelo menos, o lugar que ela ocupa na obra do filósofo: “toda imagem produzida se insere necessariamente na correnteza das imagens de determinada sociedade, porque toda imagem é resultado de codificação fundada sobre códigos estabelecidos” (FLUSSER, 2008, p. 21). Seria redundante apontarmos, mas essa declaração do autor é

historicamente notável, basta olharmos para a fotografia analógica e moderna, que mostrava o *status* da sociedade industrial, iminentemente burguesa, assim como as imagens de síntese, numéricas, dizem muito sobre a cultura digital.

Há, evidentemente, aspectos que especificam as tecnoimagens entre si. Dentre eles, a própria técnica, o tipo de aparelho, a ideologia, a materialidade da imagem etc. No que diz respeito ao processo fotográfico, existem graus de complexidade que, conforme Flusser (2008), estão cada vez mais reduzidos a apenas “um apertar de botões e teclas”: “As imagens orientam as mãos, que por sua vez se orientam com os olhos. Não se trata de um gesto feito às cegas. As mãos estão a serviço dos olhos e das imagens.” (FLUSSER, 2008, p.16).

Dentre os pensadores da imagem na transição do mundo moderno para o contemporâneo, Wiliam Mitchell (1992) talvez tenha marcado as problematizações sobre a natureza da imagem na era digital<sup>6</sup>. A virada tecnológica impulsionou rupturas epistemológicas e ontológicas da imagem tradicional. Para Mitchell o digital rompeu com qualquer tipo de referencial com a realidade, instaurando uma crise no caráter de indicialidade do real fotográfico. Assim, verificamos os pontos discutidos por Mitchell: a era pós-fotográfica, o valor de informação da imagem digital, a mutabilidade intrínseca (inseparável, inerente), ou seja, a fotografia digital (assim como a analógica) pode ser manipulada inúmeras vezes. Sendo que a mutabilidade e o valor informação da fotografia digital estão diretamente interligados. Em última instância, há um afastamento do observador, à medida que não há mais um referencial de realidade, e sim *pixels*.

### **(I)materialidades e cultura digital**

Antes de prosseguirmos o texto, é preciso esclarecer que tanto o título quanto o tópico deste trabalho foram inspirados no artigo de Laurentiz (2005). A autora tensiona os conceitos materialidade e imaterialidade com o intuito de ampliar o debate sobre a imagem, sobretudo as dicotomias relacionadas às chamadas tecnologias digitais. E propõe basicamente que existe

---

<sup>6</sup> Outro importante teórico de imagens que problematizou essa transição, o novo estatuto imagético e virtual é o autor de *Dupla Hélice* Raymond Bellour (1993), cujo princípio vai de encontro com o que Mitchell afirma sobre o fim do referencial. Para Bellour trata-se de outro modo de ser da imagem que instaura uma espécie de “analogia virtual”.



uma relação quase simbiótica entre a imagem-matéria-pensamento. O primeiro passo, de acordo com Laurentiz, é dissociar a ideia de que a materialidade é apenas a matéria propriamente dita. Isso implica dizer, que “a materialidade vai além da matéria” (LAURENTIZ, p. 01, 2005). Mais do que opostas, essas duas dimensões que configuram todo e qualquer objeto são ambivalentes. E a partir delas é possível pensar o produto cultural em seus aspectos técnicos, éticos e estéticos. Sendo aquele voltado para as ordens mecânicas e do suporte material, e os dois últimos como o potencial expressivo e informacional. Para a autora, “falar em potencial expressivo e carga informacional dos suportes significa que estamos tratando com a informação contida na produção natural e cultural já realizada também, com tecnologia específica e demais decorrências disso.” (LAURENTIZ, p. 01, 2005).

Com a digitalização da cultura, os modos de ver e fazer fotográfico acompanharam cada vez mais o imediatismo. As conveniências que a fotografia proporcionava na modernidade – memória e percepção visual do mundo (FONTCUBERTA, 2012) –, ainda são ofertadas, no entanto, de forma mais veloz, em uma multiplicidade igualmente difusa, e em um volume maior de informação. Não é por acaso que se tem discutido, com tanta frequência, a saturação das imagens, embora pouco se fale sobre as consequências desse fenômeno. O esforço deve ser feito também para pensar o ambiente em que essas transformações são experimentadas. Olhar para a cibercultura, segundo Felinto (2006), é assumir as especificidades que esse campo, marcado pela transição dos modelos tecnológicos do analógico para o digital, oferece:

A cibercultura parece ser aquela esfera da experiência contemporânea na qual o componente tecnológico passa a ser pensado, reflexivamente, como o fator central determinante das vivências sociais, das sensorialidades e das elaborações estéticas. Em outras palavras, mais que uma tecnocultura, a cibercultura representa um momento em que a tecnologia se coloca como questão essencial para toda a sociedade em todos os seus aspectos, dentro e fora da academia. (FELINTO, 2006, p. 2-3).

A fotografia digital agora comporta uma matriz numérica, de algoritmo (MANOVICH, 2001), de *pixels* (MITCHELL, 1992), protagonizando, inicialmente, o cenário da tecnocultura. As novas mídias mudaram o ato fotográfico, a percepção do mundo real, entre outras transformações. De acordo com Manovich (1992), o conceito *interface* remete à ideia de superfície constituída culturalmente a partir de processamentos técnicos, da interação do

homem com o computador, do inter cruzamento entre conhecimentos de diferentes naturezas. Essa convenção genealógica da tecnologia orienta a interface para um perfil de caráter dialético. Aquilo que não vemos, a dinâmica dos *softwares* nos é apresentada via a *interface cultural*. Por isso que Manovich sugere que se retirarmos a interface da máquina vamos nos deparar com um modelo de fabricação fordista e cíclico. O autor também defende a ideia de um *software cultural*, como vanguarda que está em constante movimento. Mas antes de tudo isso, o *software* também é uma ferramenta que produz e dá a ver informações, conteúdos operacionalizados via de comandos computadorizados. Nesse contexto, para que a fotografia “exista”, é necessário que tenha sido desejada.

### Considerações Finais

Com apenas um toque na tecla do computador, todo o ambiente se reproduz e permite que outros indivíduos também compartilhem e presenciem um quadro comum de experiência. A cada reprodução dessas telas, surgem novos quadros particulares ou coletivos, pertencentes a um mesmo ambiente. Os impactos causados pelas imagens não se direcionam apenas ao corpo do sujeito diante da câmera, ou ao nosso corpo receptor, mas à própria fotografia, enquanto materialidade da vida cultural do homem. Depositamos nela as pistas de um evento, de um acontecimento, de um conceito, do mesmo modo que a imagem também se revela por meio das suas condições materiais, estéticas, dentre outros aspectos. A fotografia digital demanda reflexões sobre suas próprias qualidades de imagem, tanto as que se referem aos aspectos técnico e estético quanto aos seus princípios ontológicos.

Dada a complexidade dos fenômenos em torno da fotografia digital, retomamos as compreensões de Flusser sobre a noção de imagem técnica. Tais conjecturas indicam a necessidade de uma teorização da mídia a partir das observações dos fenômenos midiáticos. Desse modo, o autor conferiu à fotografia um *status* de objeto de pesquisa para os estudos sobre as imagens. Nesse sentido, é preciso dizer que a fotografia, enquanto imagem técnica, assume um caráter ambivalente no pensamento de Flusser. Isso porque o homem cria e projeta as imagens de mecanismos técnicos com certas habilidades, mas, ao mesmo tempo, sucumbe a esses processos porque não os compreende por completo. Essa dicotomia também se refere

ao duplo papel em que o homem desempenha frente à imagem, pois cabe a ele usá-la como prisão ou como libertadora. Surgem daí as proposições de conscientização e de “branqueamento” da caixa preta (FLUSSER, 1985).

Em termos de considerações finais, o que vimos na série *Pulsão Escópica* é exatamente o lugar em que a fotografia tem se reinventado. De um lado, a imagem digital fundada na matriz numérica, do outro as potencialidades em instaurar modelos do fazer fotográfico, de uma estética e de um modo de interagir com o mundo. O tema dessas operações fotográficas desvinculadas do processo mais tradicional do “click” tem sido controvertido tanto no meio artístico quanto acadêmico. Há ainda discursos de caráter bipolar sobre o *status* da imagem digital: “Isso é ou não fotografia?”. Mas, de acordo com os nossos interesses, essas perguntas são as menos relevantes. É preciso ampliar o debate, atentando para uma ontologia da técnica e da percepção.

## Referências Bibliográficas

BENJAMIN, Walter. *Magia e Técnica, Arte e Política*. Obras Escolhidas I. São Paulo: Basiliense, 1985.

CARREIRA, Lia. *Apropriação das imagens do Google Street View: arte e direitos autorais*. Online. Disponível em: [http://www.academia.edu/4221389/A\\_apropriacao\\_C3%A7C3%A3o\\_das\\_imagens\\_do\\_Google\\_Street\\_View\\_arte\\_e\\_direitos\\_autorais](http://www.academia.edu/4221389/A_apropriacao_C3%A7C3%A3o_das_imagens_do_Google_Street_View_arte_e_direitos_autorais). Acessado em: 08 mar. 2015.

FELINTO, Erik. *Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica*. Revista E-Compós, Brasília, v. 14, p. 1-14, 2011. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/548/511>>

\_\_\_\_\_. *Passeando no labirinto: ensaios sobre as tecnologias e as materialidades*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

\_\_\_\_\_. Os computadores também sonham? Para uma Teoria da Cibercultura e como Imaginário. *Intexto*, Porto Alegre, vol. 2, n. 15, p. 1-15. 2006.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Editora Hucitec, 1985.

\_\_\_\_\_. *Universo das imagens técnicas: elogios da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.

FONTCUBERTA, Joan. *A câmera de Pandora: a fotografi@ depois da fotografia*. São Paulo: G. Gili, 2012.

LAURENTIZ, Silvia. *Imagem e (i)materialidade*. 2005. Disponível em: <[http://www2.eca.usp.br/cap/slaurentz/text/Imagem\\_Imaterialidade.pdf](http://www2.eca.usp.br/cap/slaurentz/text/Imagem_Imaterialidade.pdf)>

MANOVICH, L. Digital Cinema and the History of a Moving Image. In: *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press, 2001a. p. 249-259

\_\_\_\_\_. New Language of Cinema. In: *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press, 2001.

\_\_\_\_\_, Lev. *The algoritms o four live*. The chronicle of higher education, dez 2013. Disponível em: <<http://translate.google.com.br/translate?hl=pt-BR&sl=en&u=http://chronicle.com/article/The-Algorithms-of-Our-Lives-/143557/&prev=search>>

\_\_\_\_\_. *Media after software*, 2012. Disponível em: <[http://translate.googleusercontent.com/translate\\_c?depth=1&hl=pt-BR&prev=search&rurl=translate.google.com.br&sl=en&u=http://vcu.sagepub.com/content/12/1/30.abstract&usg=ALkJrh1h4RdyiKbL6eH\\_Xkdwmq5yOVbfA](http://translate.googleusercontent.com/translate_c?depth=1&hl=pt-BR&prev=search&rurl=translate.google.com.br&sl=en&u=http://vcu.sagepub.com/content/12/1/30.abstract&usg=ALkJrh1h4RdyiKbL6eH_Xkdwmq5yOVbfA)>

MITCHELL, W. J. *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era*. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 1992

RAMOS, Matheus Mazini; LAURENTIZ, Silvia. Crise sistêmica: um novo olhar para a fotografia. *Novos Olhares*. São Paulo, vol. 9, n.p 14, p. 55-70. 2013.

## **Avanço tecnológico e educação a distância** O papel da comunidade de fãs na Eduk<sup>1</sup>

Krishma Carreira<sup>2</sup>

### **Resumo**

O avanço tecnológico gerou melhoria de banda, computação em nuvem e uma multiplicidade de plataformas. Em uma era conectada e com dispositivos móveis, o conteúdo audiovisual conquista cada vez mais usuários. Este cenário gerou impacto na educação a distância no Brasil: muitos alunos ganharam acesso a cursos que não teriam contato. Os estudantes têm possibilidade de interação, colaboração e de ampla troca de informações entre pessoas distantes, em uma nova ecologia de mídia. Vamos analisar o caso Eduk, uma *startup* brasileira de educação que oferece cursos *online* e que tem mais de 2 milhões de fãs no Facebook. O *chat* é o principal canal entre aluno e professor. Nosso objetivo é ver como alunos que, muitas vezes, assumem papel de fãs, determinam, através deste canal, influência sobre os cursos.

### **Palavras-chave**

Educação a distância; comunidade online; fandom; conteúdo audiovisual online; chat.

### **História da educação a distância**

Nos séculos 18 e 19, a educação a distância (EaD) começou a se desenvolver através de cartas. A modalidade principal eram os cursos de taquigrafia nos Estados Unidos e na Europa. Após o surgimento do rádio e da televisão, os cursos e o número de alunos cresceram muito. Mas foi com a internet e as tecnologias digitais que os avanços alcançaram um ritmo impensável até pouco tempo atrás. As relações, os sistemas de produção e de circulação do conhecimento mudaram completamente. Para Ivônio Nunes, a EaD “constitui um recurso de incalculável importância para atender

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 (Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Jornalista graduada pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF); mestranda em Comunicação Social na linha de pesquisa Inovações Tecnológicas Contemporâneas pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp); pesquisadora do ComTec (Comunicação e Tecnologias Digitais). E-mail [krishmacarreira@gmail.com](mailto:krishmacarreira@gmail.com). Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9290320751656429>



grandes contingentes de alunos, de forma mais efetiva que outras modalidades e sem riscos de reduzir a qualidade dos serviços oferecidos em decorrência da ampliação da clientela atendida” (apud ALVES, p.84).

Os principais marcos da EaD são:

1728: Gazeta de Boston anunciou, na edição de 20 de março, um curso do professor Caleb Philipps com material de ensino e tutorial por correspondência.

1858: A Universidade de Londres começou a oferecer cursos superiores a distância.

1947: Rádio Sorbonne passou a transmitir aulas de quase todas as matérias literárias da Faculdade de Letras e Ciências Humanas de Paris.

1956: A Chicago TV College, nos Estados Unidos, iniciou a transmissão de programas educativos.

No Brasil, as edições do Jornal do Brasil, no fim do século 19, já tinham anúncios de cursos por correspondência.

1891: Primeira iniciativa de EaD com ensino de datilografia.

1923: Foi criada a Rádio Sociedade. Ela transmitia aulas em cadeia nacional.

1940: O programa de rádio “Universidade do Ar” da Rádio Nacional formou milhares de professores secundaristas.

1971: Foi promulgada a Lei de Diretrizes e Bases que autorizou a oferta de supletivo a distância em todos os meios de comunicação.

1978: TV popularizou a EaD com programas como Telecurso (produzido pela Globo e Cultura).

1996: Nova Lei de Diretrizes e Bases normatizou a EaD.

Foi na década de 90 do século passado que surgiu a internet, o que levou a um enorme crescimento da modalidade de EaD. Estima-se, por exemplo, que, no Brasil, em 2013, havia 1 milhão de universitários matriculados em cursos de graduação a distância.

A EaD pode ganhar, em breve, um novo marco regulatório para aproximar as diretrizes dela com as da educação presencial.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

A Educação a Distância pode ser considerada a mais democrática das modalidades de educação, pois se utilizando de tecnologias de informação e comunicação transpõe obstáculos à conquista do conhecimento. Esta modalidade de educação vem ampliando sua colaboração na ampliação da democratização do ensino e na aquisição dos mais variados conhecimentos, principalmente por esta se constituir em um instrumento capaz de atender um grande número de pessoas simultaneamente, chegar a indivíduos que estão distantes dos locais onde são ministrados os ensinamentos e/ou que não podem estudar em horários pré-estabelecidos. (ALVES, 2011, p. 90).

## Tecnologia e educação

No Brasil, segundo a “Pesquisa Brasileira de Mídia 2015” da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom)<sup>3</sup>, quase a metade dos brasileiros, 48%, usa a internet. As características sociodemográficas da população têm um grande impacto na utilização da internet. “Renda e escolaridade criam um hiato digital entre quem é um cidadão conectado e quem não é”. Ainda segundo a Secom, entre os que têm acesso, 71% o fazem através de computadores, 66% pelo celular e 7% por *tablet*.<sup>4</sup> De acordo com a Teleco, uma empresa de consultoria, o Brasil tinha em agosto de 2015, 280.022.972 celulares (uma densidade de 136,86 cel/100 habitantes)<sup>5</sup>.

No mundo conectado e em rede, o usuário se torna multitela, o conteúdo vira ubíquo e passa a ser convergente em vários *displays*<sup>6</sup>. Uma pesquisa da empresa Google chamada “O consumidor brasileiro agora é hiper”<sup>7</sup> aponta que existem cerca de 40 milhões de pessoas multitelas no Brasil. Outro levantamento, também da

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 26 jun.2015.

<sup>4</sup> Na pesquisa da Secom, os entrevistados podiam apresentar respostas múltiplas. Por isso, a simples soma das respostas não “fecha” em 100%.

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/ncel.asp>>. Acesso em: 17 ago.2015.

<sup>6</sup> Adotamos, neste artigo, como conceito de convergência “o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia; (...) e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão quase a qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2009, p.29).

<sup>7</sup> Disponível em: [https://think.storage.googleapis.com/intl/ALL\\_br/docs/consumidor-brasileiro-hiper\\_articles.pdf](https://think.storage.googleapis.com/intl/ALL_br/docs/consumidor-brasileiro-hiper_articles.pdf)>. Acesso em 27 jul.2015.

Google, ‘Video Viewers’<sup>8</sup>, indica que das 30 horas médias semanais que os brasileiros consomem conteúdo audiovisual, 22 são na TV e 8 na *web*. O conteúdo audiovisual *online* é visto por 70 milhões de usuários: um crescimento de 13% em relação a 2013.

Estamos, portanto, em plena época do acesso. “Pertencer, na nova era, é estar conectado a várias redes que formam a nova economia global” (RIFKIN, 2000, p.91). O autor completa: “o acesso tornou-se o bilhete de ingresso para o avanço e para a realização pessoal, sendo tão poderoso quanto a visão democrática foi para gerações anteriores. Diz respeito a quem está incluído e excluído” (p.12). Dentro deste universo de avanços tecnológicos que levou às culturas da convergência (JENKINS, 2009) e da conexão (JENKINS; GREEN; FORD, 2014), a educação a distância ganhou nova dimensão. Tornar-se um cidadão conectado “é um pré-requisito para a superação da desigualdade numa sociedade cujas funções e grupos sociais dominantes organizam-se cada vez mais em torno da internet” (CASTELLS, 2003, p.204).

Os alunos e professores da EaD vivenciam a cibercomunicação<sup>9</sup> possibilitada pela digitalização de suas práticas, já que a evolução tecnológica digital “tornou os equipamentos acessíveis a largos contingentes sociais e permitiu o surgimento de uma cultura tecnológica antes não integrada à formação do cidadão médio” (SQUIRRA, 2012, p.8). Entre os princípios centrais desta nova era estão a colaboração, abertura e compartilhamento de propriedade intelectual (TAPSCOTT, 2010).

Assim, alunos e professores tornaram-se *parceiros* nas construções dos cursos e os primeiros ganharam *status* de protagonistas. O conteúdo pode ser personalizado, o que garante que o estudante possa aprender dentro de seu próprio ritmo. Também foram criadas ferramentas de aprendizagem mais dinâmicas. Os alunos passaram a

---

<sup>8</sup>Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/articles/tipos-consumidores-videos-brasil.html>>. Acesso em 20 jun.2015.

<sup>9</sup>Falar em cibercomunicação implica no entendimento do conceito de ciberespaço como multiuniverso de conexões dialógicas possibilitadas pelas tecnologias digitais atuais. “O ciberespaço é conceito criado por William Gibson e se refere à arte da navegação com ousadia e autonomia, no sentido de mergulhar livremente, como destemidamente faziam muitos dos conquistadores antigos” (SQUIRRA, 2012, p. 7).

interagir entre si e com os professores. Eles começaram a formar comunidades de aprendizagem e, por meio de redes sociais, o ensino passou a ser colaborativo. “Quanto mais interativo o produto rico em informações for com seu ambiente – com circuitos de *feedback* – mais provavelmente o processo irá sugerir meios inovadores de tornar o produto mais efetivo” (RIFKIN, 2000, p. 17).

Neste processo de interação e participação ativa, os alunos da EaD ganharam voz sem medo da exposição de suas dúvidas ou da falta de conhecimento. Afinal, numa comunidade real de interesses,

ninguém vai rir de nós, nem ridicularizar nossa falta de jeito e alegrar-se com nossa desgraça. Se dermos um mau passo, ainda podemos nos confessar, dar explicações e pedir desculpas, arrepender-nos se necessário; as pessoas ouvirão com simpatia e nos perdoarão (BAUMAN, 2003, p.8).

## Comunidades

As primeiras comunidades *online* nasceram com características muito semelhantes as dos movimentos contraculturais da década de 60. Elas foram criadas pelos primeiros usuários de redes de computadores. Mas a partir do momento que elas começaram a se expandir em tamanho e alcance, esta semelhança foi desaparecendo.

Podemos dizer que as comunidades mediadas por computador têm, em sua essência, duas características básicas. Estas comunidades prezam a comunicação livre, horizontal e sem censura. Além disto, elas têm formação autônoma. Qualquer pessoa pode encontrar seu destino na *web* ao procurar a satisfação de seus interesses individuais ou coletivos e, se não a conquistar, pode “criar e divulgar sua própria informação, induzindo assim a formação de uma rede”, que é uma espécie de “um instrumento de organização, ação coletiva e construção de significado” (CASTELLS, 2003, p.49).

No ciberespaço, algumas comunidades de interesse são promovidas por empresas, inclusive na área de educação. Elas procuram criar vínculos que giram em torno da consciência do que fazem, da identidade, do relacionamento entre a empresa e o internauta e até promovem relação entre os usuários (RIFKIN, 2000).

Zygmunt Bauman, mesmo que não se refira originalmente ao mundo virtual no livro “Comunidade: a busca por segurança no mundo atual”, tem uma visão pertinente a este artigo, a partir do momento que define que a “comunidade produz uma sensação boa por causa dos significados que a palavra comunidade carrega – todos eles prometendo prazeres e, no mais das vezes, as espécies de prazer que gostaríamos de experimentar” (BAUMAN, 2003, p.7).

Bauman alega ainda que na comunidade moderna não é possível ter segurança e liberdade ao mesmo tempo, mesmo que se tenha a falsa impressão de conquistá-las simultaneamente. No entanto, identificamos esta percepção ilusória no ciberespaço, onde os integrantes não possuem total segurança de dados, mas alguns têm a forte sensação de estarem seguros ao se expressarem livremente.

Dentro deste contexto, os membros da comunidade sentem-se livres para troca de experiências e para compartilhamento de algo em torno do que pode levá-los a começar uma conversa. Isto acontece nas redes sociais no mundo físico e também no *online*, só que neste último, esta troca ganha velocidade e amplo número de conexões. Assim, as comunidades ajudam a propagar o que compartilham: as mensagens ganham mais eficiência e impacto ao se movimentarem entre os internautas (com reflexo também no mundo *offline*). Os integrantes ajudam também a operar um forte sistema de recomendação, com alcance muito maior do que o boca a boca tradicional. A força deste sistema cresce ainda mais na medida que o usuário vira um fã. Este movimento ganhou o nome de *fandom* no ciberespaço: “termo utilizado para e se referir à subcultura dos fãs em geral, caracterizada por um sentimento de camaradagem e solidariedade com outros que compartilham os mesmos interesses” (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p.17).

## **O caso Eduk**

A Eduk é uma empresa brasileira de educação a distância que oferece cursos *online* nas áreas de gastronomia, artesanato, beleza, moda, fotografia, *design*, saúde,



negócios, entre outros. A *startup* alega que tem como objetivo fomentar ações empreendedoras daqueles que buscam formação e especialização profissional. Desde que começou a operar em maio de 2013 até o mesmo mês de 2015, período que a empresa forneceu os dados para este artigo, ela ofereceu mais de 600 cursos, dados por 313 experts, em um total de mais de 5 mil horas de aulas transmitidas. A empresa tem mais de 2 milhões de alunos cadastrados e a plataforma foi visitada por 20 milhões de pessoas. Ela possui mais de 2 milhões de seguidores no Facebook e mais de 800 mil pessoas nas comunidades da Eduk. Segundo a consultoria Socialbakers, a empresa tem a segunda página de educação mais popular do Facebook no Brasil. Cerca de 87 % dos alunos são mulheres e 13%, homens. Eles têm de 25 a 44 anos. 70% deles veem os cursos pelo computador e os 30% restantes, pelo celular ou *tablet*.

As aulas têm formato audiovisual e algumas chegam a ser vistas por mais de 10 mil pessoas. Elas possuem entre 3 ou 4 blocos com média de 50 minutos cada um. A maioria dos cursos tem entre 2 e 3 dias de duração, são dados por 1 ou 2 especialistas (nomeados como autores pela Eduk) e contam com a presença de um apresentador (que a empresa chama de moderador). Em geral, existe 1 ou mais convidados no estúdio. Na parte técnica, um produtor, também chamado de moderador, e o diretor artístico acompanham o *chat* durante o curso e interagem com ele. Segundo a Eduk, 400 internautas estão, em média, no *chat* por curso. Ele “é o principal canal de comunicação entre o aluno e o professor durante o curso ao vivo. Através dele selecionamos as principais dúvidas dos alunos e também verificamos, em tempo real, a opinião deles sobre o curso e a qualidade da transmissão. Assim conseguimos fazer uma aula mais dinâmica e esclarecedora”, comenta Renan Cavalcanti, gerente de marketing do grupo.

Até julho de 2015, o modelo de negócios da empresa envolvia a transmissão gratuita do curso ao vivo e da *reprise*. Quem se interessasse em ter o conteúdo e o material complementar pagava, em média, 200 reais por curso. Em agosto de 2015, a empresa mudou o modelo, que continua a manter a exibição gratuita do ao vivo e da *reprise*, mas passou a oferecer uma assinatura anual com 3 tipos de plano. Quem adquire um curso recebe um certificado. Assim, a empresa passa a garantir um

relacionamento de longo prazo com cada aluno, o que fortalece os laços com a comunidade (RIFKIN, 2000).

### **O *chat* como canal de comunicação e de influência**

Neste trabalho, foram analisados 3 cursos de gastronomia (1 dia de cada) da Eduk. O primeiro deles foi “bolos clássicos mais vendidos” e foi dado pela *chef* e empresária Silvia Nicolau. O segundo analisado foi “churros e doces de barraquinha”, cujo autor foi o *chef* Fabiano Mayor. Já o de “pudins e cakes gourmet” foi oferecido pelo confeitiro Eduardo Beltrame e pela *chef* Janaína Barzanelli.

As aulas foram acompanhadas ao vivo e foram analisados os comentários de cada *chat*. O curso de “bolos” teve uma média de 1.000 internautas no *chat*; o de “pudins”, 800 e o de “churros” teve 450.

Para analisar o conteúdo das conversas foram estabelecidas 3 categorias: “cumprimentos”, “interação” e “reclamações”. Vale observar que apesar de todas estas categorias representarem formas de interação, optou-se por ter uma com este nome para retratar as trocas de mensagens onde os internautas respondiam imediatamente ao que era falado no curso ao vivo. Também foram incluídas, nesta rubrica, as dúvidas dos internautas, que muitas vezes eram esclarecidas pelos próprios alunos, além de elogios e agradecimentos.

Neste artigo mantivemos o texto como ele foi escrito pelos usuários, incluindo erros de português.

<b>Cumprimentos</b>			
	<b>Entrada na aula</b>	<b>Saída da aula</b>	<b>Total</b>
<b>Bolos</b>	46	8	54
<b>Churros</b>	37	9	46
<b>Pudins</b>	15	7	22

A análise de conteúdo do *chat* mostra que uma parcela dos alunos faz questão de se manifestar na hora que entra ou que sai dele. O número não é grande se comparado ao total de pessoas no *chat*, mas entre os que se manifestam vale ressaltar a comunicação em um tom informal e que denota uma relação de *quase amizade* com os outros internautas. As mensagens incluem observações sobre atrasos e dificuldades, como os exemplos a seguir:

“Oi povo do chat”.

‘Produção meus lindos... Boa tarde e eu amo vocês’.

“Ola boa tarde, ufffa vim correndo da fisioterapia pra pegar um pouco do curso!!! e mais tarde reprise”.

‘ “Boa tarde, hoje estou atrasada”.

“Bem pra quem fica boa tarde e otimo curso... eu tenho compromisso”.

“Bjs meninas ate amanha”.

“Falou pessoal, quem quiser só add lá no Facebook! Vou na Feira agora!”

A análise das mensagens revela uma sensação de proximidade entre os participantes do *chat*, o que é identificado no texto desta internauta que, além do curso ao vivo, assistiria a *reprise*: “até mais!!! Nos vemos a noite, grata”.

Interação			
	Entre alunos	Entre alunos e autor(es) apresentadora produtor Eduk	Total
<b>Bolos</b>	1.275	1.303	2.578
<b>Churros</b>	526	767	1.293
<b>Pudins</b>	373	457	830

No curso de “bolos” foi observada a presença não só de internautas brasileiros, mas também de outros da Alemanha, Estados Unidos, Suíça, México e do Peru. Aos 15 minutos da aula 1, a autora Silvia Nicolau comentou que “rede social é como se fosse formada por amigos”. Depois, ela pediu: “comunica com a gente que é bem bacana”. No começo da aula 3, ela reforçou que a opinião do internauta é muito importante para avaliar o trabalho. E os alunos no *chat* responderam ativamente com “#voltasilvia”. Em outro momento em que comentava sobre a necessidade do profissional cobrar do cliente no momento da encomenda, surgiu uma resposta instantânea: “já aconteceu comigo de eu falar assim e a pessoa mandar outra pessoa vir buscar sem o dinheiro, mandei e a pessoa não me pagou até hoje”. Silvia também pediu dicas de pessoas de outras regiões sobre alternativas de ingredientes para as receitas. Contabilizamos 25 retornos.

No *chat*, uma aluna comentou “Renatinha manda um beijão pra Silvia, to aqui grudada no curso e minha filha de 8 anos assistindo tb, o sonho dela é ser confeitadeira qdo crescer, ela fez um desenho lindo e super completo da Sílvia e toda bancada com utensílios e bolos!!”. A apresentadora (Renata) leu o comentário durante o programa ao vivo. Esta foi uma das 15 vezes que ela repassou comentários, elogios e dúvidas dos internautas. Nos outros cursos também houve grande interação entre alunos e os autores. No de “churros”, a apresentadora comentou 35 questões do *chat* e no de Pudins, outras 27.

Assim como Silvia, os demais autores conseguiram impactar o *chat*. Beltrame e Janaína, por exemplo, ao brincarem com possíveis nomes para os pudins, tiveram 34 retornos. Em uma outra parte do curso, eles se emocionaram porque era Dia dos Pais e ambos não tinham mais seus genitores. Novamente, as respostas foram instantâneas: foram 22, com frases como “chora não gente... eles estão olhando sempre por vcs... estão vivos nas suas memórias...”, “to aos prantos aqui” e “eu perdi minha mãe e avó no ano passado...”.

Se o *chat* responde ao que é dito pelos autores e moderadores, por outro lado, os cursos também são impactados pelo que é falado nele. Em uma parte do curso de “bolos” surgiram 36 mensagens no *chat* sobre a autora não está lembrando de tirar o

bolo do forno, como “Renata, socorro... o bolo no forno!” Alertada pelos alunos, a apresentadora começou a olhar na direção de Silvia, que disse: “tô vendo você esticar o pescoço, deve estar na hora de olhar o bolo”. E foi exatamente o que ela fez.

Nos outros cursos, observamos também o impacto do *chat* no andamento das aulas. No de “churros”, a apresentadora esqueceu de oferecer um dos doces que foram feitos para a convidada, uma prática corriqueira nas aulas. 186 mensagens circularam com críticas à “falta de educação da apresentadora” e com pedidos para que se lembrassem da convidada. “Minha vó sempre dizia visita come primeiro”. Também foram postadas *hashtags*, como “#dacomidapraconvidada” e “#visitacomeprimeiro”. Ao descobrir o que estava acontecendo, a moderadora ofereceu os churros. E no *chat* os alunos começaram a dizer “viu turma bastou a gente falar aki e eles se lembraram da convidada kkkkkk” e “até que enfim. Educação é fundamental. Eu não iria mais assistir. Agora continuarei”.

O impacto do *chat* não é apenas no que é falado nos cursos ou no comportamento de quem participa. No curso de “bolos”, alguns internautas reclamaram sobre o enquadramento de câmera, pedindo para verem a autora batendo a massa mais de perto (“pq essas câmeras monstam de longe?”). Logo após os pedidos e reclamações, foi feito um *zoom in* na cena.

Os internautas travam uma espécie de diálogo com os autores e apresentadores. Eles enviam mensagens como se estivessem falando diretamente com eles, como nos exemplos: “concordo Eduardo, falou tudo”, “é isso mesmo Beltrame. Vamos nos valorizar” e “oi Fabiano, tbm sou gordinha, eu sou assim só de ver eu ja engordo kkkk bjs pra vcs”.

Foram constatados momentos em que os alunos gostam de contar suas histórias pessoais, principalmente quando têm algum tipo de identificação com o autor, como “sabe que vi a historia da Silvia... que semelhante a minha... meu bolo de 15 anos tbm foi eu que fiz...só que parei no tempo e agora estou me atualizando com estes cursos maravilhosos”.

Nota-se ainda que os alunos se sentem seguros e livres para declararem medos e erros, como vemos nestas duas mensagens: “então eu não soube fazer” e “boa tarde



meninas, estou amando o curso, acho que vou mudar de profissão sim, pois amo confeitaria. Herdei da minha estou com um pouco de receio, pois já estou com 48 anos, será que é tarde pra começar?”

A interação entre os internautas do *chat* é muito grande. Ela girou em torno de 49% para o curso de “bolos”, de 42% para o de “churros” e de 44% para o de “pudins”. Esse percentual ganha ainda mais destaque ao observarmos que a interação restante foi entre mais de um destinatário (entre alunos e autor(es) ou apresentador ou produtor ou Eduk). Encontramos casos em que os alunos se ajudavam mutuamente, dispensando, assim, a necessidade de resposta por parte do autor. “Você lembrou de perguntar sobre o melhorador de farinha, me desculpe se você respondeu, como estou no trabalho tive que dar uma saidinha para atender o cliente”. A resposta foi instantânea: “ele respondeu dizendo que o melhorador de farinha não vai alterar em nada a receita e não precisa usar”. A interação é tão presente, que é possível fazer pedidos como este: “meninas, preciso buscar meu filho na escola, alguém pode mandar o passo a passo do próximo bolo pelo face, fazendo o favor”.

Detectou-se também possíveis tentativas de aproximar os encontros virtuais de outros físicos, como o que é revelado neste diálogo: “vc mora em qual bairro em ctba?”. As respostas foram dadas por 2 internautas: “moro no vista alegre” e “eu no alto boqueirao perto big xaxim”.

Na relação entre a comunidade do *chat* dos 3 cursos, encontramos 106 agradecimentos de um aluno para o outro, como: “de nada amore” e “eu que agradeço pelo carinho e pela compreensão”.

Quanto aos agradecimentos à Eduk, a equipe e aos autores, foram encontradas 180 mensagens, como “estou hospitalizada e me recuperando de uma pneumonia, entao acompanhando toda essa semana todos os cursos ao vivo, esse curso da silvia esta maravilhoso e com uma didatica otima... Ate me animou muito em meu restabelecimento... alem das enfermeiras aqui q cada uma q ve fica para ver um pouco... parabens eduk “.

Na análise do *chat*, fica evidenciada a necessidade do internauta ser ouvido com urgência. Quando ele não obtém resposta, exige: “gente! renata... porque

ninguém responde minhas perguntas!!!” E se realmente não consegue, repete a cobrança várias vezes e alguns digitam o texto com letras maiúsculas para chamar mais atenção: “MODERADOR SERA QUE VC PODE ME RESPONDER O QUE PERGUNTEI! AGORA”.

Identificou-se uma discussão em 4 mensagens: “voce não sabe nada pra falar mal da silvia”, “antipática é você. Só de pensar uma coisa dessas sobre alguém. Pré-julgamento!”, “o q foi... Briga no chat nem vi...” e “ gente, paz e amor”. Na primeira delas aparece a dificuldade de aceitar o *outro* que pensa diferente, uma característica comum às comunidades (Bauman, 2003).

Reclamações	
	Internet
<b>Bolos</b>	<b>170</b>
<b>Churros</b>	<b>26</b>
<b>Pudins</b>	<b>5</b>

A categoria “reclamações” foi criada com o objetivo de investigar problemas com a transmissão, que envolve desde questões técnicas da Eduk à qualidade de banda da internet. O número foi alto: 201 no total. Foram encontradas mensagens como “ Jesus, travou o trem !!!” e “meu DEUS que dia difícil so trava, é horrível”.

## Conclusão

No caso Eduk, observa-se que a tecnologia é um poderoso instrumento para a educação a distância e que democratiza o acesso de pessoas que não poderiam frequentar cursos presenciais, seja por questões financeiras ou geográficas. Mas como

foi apresentado na parte sobre reclamações, há ainda um longo percurso para melhorar a qualidade de transmissão de cursos *online* no Brasil.

Interessante ressaltar que alguns internautas que acompanham os cursos se autodenominam “Edukets”, o que reforça a ideia de formação de uma comunidade de interesses. Neste trabalho identificamos uma sensação de proximidade entre internautas e entre eles, os autores e a Eduk, que é manifestada, por exemplo, na *hashtag* #familiaeduk que é utilizada por alguns usuários. Em várias mensagens foi possível detectar que muitos alunos se transformaram em fãs, como é revelado em mensagens como “Oba!!!Oba!!! Mais um dia feliz com todos” e “a tarde fica ótima com vcs”.

Como queríamos demonstrar com a análise do *chat* dos 3 cursos fica evidente que eles garantem um importante *feedback* para a empresa e para os professores. Eles funcionam como uma espécie de termômetro que indica o que é bom ou ruim nas aulas, segundo a opinião de quem acessa os cursos. E este retorno baliza o conteúdo e influencia até enquadramentos de câmera. O *chat* é como uma conversa no fundo da sala, só que ao contrário do mundo físico, ela é bem-vinda e determina o fluxo de comunicação e da aula. O aluno é protagonista e sente que realmente faz parte do processo. Ele tem possibilidade ampla de interação, colaboração e troca de informações que ultrapassam, muitas vezes, o ambiente do próprio *chat*.

O *chat* influencia os cursos e também é influenciado pelas observações e comportamentos dos autores, moderadores e até mesmo dos convidados. Portanto, constatamos uma comunicação livre e horizontal neste ambiente.

## Referências bibliográficas

ALVES, Lucineia. Educação a distância: conceitos e história no Brasil e no mundo. In: *Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e a Distância*. v.10, p.83-92, 2011. Disponível em:

< [http://www.abed.org.br/revistacientifica/Revista\\_PDF\\_Doc/2011/Artigo\\_07.pdf](http://www.abed.org.br/revistacientifica/Revista_PDF_Doc/2011/Artigo_07.pdf)>  
Acesso em: 02 ago.2015.

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

\_\_\_\_\_; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.

LIMA, Galeno. Veja a evolução dos cursos de educação a distância, da correspondência ao computador. In: *Folha de S.Paulo*. São Paulo, 30 jul. de 2015. Disponível em < <http://www1.folha.uol.com.br/educacao/2015/07/1662162-prova-de-historia-a-evolucao-do-ensino-a-distancia-da-carta-ao-computador.shtml>>. Acesso em 05 ago. 2015

RIFKIN, Jeremy. *A era do acesso*. São Paulo: Makron Books, 2000.

SQUIRRA, S. (Org.) *Cibercoms: Tecnologias ubíquas, mídias pervasivas*. Porto Alegre: Buqui, 2012.

TAPSCOTT, Don. *A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos*. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

## **Viramundo:<sup>1</sup>**

Uma interpretação estruturalista das manifestações cognoscitivas através da semiótica

**Lucas Tavares<sup>2</sup>**

### **Resumo**

Este artigo busca as implicações dos processos cognitivos na *tradução intersemiótica* de um texto literário para um texto imagético. Em uma análise fenomenológica da *mediação fotográfica* em *Biografia Ilustrada de Geraldo Viramundo*, tradução de *O Grande Mentecapto*, observamos as particularidades semióticas que implicam na manutenção da verossimilhança narrativa. Nota-se a estreita relação existente entre os processos cognitivos na *faneroscopia* de Ch. S. Peirce e a teoria das *realidades e ficções na trama fotográfica* de Boris Kossoy. O entrelaçamento destes conceitos torna-se uma ferramenta cognitiva capaz de moldar uma *transposição intersemiótica* fiel, coesa e compositivamente harmônica, transformando o documento fotojornalístico na matéria-prima de uma *fotobiografia* ficcional.

### **Palavras-chave**

Tradução intersemiótica; fenomenologia; fotojornalismo; intermedialidade; narrativa fotográfica.

### **Introdução**

O título do presente artigo é um bom exemplo das licenças poéticas oferecidas por Fernando Sabino (2002), Autor de *O Grande Mentecapto*, para que sua *pesquisa e relato biográfico* de Geraldo Viramundo tivessem continuidade. A fim de proporcionar credibilidade à sua narrativa ficcional realista, Sabino adiciona uma bibliografia ao fim do romance. Dentre obras reais e ficcionais consta como último trabalho da lista "*Silviano Romano: Viramundo - uma Interpretação Estruturalista das Manifestações Cognoscitivas Através da Semiótica* (monografia)." (SABINO, 2002, p. 236). Em nota a esta edição, Sabino afirma que "na sua maioria as obras constantes

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 - Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Repórter fotográfico e pesquisador; mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCom/UFJF).



da Bibliografia sobre Viramundo, em homenagem a vários escritores mineiros, não passam de um desejo do autor de que elas realmente existissem" (Ibid. p. 248).

Logo, aqui prestamos uma singela homenagem a Fernando Sabino, materializando em um artigo a *monografia* que, um dia, o escritor mineiro desejou que existisse. Sobretudo, faz-se nosso intento empenhar uma análise semiótica e fenomenológica das mediações e interpretações, por parte do *agente tradutor*, sobre duas imagens que transpõem cenas de *O Grande Mentecapto* de seu texto verbal para um texto imagético, na forma de um *fotolivro*.

Esta reverência, no entanto, tem seu início com o Projeto de Dissertação intitulado *Biografia Ilustrada de Geraldo Viramundo: uma tradução intersemiótica de O Grande Mentecapto*<sup>3</sup>. Em nossa pesquisa, fazemos das teorias estruturalistas de Roman Jakobson (1977), acerca dos *aspectos linguísticos da tradução* (Ibid. p. 63), o cerne do nosso escopo teórico. Metodologicamente, definimos nosso empenho como uma *descrição fenomenológica e semioticamente orientada — baseada nas categorias de Peirce*<sup>4</sup> — da *mediação material* em duas imagens que traduzem cenas de *O Grande Mentecapto*.

### ***Tradução Intersemiótica: premissas teóricas***

Expoente do *estruturalismo linguístico*, Roman Jakobson (1977) define três *aspectos linguísticos da tradução*: a *intralingual* ou *reformulação* — que "consiste na interpretação dos signos verbais por meio de outros signos da mesma língua" —; a *tradução interlingual* ou *tradução propriamente dita* — *aspecto* que se manifesta "na interpretação dos signos verbais por meio de alguma outra língua" —; e a *tradução intersemiótica*, à qual direcionamos nossos esforços analíticos e que "consiste na interpretação dos signos verbais por meio de sistemas de signos não-verbais" (Ibid. p.

<sup>3</sup> Dissertação em curso, desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCom/UFJF).

<sup>4</sup> Metodologia inspirada em artigo de F. Merrell e J. Queiroz (2008, p. 290), no qual os autores empenham uma "[...] 'descrição fenomenológica e semioticamente orientada' de Borges, baseada nas categorias de Peirce".

64 et. seq.), definição precisa daquilo que é empenhado em *Biografia Ilustrada de Geraldo Viramundo*.

Desdobramentos contemporâneos das reflexões linguístico-estruturalistas de R. Jakobson somam algumas idiossincrasias à sua definição. Julio Plaza (2010) denota a *tradução intersemiótica* como operada por processos semióticos; estes, por sua vez, caracterizam *processos multi-estruturados* em relações semióticas e icônicas (QUEIROZ; EL-HANI, 2006). É, ainda, classificado como "um fenômeno cognitivo, uma vez que requisita do tradutor diversas e complexas atividades cognitivas" (STEINER; HANSEN *apud* QUEIROZ; AGUIAR, 2010, p. 2). Trata-se, do mesmo modo — no contexto daquilo que Claus Clüver (2011) denomina *estudos intermediáticos* ou *interartes* — de um fenômeno de transculturação que pode ser analisado sob o viés contextual-temporâneo, uma vez que se apresenta sempre como um processo datado e situado em seu tempo.

### **Da biografia à fotobiografia: as *licenças poéticas* concedidas por F. Sabino e a manutenção da verossimilhança narrativa**

Em *O Grande Mentecapto*, Fernando Sabino assume o papel de um jornalista investigativo, um *biógrafo* obstinado na pesquisa dos meandros da vida e das andanças de seu biografado pelas Minas Gerais. O romance é permeado por *efeitos de real* (BARTHES, 2002): os cenários são cidades mineiras existentes, com locações minuciosamente descritas; há notas de rodapé nas quais o escritor detalha nuances de sua busca; além da *bibliografia* na qual se contam obras reais e ficcionais, mencionada na introdução deste artigo, Sabino elabora um *epílogo* no qual detalha o destino dos personagens que cruzaram o caminho do *mentecapto*.

O protagonista também contracenava com personagens ilustres de nossa história real. Um dos exemplos se dá quando o *biógrafo* *ouve falar* que Viramundo teria deixado a cidade de Leopoldina e ido para Cataguases. Temendo que o estivessem confundindo com Rosário Fusco, Sabino decide *consultar diretamente* o notório romancista mineiro, que *o respondeu rindo*: "Conheci Viramundo muito bem, mas

não te conto nada, pois minha grande aspiração é um dia escrever sobre ele." (SABINO, 2002, p. 178).

Na contramão do egoísmo de Rosário Fusco se dá o altruísmo de Fernando Sabino. Ao introduzir o quarto capítulo<sup>5</sup> de *O Grande Mentecapto*, o Autor deixa claro seu desprendimento quanto ao *furo jornalístico/biográfico* e faz um breve relato do caminho que levou Geraldo Viramundo de Ouro Preto ao Campo das Vertentes, região mineira que abriga Barbacena:

Tantas e tais coisas lhe aconteceram pelo caminho, que só elas, devidamente narradas, dariam outro relato de sua vida, tão extenso como este em que me empenho. Deixo a biógrafos mais bem-dotados uma oportunidade de completar o meu trabalho, metendo-se nos meandros que de passagem vão ficando inexplorados, como os que aqui se referem aos caminhos e descaminhos de Viramundo de Ouro Preto a Barbacena e tudo que de estranho lhe aconteceu. Faço mais: forneço dados para pesquisas, referindo-me a certos episódios desse tempo, como o da cabra que Viramundo encontrou numa gruta onde veio a se abrigar; o do caminhão enguiçado que Viramundo fez funcionar; o do lenhador que chorava por ter perdido sua medalhinha e que Viramundo consolou; o da mulher prenhe de doze meses cujo filho, Viramundo, por um expediente bem-sucedido, logrou que nascesse. E outros mais. (SABINO, 2002, p. 80 *et seq.*).

Rejeitamos, sem qualquer falsa modéstia, o título de *biógrafo mais bem-dotado* para dar continuidade à *investigação* de F. Sabino. No entanto, é este altruísmo por parte do Autor — tomado como uma *licença poética* por ele concedida — que motiva a *tradução intersemiótica* que empenhamos, a ser materializada na forma de um *fotolivro*. Esta liberdade ofertada nos levou a *descobrir* uma particularidade nos hábitos do nosso *grande mentecapto*: um *hobby* por ele mantido, *desconhecido* por seu primeiro *biógrafo*<sup>6</sup> e que compõe a engrenagem da narrativa fotoliterária em *Biografia Ilustrada de Geraldo Viramundo*: a prática da *cianotipia*.

Em nossas *pesquisas* acerca dos meandros inexplorados da biografia iniciada há quase sete décadas, *descobrimos* que, durante sua estada no seminário na cidade de

<sup>5</sup> Capítulo IV: "*De como Viramundo colheu rosas e espinhos em Barbacena, indo parar no hospício de onde logrou fugir, graças a uma treta bem-sucedida, e acabou candidato a prefeito da cidade.*" (SABINO, 2002, p. 80).

<sup>6</sup> Tal desconhecimento é devidamente justificado: "Não disponho de nenhum dado sobre o período da vida de Geraldo Viramundo no seminário. E isso é tanto mais lamentável, quanto se sabe que esse período foi de fundamental importância para seu destino." (SABINO, 2002, p. 31).

Mariana, um colega seminarista o iniciou na paixão pela fotografia, em particular pelos *cianótipos* (as imagens-produto da *cianotipia*).

A escolha desta *modalidade material da mídia* fotográfica (ELLESTRÖM, 2009) tem sua justificativa embasada e centrada na manutenção da verossimilhança narrativa. A *cianotipia* é uma técnica fotográfica simples, que lança mão de suportes banais (por exemplo, pepéis do tipo *Canson*, de alta gramatura), fotossensibilizados por meio do produto da reação de dois compostos químicos: o *ferrocianeto de potássio* e o *nitrato férrico amoniacal* (a solução aquosa que contém os reagentes é pincelada sobre o papel, de modo a cobrir a área que se pretende sensibilizar).

Por se basear em sais de ferro encontrados com relativa facilidade no mercado de manipulação química e denotando grande rendimento (apenas 50 ml da solução são suficientes para fotossensibilizar, ao menos, dez metros quadrados de papel)<sup>7</sup>, este processo fotográfico oitocentista se apresenta como a *modalidade material* mais adequada para ilustrar e justificar a prática fotográfica por parte de um simples andarilho mentecapto — de um mendigo, na acepção popular da *persona*. Contudo, um *viramundo* letrado, fluente no latim, possuidor de invejável repertório literário e cultural. Sobretudo, não obstante que Geraldo Viramundo deixasse "transparecer logo à primeira vista as precárias condições de seu estado mental" (SABINO, 2002, p. 86), ele possuía plenas *faculdades cognitivas* para operar sua *Rolleiflex Automat*<sup>8</sup>, ano 1938, e manusear os negativos nela usados, dos quais derivam os *cianótipos* que encontramos ao dar prosseguimento ao empenho biográfico de Sabino. Imagens mediadas pelo agente tradutor a fim de tornarem-se *criaturas* de Geraldo Viramundo, *cianótipos por ele revelados*, os quais ilustram sua *fotobiografia*<sup>9</sup>.

<sup>7</sup> Note-se que esta é uma conclusão empírica de nossa parte, por meio da prática cotidiana do processo.

<sup>8</sup> Câmera de fabricação alemã, cujos negativos de médio formato são a base para a produção dos cianótipos.

<sup>9</sup> Importante destacar que, como observado por F. Sabino (2002), Viramundo não aceitava qualquer espécie de esmolas, limitando seu assentimento a refeições cedidas por terceiros. Em nossa *pesquisa biográfica* descobrimos que esta exceção se estendia a papéis, negativos fotográficos e, nos raros momentos de escassez, aos componentes químicos necessários à *cianotipia*. Todos devidamente merecidos por meio de algum favor prestado por Viramundo, pelo escambo de alguns de seus *cianótipos*, ou simplesmente pela empatia que o *mentecapto* despertava naqueles que tiveram o privilégio de *conhecê-lo*.

## ***A faneroscopia de Charles Sanders Peirce e os processos cognitivos na tradução intersemiótica***

Floyd Merrell e João Queiroz (2008), ao citar trechos dos manuscritos de Ch. S. Peirce, apresentam uma definição coesa de seu conceito de fenomenologia — ou *faneroscopia*, como o lógico-matemático norte-americano preferiu chamá-la:

A fenomenologia [...] é uma ciência “ocupada com os elementos formais do fâneron”, o “total coletivo de tudo o que está, de qualquer modo, ou em qualquer sentido, presente à mente, sem consideração sobre se corresponde a algo real ou não”. Sua tarefa é prover um catálogo dos elementos mentais. Sua principal questão é: quais os “elementos indecomponíveis” encontrados no fâneron? (PEIRCE *apud* MERRELL; QUEIROZ, 2008, p. 288).

Na sistematização que denominou *categorias cenopitagóricas* (CP 8.328), Ch. S. Peirce secciona as experiências em três níveis: *experiências monádicas*, ou *simples*; *experiências diádicas*, ou *recorrências*; *experiências triádicas*, ou *compreensões* (MERRELL; QUEIROZ, *loc. cit.*). Tais níveis são relacionados, respectivamente, às noções peirceanas de *Primeiridade*, *Secundidade* e *Terceiridade*. Estas, por sua vez, conectam-se às três formas de consciência estabelecidas por Peirce (CP 7.551): respectivamente, *Feeling (Primesense)*, *Sentido de Alteridade (Altersense)* e *Sentido de mediação (Medisense)*.

Observemos as fotografias alvo de nossa análise em suas versões originais, concebidas por motivações alheias à *tradução intersemiótica* de *O Grande Mentecapto*. A *Figura 1* faz parte de uma série fotográfica primordialmente executada no intuito de ilustrar uma reportagem do jornal *Tribuna de Minas* (ROCHA; TAVARES, 2011), a qual aborda a ocupação do maior latifúndio da Zona da Mata Mineira por parte do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST), suas implicações e o cotidiano dos ocupantes. A *Figura 2* teve sua motivação primordial em uma reportagem da revista *O Cruzeiro* — muito embora a fonte pela qual tivemos acesso a essa imagem não tenha sido o extinto periódico: ela ilustra o livro-reportagem *Holocausto Brasileiro*, no qual Daniela Arbex (2013) relata os horrores ocorridos no



Hospital Colônia de Barbacena, registrados pelas lentes do repórter fotográfico Luiz Alfredo no ano de 1961.



Figura 1



Figura 2

É fundamental que afirmemos o postulado de que não há *Terceiridade* sem *Secundidade*, e que esta, por sua vez, não prescinde da *Primeiridade* para existir: elas denotam uma interdependência que não pode ser decomposta em relações mais simples.

É axiomático, portanto, que as duas primeiras categorias fenomenológicas de Peirce integram o nosso — e qualquer outro — *sistema de tradução*. Não é possível, todavia, mapearmos com exatidão o momento em que este processo as tange.

A *Primeiridade* é associada ao *Feeling*, ou seja, ao "conteúdo momentaneamente presente da consciência em sua simplicidade pristina, à parte qualquer outra coisa. É a consciência em seu primeiro estágio" (CP 7.551). Suponhamos, hipoteticamente, que esta categoria, por ser concebida como uma *superposição de possibilidades* (MERRELL; QUEIROZ, 2008, p. 290), se dá no momento do encontro casual das imagens escolhidas. Esta hipótese é prontamente refutada: segundo Peirce, a *Primeiridade* indica "uma instância da consciência que não envolve qualquer análise, comparação ou qualquer processo" (CP 1.306). Ora, há uma premissa que permeia nossa busca por *imagens tradutoras*. Ainda que sejam encontradas por meio do acaso, instantaneamente associamos as particularidades

dessas imagens à finalidade proposta e traçamos possibilidades tradutórias da fotografia em questão sobre o texto verbal. Distante da ideia de propósito, o *Primesense* abrange experiências vagas e indeterminadas da *qualidade* das coisas (MERRELL; QUEIROZ, 2008, p. 288). Esta categoria se manifesta, por exemplo, na alienação do mundo físico, na formação de imagens mentais e na multiplicidade de tempos e espaços possíveis (Ibid. p. 290 et seq.).

Logo, reconhecemos que a *Primeiridade* exemplifica a fundação exordial do processo cognitivo; se manifesta em uma fração de milésimos de segundo, no exato instante que antecede o acesso ao consciente; prescinde das *sinapses*<sup>10</sup> que conectam os estímulos aos quais o indivíduo é submetido até o acesso ao seu *repertório*, o qual é amalhado no decorrer de suas experiências pregressas.

Ao contrário da abstração material inerente à *Primeiridade*, na *Secundidade* nos damos conta "do mundo físico, independente dele. Se *Primesense* é independência e autonomia, o *Altersense* é tipificado pela reação com outra coisa" (Ibid. p. 291 et seq.). Porém, tal qual a categoria que a antecede, a *Secundidade* também não concerne ao momento em que se deu o encontro casual das imagens: ela representa "uma idéia de esforço, prescindido da idéia de propósito" (CP 8.330) — e nossos propósitos são cognitivamente tangíveis em qualquer momento do processo de *tradução*, seja na busca premeditada ou no encontro fortuito das fotografias.

Como, para Peirce, é “impossível resolver tudo em nossos pensamentos por meio destes dois elementos” – Primeiridade e Secundidade – é necessário um terceiro. Se a Secundidade é caracterizada pela reação, a Terceiridade é a categoria da inteligência. Muitas propriedades são usadas para descrevê-la: processo, generalização, persistência, duração, mediação, e hábito são as mais mencionadas. A terceiridade pode ser observada nas “exemplificações regulares”, na persistência regular, no tempo. (MERRELL; QUEIROZ, 2008, p. 290).

Constatamos, portanto, que o processo de interpretação e desenvolvimento da *tradução intersemiótica* de *O Grande Mentecapto* para a narrativa fotoliterária está

<sup>10</sup> Sinapse é o processo de conexão entre os neurônios cerebrais, por meio do qual se dá a construção de sentido: "Essa integração consiste em estabelecer uma nova conexão, isso significa *aprender*. Esse novo conhecimento passa a constituir conhecimento prévio para o processamento do resto do texto." (POERSCH, 2001, p. 406).

inserido na *Terceiridade*, uma vez que "as relações de mediação são aquelas que caracterizam com maior precisão esta categoria" (*Ibid.* p. 289).

A *mediação* aqui observada consiste na transmutação das fotografias originais (*Figuras 1 e 2*) em *cianótipos* (*Figuras 3 e 4*). Os processos cognitivos propriamente ditos, inerentes à *tradução intersemiótica* (STEINER; HANSEN *apud* QUEIROZ; AGUIAR, 2010), são plenamente observáveis a partir desta *transposição*.



**Figura 3**



**Figura 4**

A constatação de que há mediação entre a *imagem-fonte* e a *imagem-alvo*, por si só, nos permite situar este momento do processo de *tradução* no contexto da *Terceiridade*, uma vez que esta, "no sentido de categoria, é o mesmo que mediação" (CP 1.328).

Se a Primeiridade está associada ao presente, às "possibilidades", e a Secundidade está associada ao passado, e é o produto de ocorrências, o limite das possibilidades em sua atualização, a Terceiridade está associada ao futuro, à idéia de processo e crescimento. (MERRELL; QUEIROZ, 2008, p. 293).

A *Terceiridade* também inclui as noções de "*transformação, evolução e crescimento vital*" (*Ibid.* p. 289). Estes termos, é válido esclarecer, não se reportam à ideia de *melhoria* ou *aprimoramento*; eles remetem à noção de *desenvolvimento de um processo*, sem qualquer inferência de natureza qualitativa.

A *mediação* requer um terceiro: a relação das *imagens-fonte* com as *imagens-alvo* não se dá por uma conexão direta. Os *cianótipos* são criados à partir das fotografias originais digitalizadas, mas esta *transposição* é *mediada* pela representação de um texto literário — o romance de F. Sabino (2002).

Este se passa num tempo longínquo, que não é precisamente datado pelo *biógrafo*. Sabino, no entanto, nos dá subsídios para situarmos a história relatada entre 1912 e 1945. Ao transpor fotografias em *cianótipos*, como já foi dito, visamos a manutenção da verossimilhança narrativa da *tradução intersemiótica* proposta. Além das particularidades técnicas da cianotipia, que também embasam esta verossimilhança e das quais cuidamos anteriormente, o caráter das imagens em tons de *azul da prússia*, por si só, ameaha implicações cognitivas fundamentais para a narrativa em questão. Ele possibilita que a imagem fotográfica *volte no tempo*, que a cena nela retratada salte de um ponto a outro, anterior na linha evolutiva da mídia fotográfica.

Quais seriam, portanto, as particularidades semióticas — e consequentemente cognitivas — responsáveis pela *volta do tempo na fotografia* quando de sua transposição em um *cianótipo*? Ch. S. Peirce apresenta-nos duas das propriedades dos *signos* presentes no *ícone* imagem fotográfica:

Desde que o signo não é idêntico à coisa significada, mas difere desta em alguns aspectos, ele claramente deve ter características que remetem àquilo que deseja significar, e que nada tem a ver com sua função representativa. A isto eu chamo de qualidades *materiais* do signo. (CP 5.287).

É esta primeira propriedade, a *qualidade material* do signo, aquela que, cognitivamente, nos permite perceber, nas fotografias (*Figuras 1 e 2*), o caráter de aparente reprodução fiel da realidade; por outro lado, nos *cianótipos* (*Figuras 3 e 4*), nos propicia, para além do sentimento de *volta no tempo*, o aspecto lúdico e um mais claro discernimento das *ficções* que podem se dar na *trama fotográfica* (KOSSOY, 1999). Ainda assim, a *cianotipia* não nos desvencilha completamente da tentação à percepção da realidade no *ícone* fotográfico, uma vez que esta técnica produz fotogramas estáveis e altamente detalhados (LUKITSCH, 2012).



A *transposição* da fotografia digital para o *cianótipo*, que modifica a *qualidade material* do *signo icônico* na fotografia, é um processo cognitivo imprescindível para a verossimilhança narrativa em *Biografia Ilustrada de Geraldo Viramundo*; está inserida no "*processo de construção da interpretação*, isto é, a produção da obra fotográfica propriamente dita, por parte do fotógrafo" (KOSSOY, 1999, p. 41). Sobretudo, a *qualidade material* do signo interfere cognitivamente naquilo que Boris Kossoy denomina *segunda realidade*, ou seja,

[...] a realidade fotográfica do *documento*, referência sempre presente de um passado inacessível. Toda e qualquer fotografia que vemos, seja o artefato fotográfico original obtido na época em que foi produzido, seja a imagem dele reproduzida sobre outro suporte ou meio (fotográfico, impresso sob diferentes formas, eletrônico etc.), será sempre uma *segunda realidade*. (KOSSOY, 1999, p. 37).

O câmbio da *qualidade material* das imagens que compõem o *fotolivro* que traduz *O Grande Mentecapto* é uma operação sobre o signo fotográfico que representa, no sentido da *Terceiridade* peirceana, "cognições mediadas que são Conhecimentos através de alguma ideia ou processo" (CP 7.544). Como observado por Merrell e Queiroz (2008, p. 293), "uma representação, por exemplo, faz a mediação entre o objeto semiótico e a interpretação produzida por ele".

O *tradutor*, aqui, tem plena consciência dessa *mediação* e de seu papel no *processo de construção da interpretação* (KOSSOY, 1999). E ele vai além, uma vez que as particularidades sígnicas de cada fotografia transposta são *mediadas* pelo signo verbal em Sabino (2002). Os detalhes presentes nas imagens, observados no seu todo, devem concatenar estes signos verbais que, por sua vez, remetem a coisas, objetos; nas palavras de Peirce, este signo "deve ser suscetível de ser conectado (não pela razão, mas realmente) com outro signo deste mesmo objeto, ou com o próprio objeto" (CP 5.287). É neste momento que constatamos a segunda das propriedades determinadas por Ch. S. Peirce, que, ao lado da *qualidade material* do signo, teoriza a verossimilhança de nossa *tradução intersemiótica*.

A utilidade de alguns signos [...] consiste inteiramente nestes serem realmente conectados com a mesma variedade de coisas que eles significam. No caso de uma imagem na qual a conexão não é tão evidente, existe um poder de associação que conecta a imagem com o signo-mental



que a rotula. Este real, conexão física de um signo com seu objeto, seja imediatamente ou por sua conexão com outro signo, eu chamo de *pura aplicação demonstrativa* do signo. (CP 5.287).

Enquanto é na *qualidade material*, no que concerne aos *cianótipos* que compõem *Biografia Ilustrada de Geraldo Viramundo*, que reside a manutenção da verossimilhança temporal, é na *aplicação demonstrativa* do signo que residem as interpretações particulares dos signos verbais em *O Grande Mentecapto*; as *transposições* das cenas, dos acontecimentos, das personagens; a "interpretação dos signos verbais por meio de sistemas de signos não-verbais"; a *tradução intersemiótica*, enfim (JAKOBSON, 1977, p. 65).

Mais do que a *mediação fotografia digital—cianótipo*, comparando as *Figuras 1* e *2* com suas respectivas *transposições* (*Figuras 3 e 4*), observam-se manipulações pelas quais o *tradutor* altera particularidades da imagem. Este é um fenômeno característico da *Terceiridade*: o "domínio do desenvolvimento dos signos, do processo da *semiose*, da produção das interpretações" (MERRELL; QUEIROZ, 2008, p. 293). É neste momento que observamos a estreita relação da *aplicação demonstrativa* do signo (CP 5.287) com a *primeira realidade* da imagem fotográfica, aquela que é

[...] o próprio passado [...], a *história particular do assunto* [...] no momento do ato do registro. É também a realidade das ações e técnicas levadas a efeito pelo fotógrafo diante do tema — fatos estes que ocorrem ao longo do seu *processo de criação* — e que culminam com a gravação da aparência do assunto sobre um suporte fotossensível e o devido processamento da imagem, em determinado *espaço e tempo*. São estes, fatos fotográficos diretamente conectados ao real. (KOSSOY, 1999, p. 36).

Do mesmo modo que a manipulação da *qualidade material* do signo molda a interpretação temporal do *tradutor*, é pelo *desenvolvimento mediado* da *aplicação demonstrativa* desse mesmo signo que a *primeira realidade* da imagem fotográfica é modificada. A *verdade* do documento é moldada à medida que se dão os processos cognitivos que possibilitam que o *agente tradutor* associe os signos imagéticos nas fotografias encontradas com os signos verbais em F. Sabino (2002).

É na observação dessa *manipulação mediada*, típica da *Terceiridade* peirceana, que constatamos as *manifestações cognoscitivas* (SABINO, 2002; CP 4.354) na

moldagem da "história que qualquer imagem fotográfica contém em si" (KOSSOY, 1999, p. 36); a criação de uma *nova realidade interior* da imagem, "abrangente e complexa, invisível fotograficamente e inacessível fisicamente e que se confunde com a *primeira realidade* em que se originou" (*loc. cit.*). Uma *outra verdade* de uma mesma imagem, colocando em xeque o caráter de espelho fiel da realidade e prova incontestável de um acontecimento que costumeiramente caracteriza o documento fotojornalístico.

### Considerações finais

Há uma associação premente de qualquer fotografia que passe às vistas do *agente tradutor* com seu potencial imagético de tradução verbal. Logo, os momentos que concernem à *Primeiridade* e à *Secundidade* são abstratos em nosso processo intermediático: as duas primeiras *categorias cenopitagóricas* de Peirce (CP 8.328) não concernem às noções de propósito, intenção e, tampouco, mediação.

Mais do que a premissa que rege o encontro — casual ou não — dessas imagens, o *tradutor* tem plena pré-consciência das possibilidades narrativas da *trama fotográfica* e de suas potenciais *realidades e ficções*. É essa consciência que atua como catalisador das manifestações cognitivas inerentes à mediação entre os signos verbais em *O Grande Mentecapto* e os signos não verbais em *Biografia Ilustrada de Geraldo Viramundo*.

Sobretudo, por se tratar de fotografias cujas representações pristinas possuem caráter jornalístico e informativo, a abstração à *realidade* (característica da *Primeiridade*) e a *resistência* a esse *real*, prescindindo da ideia de propósito (característica da *Secundidade*), são parte integrante dos processos cognitivos na *tradução*. Isto não é nenhuma descoberta: já reafirmamos que a *Terceiridade* não prescinde das duas primeiras categorias para existir. Dá-se, no entanto, que, ao associarmos a teoria das múltiplas *ficções e realidades na trama* (e na imagem) *fotográfica* à nossa análise fenomenológico-semiótica, conseguimos situar o *Primesense* e o *Altersense* em um plano menos abstrato da mediação observada.

Para Peirce, os objetos, atos e acontecimentos possíveis [típicos da *Primeiridade*] não são menos 'reais' do que os objetos, atos e acontecimentos do mundo físico [típicos da *Secundidade*]. Podem parecer incompatíveis, por isto, as duas categorias, mas não são. (MERRELL; QUEIROZ, 2008, p. 292).

Estas múltiplas possibilidades de *verdade* contidas nos signos que compõem a *segunda realidade da imagem fotográfica* e as inúmeras possíveis interpretações subsequentes de sua *primeira realidade* (KOSSOY, 1999) são a engrenagem central dos processos cognitivos por parte do *agente tradutor*. É neste momento que a subjetividade presente em toda sorte de gêneros fotográficos aflora.

Além de assumir uma função vital no processo de *tradução*, sendo o molde para a produção dos *cianótipos* (*Figuras 3 e 4*), o digital traz severas implicações para o caráter da imagem e para os propósitos intermediáticos e narrativos em questão: se um dia o caráter subjetivo da fotografia foi absolutamente negado, hoje "a imagem eletrônica é a que menos manifesta vocação para o documento ou para o 'realismo' fotográfico" (MACHADO, 2005, p. 313) — seja uma imagem originalmente digital (*Figura 1*), seja uma fotografia analógica digitalizada (*Figura 2*).

Sobretudo, a fotografia eletrônica pressupõe "uma arte da relação, do sentido, e não simplesmente do olhar ou da ilusão" (*loc. cit.*), apresentando-se como uma *modalidade material* da mídia fotográfica *cognitivamente adequada* para a *tradução* proposta: origina imagens aparentemente reais que tendem à ficção, mediadas para representar, intersemióticamente, uma ficção que pende para a realidade.

## Referências bibliográficas

- ARBEX, Daniela. *Holocausto Brasileiro*. São Paulo: Geração Editorial, 2013.
- BARTHES, Roland. El Efecto de lo Real. In: *Realismo ¿Mito, doctrina o tendencia histórica?* Coletânea. Argentina: Ed.Lunaria, 2002.
- CLÜVER, Claus. Intermedialidade. In: *Revista Pós*, v. 1, n. 2, p. 8-23. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2011.

ELLESTRÖM, Lars. The modalities of media. A model for understanding intermedial relations. In: ELLESTRÖM, Lars (Org.). *Media borders, multimodality, and intermediality*. [2009.] p. 4-33.

JAKOBSON, Roman. *Linguística e comunicação*. Tradução: Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. São Paulo: Cultrix, 1977.

KOSSOY, Boris. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. Cotia: Ateliê Editorial, 1999.

LUKITSH, Joanne. O nascimento da fotografia. In: HACKING, Juliet (org.). *Tudo sobre fotografia*. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

MACHADO, Arlindo. A fotografia sob o impacto da eletrônica. In: SAMAIN, Etienne (Org.). **O fotográfico**. 2. ed. São Paulo: Editora Hucitec; São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

MERRELL, Floyd; QUEIROZ, João. Borges e as categorias lógico-fenomenológicas de Peirce. In: Revista *Alea*, vol. 10, n. 2. Rio de Janeiro, jul/dez. 2008.

PEIRCE, C. S. *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Electronic edition reproducing Vols. I–VI ed. C. Hartshorne & P. Weiss [Cambridge, MA: Harvard University Press, 1931–1935], Vols. VII–VIII ed. A. W. Burks [same publisher, 1958]. CP (seguido pelo número do volume e parágrafo).

PLAZA, Julio. *Tradução intersemiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2010.

POERSCH, J. M. A leitura como fonte de saber lingüístico: processos cognitivos. In: *Letras de Hoje*, vol. 36, n. 3, p. 401-407. Porto Alegre, set. 2001.

QUEIROZ, J.; AGUIAR, D. *Tradução intersemiótica: ação do signo e estruturalismo hierárquico*. In: *Lumina*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação — Facom-UFJF. vol. 4, n. 1, jun. 2010. Disponível em: <http://lumina.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/search> Acesso em: 12 ago. 2015.

QUEIROZ, J. & EL-HANI, C. 2006. Semiosis as an emergent process. In: *Transaction of C. S. Peirce Society* 42 (1): 78-116. Disponível em: <http://www.dca.fee.unicamp.br/projects> Acesso em: 12 ago. 2015.

ROCHA, Hélio; TAVARES, Lucas. MST diz que situação de penúria levou a retomada de terra. In: *Tribuna de Minas*, Juiz de Fora, p. 3 e 4, 7 de set. 2011.

SABINO, Fernando. *O Grande Mentecapto*. 62. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

## **Narrativas transmidiáticas e ARGs:<sup>1</sup>** uma análise da série social *Inside*

Mariana Castro Dias<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este trabalho busca analisar sob a perspectiva das narrativas transmidiáticas a série social *Inside*, produzida em parceria pela Intel e pela Toshiba. O formato da série segue a estrutura dos ARGs (*alternate reality games*), mistos de narrativa e jogo que se desenvolvem tanto no meio digital quanto no físico, levando ficção para os dispositivos que as pessoas utilizam cotidianamente como meios de comunicação.

### **Palavras-chave**

narrativas transmidiáticas; transmedia storytelling; ARGs; *Inside* series; advertainment.

### **Corpo do artigo**

*Inside* foi a primeira série social *online* produzida pela agência Pereira & O'Dell, em uma parceria entre a Intel e a Toshiba (2011). Um *thriller* de suspense e ação, com duração de 11 dias, em que a audiência interagiu com a narrativa para ajudar a protagonista, Christina, a sair do cativeiro. O sucesso da experiência com o público-alvo da campanha, jovens entre 18 e 24 anos, obcecados pela *Apple*, e a repercussão midiática, que trouxe uma imagem mais “descolada” para as marcas, motivaram o desenvolvimentos de outras séries.

O projeto contou com uma websérie, produzida com qualidade de filme hollywoodiano e publicada no *youtube* e com plataformas de redes sociais, como o *facebook* e o *twitter*, por onde Christina e o público se comunicavam. É interessante

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 - Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC-Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social pela PUC-Rio



notar que a escolha das redes sociais levou em consideração as mídias que seu público já usava. A plataforma principal, que serviu para unir todos os conteúdos, foi o *facebook*, justificando a denominação sugerida pelos próprios criadores de *online social film*. Lá era possível ver todos os conteúdos publicados, majoritariamente os episódios da série compartilhados do *youtube*, que funcionavam como a narrativa central, *posts* de outros meios, como o *twitter*, e os comentários e diálogos de fãs.

A produção de conteúdo tem se mostrado uma estratégia interessante para marcas em um cenário hipersaturado de informações. A publicidade tradicional, que interrompe o conteúdo para promover seus produtos e serviços, encontra-se em crise. O investimento para alcançar consumidores em algum momento de seu cotidiano agitado é alto, e a chance de ocuparem um lugar em sua mente sem oferecer conteúdo relevante para eles é baixíssima. O desenvolvimento de narrativas por marcas entra como uma estratégia capaz de despertar o interesse do público, que passa, ele mesmo, a buscar pelo conteúdo criado, invertendo, assim, o fluxo da comunicação. Nesses casos, esse conteúdo de marca se equipara aos produtos de entretenimento gerados por produtoras de ficção.

Segundo o pesquisador norte-americano Henry Jenkins, os consumidores imersos no que denomina cultura da convergência, possuem um comportamento migratório nos meios de comunicação e vão a qualquer ambiente para buscar as experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009a)

Jenkins não pensa convergência como uma questão tecnológica, mas sim cultural, baseando-a em três pilares. O primeiro é a convergência dos meios, que corresponde ao panorama empresarial, de empresas organizadas em grandes conglomerados de indústrias, que atuam em diferentes segmentos, como televisivo, editorial, internet e, sendo assim, é economicamente interessante para elas que seus produtos se expandam através de suas várias plataformas. O segundo pilar é a cultura participativa, em que os fãs estão motivados a participarem da produção e circulação de conteúdos. A participação não é nenhuma novidade, mas os mecanismos da *web 2.0*, permitiram uma maior visibilidade, aumentaram a voz e o poder do consumidor, seu poder de indicação de conteúdos, além de terem propiciado uma diminuição nas

mediações entre produtores e consumidores e desses últimos entre si. O terceiro pilar é a inteligência coletiva, termo de Pierre Levy, que se refere às estruturas sociais que permitem a produção e circulação de conhecimento em uma sociedade em rede, onde as pessoas trocam *expertises* para a resolução de problemas de modo conjunto. A grande quantidade de informação torna quase impossível que uma única pessoa domine todo um conteúdo. Esse fenômeno foi denominado por Janet Murray como conhecimento enciclopédico. (JENKINS, 2009a)

Jenkins considera as narrativas transmidiáticas como a estética ideal da cultura da convergência, pois se temos várias mídias para contar uma história, porque não fazer isso de modo a expandir conteúdo? A expansão de conteúdo é o que diferencia narrativa transmidiática de um *franchising* tradicional, em que o mesmo conteúdo era adaptado para diferentes mídias. (JENKINS, 2009a)

O autor define narrativa transmidiática como

... o processo em que os elementos que integram uma ficção são dispersados sistematicamente, através de múltiplas plataformas, com o propósito de criar uma experiência de entretenimento única e coordenada. Idealmente, cada meio deve oferecer sua contribuição para o desdobramento da história.<sup>3</sup> (JENKINS, 2011, n.p.)

Muitas das primeiras campanhas transmidiáticas eram, na verdade, ARGs, assim como foi a campanha *Inside*, da Intel e da Toshiba. Há divergências entre autores se um ARG de fato pode ser considerado uma narrativa transmidiática.

Um ARG é um jogo de realidade alternada, uma experiência narrativa social. Em geral, são usadas as mesmas mídias do cotidiano, tais como e-mail, telefone, mensagens de texto, redes sociais, e a forma com que as mensagens são enviadas traz a sensação de que a história está acontecendo naquele momento. (PHILLIPS, 2012)

O modelo hollywoodiano de narrativa transmidiática assume que uma história é contada não simplesmente através de múltiplas mídias, mas de múltiplos textos, os

---

<sup>3</sup> Tradução da autora: Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story (JENKINS, 2011).

quais podem ser consumidos/vendidos de forma separada e podem representar múltiplos pontos de contato com uma marca. No entanto, pela definição de Jenkins, não importa se os textos formam uma única narrativa ou compõem múltiplas histórias em um mesmo universo, ainda que a maior parte das narrativas transmidiáticas inclua múltiplas linhas de enredo, ao contrário do ARG, que oferece uma experiência única através de múltiplas mídias.

Desde a *Cultura da Convergência* (2006), Jenkins percebia alguma relação entre os ARGs e as narrativas transmidiáticas. Posteriormente, em um *post* em seu *blog*, o autor destaca que ambos cumprem o que ele considera imprescindível para uma narrativa transmidiática: juntam multimodalidade com intertextualidade radical, com o propósito de compreensão aditiva. Ou seja, o texto está presente em mais de uma mídia e seus fragmentos conversam entre si, adicionando camadas de conhecimento à narrativa. (JENKINS, 2011) No decorrer desse artigo, faremos uma análise de como a série *Inside* pode ser vista a partir dos princípios-chave das narrativas transmidiáticas destacados por Jenkins.

Autores conceituados na temática, como Andrea Phillips e Robert Pratten, também concordam com a relação entre narrativa transmidiática e ARG. Para Andrea Phillips, o ARG é um subsetor da primeira, mas destaca que este possui elementos que nem todas as narrativas transmidiáticas possuem: como comunicação direta com os personagens e enigmas ou desafios para serem resolvidos pela audiência. (PHILLIPS, 2012) Pratten explica que as narrativas transmidiáticas oferecem vários níveis de possibilidades de participação, que podem atenuar as fronteiras entre mundo virtual e real. Os ARGs levam o mundo ficcional para espaços reais e podem ocorrer a qualquer hora do dia ou da noite. O autor denomina esse comportamento como entretenimento pervasivo. (PRATTEN, S.D.)

Para Frank Rose, os ARGs são híbridos entre histórias e jogos. São histórias contadas em fragmentos e o jogo é que faz a junção dessas partes. A tarefa é complicada demais para uma única pessoa, mas através da inteligência coletiva da *web*, é possível resolver os desafios, em um processo que conta e reconta as histórias, uma vez que os passos, além de vivenciados, são reportados pelos fãs para seus pares

e para o público curioso, porém menos engajado. O autor acredita que, dessa forma, a audiência torna-se dona da história. (ROSE, 2012)

Assim como nos jogos de RPG<sup>4</sup>, onde existia sempre um mestre, Andrea Phillips sugere que exista um personagem que guie a audiência, que pode ser um parceiro, mas que, em geral, será o próprio protagonista. (PHILLIPS, 2012)

Os ARGs e demais narrativas transmidiáticas visam a imersão em um universo, que é o mesmo que dizer que permitem explorá-lo. A exploração é uma faculdade ativa e participativa.

Quando falamos em participação, entramos em um terreno de embate entre o poder do autor e o poder da audiência. Para pensar essa questão, Robert Pratten sugere posicionar esses elementos em um eixo, onde de um lado está uma experiência ficcional totalmente controlada por seu autor, sem espaço previsto para a participação da audiência e, do outro, uma experiência com eventos no mundo real, em que a audiência está livre para fazer o que quiser, com seus atos alterando toda a experiência da história. Acredita que a maior parte das narrativas está localizada entre esses polos. O autor acrescenta como fatores que trazem implicações para a decisão os recursos de produção e as licenças da propriedade intelectual. Destaca que é importante decidir a extensão e o tipo de envolvimento da audiência intencionados: passivo, ativo, interativo ou colaborativo. (PRATTEN, S.D.)

*Inside* foi uma mistura entre camadas de narrativa e jogo. Para Christina sair do cativeiro, as pessoas tiveram que atuar com o objetivo de tirá-la de lá, mas nem tudo era controlado pelos jogadores: no desfecho, por exemplo, o fato de acharem que ela tinha tomado uma pílula, que ela não tomou, faz parte da camada de narrativa, e não da camada de jogo, pois não houve, nesse momento, nenhuma possibilidade de influência por parte dos jogadores.

---

<sup>4</sup> O *Role-Playing Game* (RPG) é um jogo em que os jogadores assumem os papéis de personagens e criam narrativas colaborativamente, a partir de um sistema de regras. Os primeiros jogos eram compostos por uma espécie de livro, que unia todas as informações importantes, e as características do que os jogadores criavam eram escritas em locais específicos deste próprio livro ou em cadernos. Mais tarde, começaram a surgir também RPGs que incluíam tabuleiros ou que eram para ser jogados com encenações, em geral com *cosplay*, os *Live Action Role-Playing Games*.

O fato da narrativa se desenvolver aparentando tempo real cria uma atmosfera de imediatismo. Quando a experiência de um ARG acaba, termina também sua característica de jogo. Assim, todo o ocorrido pode se tornar apenas uma narrativa do que aconteceu. O tempo real também cria uma barreira de entrada. Dependendo do objetivo da experiência e do enredo, pode ser interessante desenvolver algum tipo de *teaser*<sup>5</sup>, informando o início da experiência. Em todos os casos, é sempre bom prover mecanismos de recapitulação, possibilitando um alargamento do público que participa da experiência.

Para entender melhor o que está sendo aberto, em termos de participação para a audiência, e quais são as consequências disso na estrutura da narrativa, vamos olhar para o estudo de Espen Aarseth que analisa híbridos de jogo e narrativa, tendo em vista os *kernels* e *satellites*, lógica hierárquica, criada pelo pesquisador Seymour Benjamin Chatman, para dividir os eventos que integram uma narrativa. Os eventos *kernels* não podem ser suprimidos, pois eles é que fazem o enredo avançar, levantando e respondendo questões, sendo, então, indispensáveis para que a história aconteça. Os eventos *satellites* enriquecem o enredo, mas não são cruciais, e assim podem ser substituídos por outros. Sua supressão não atrapalha a lógica narrativa, pois não representam momentos de escolha ou que afetem o rumo do personagem. A relação causal depende da supervisão dos *kernels*. Os *satellites* reafirmam eventos narrativos que já conhecemos e as características dos personagens, questões também muito importante para a narrativa. (AARSETH, 2009) (CHATMAN, 1978)

Ao oferecer participação em uma narrativa predeterminada, só está aberta a possibilidade de influência dos jogadores nos *satellites*, que permitem transformações sem prejuízo do enredo, e não nos *kernels*, ou seja, nos fatos centrais da história.

*Inside* conta a história de Christina, uma jovem que tem algumas dificuldades de relacionamento e que acorda um dia em um cativieiro, não fazendo a menor ideia de como foi parar lá e nem exatamente onde está. Sua prisão é um quarto onde foi

---

<sup>5</sup> *Teaser* vem do inglês provocar, em publicidade significa uma peça de comunicação, em geral pequena, que chama atenção da audiência, instigando sua vontade de ver a obra à qual o *teaser* está relacionado, o que faz, por exemplo, o trailer.



deixado um computador da Toshiba, através do qual ela pode se comunicar com o mundo exterior, a partir de suas redes sociais. Existem câmeras pelas quais seu sequestrador pode vê-la, ele passa algumas coisas para a garota através de uma abertura na porta, mas não fala com ela. A impressão que dá é que ele está fazendo um experimento com a jovem. Sua única alternativa para escapar, é comunicar-se com a audiência que atua de forma coletiva, com o objetivo de livrá-la do cativo e apoiá-la.

Sabemos que a história se passa nos Estados Unidos, nos dias atuais e, além do sequestrador e do público, Christina se comunica com suas amigas, mãe, pai, ex-namorado e um agente da polícia. O objeto de maior destaque é sem dúvida o computador, que torna possível a comunicação com a personagem.

A maior parte dos eventos mais relevantes para a história, *kernels*, ocorrem nos episódios da série. Em paralelo a isso, a audiência, nas redes sociais, tenta ajudá-la a encontrar e decifrar pistas; dá-lhe força e participa de uma seleção para saber quem lhe enviará um vídeo de consolo no episódio 5, evento que pode ser classificado como *satellite*. Os vídeos que Christina posta no *facebook* não entram nos episódios, constituindo também *satélites*: reafirmam o que já sabemos, funcionando, sobretudo, como uma forma de agradecimentos ao apoio dos fãs.

No entanto, há um evento em que a audiência parece ter influência em um *Kernel*. Christina recebe do sequestrador um envelope azul, com uma pílula e um bilhete que diz para usá-la, caso seus amigos falhem. No verso, está escrito que só terá novamente água e comida quando postar um vídeo pedindo a ajuda da audiência para dar-lhe *likes* e, aparentemente, não era algo usual para a jovem pedir ajuda. A audiência se sente responsável em ajudar Christina a ter o que comer e beber: se não conseguirem *likes* suficientes, o enredo não irá avançar. Mas essa é uma influência segura para a produção, pois a tarefa que lhes é solicitada é muito simples e não foi determinado o número de *likes* necessários. Logo, quanto mais pessoas, melhor para os produtores, pois assim mais gente vai conhecer a experiência. Sob esse ponto de vista, foi uma estratégia interessante, ajudando na divulgação e fazendo com que o

público tivesse a sensação de poder, de ser capaz de influir em algo relevante para a história.

Por outro lado, não sei se intencionalmente, essa estratégia afastou os jogadores do foco principal – encontrar Christina – assim como a repercussão gerada por um vídeo de seu banho, captado através de uma câmera escondida (por sorte ela tomou banho vestida), publicado na rede. A personagem se irritou tanto como o ocorrido que quebrou a caixa de energia para que o sequestrador não pudesse mais vê-la, ficando restrita a apenas mais 10 horas de comunicação, tempo que a bateria do computador era capaz de durar. Nesse ínterim, Christina também tira a pílula que havia guardado em sua caixinha de música, presente de seu pai e seu escape quando pequena, que lhe foi entregue estranhamente pelo sequestrador. Finge tomar a pílula, deixando o público desesperado.

Aparentemente, algumas pistas não tiveram repercussão, ou porque não eram relevantes, ou porque os jogadores não as compreenderam, como o caso da página de um livro, com círculos em algumas de suas letras, um poema e o nome Leo F. Buscaglia. Investigando na *internet*, é possível descobrir que se tratava de um escritor, nascido em Los Angeles, que escrevia sobre o amor, chegando inclusive a dar uma aula, na faculdade, com essa temática. Sua máxima era algo como “ame você mesmo e a mágica em si reinará”.<sup>6</sup> Considerava que, para gostar do outro, era preciso gostar primeiro de si mesmo. Talvez essa fosse uma pista sobre o que ela tinha que entender, para poder sair do cativeiro, pois está ligada à mensagem do filme, ou pode ser que fosse uma pista de sua localização: Los Angeles. A cidade acabou por ser identificada por uma fã através de outra pista.

A verdade é que não é possível saber quando são, de fato, os fãs que chegam a uma conclusão, ou se há interferência de alguém da produção. A pista para a localização era um relógio-termômetro quebrado, que com a junção de graus e tempo passava a latitude, fato que, apesar de aventado como sendo uma possibilidade logo após o episódio, ficou um pouco perdido até que, na reta final, um fã chegou à

---

<sup>6</sup> Tradução da autora: Love yourself and the magic inside you is released

conclusão que uma longitude específica com a latitude 34° 3' 22" correspondia à Estação Ferroviária de Los Angeles. Nela passava um trem, às 8:15 do dia 4 de agosto de 2011, chamado *Southwest Chief*, que ligava Seattle, cidade de Christina, a Albuquerque, informações presentes em outras pistas, todas sendo discutidas nas redes sociais, possibilitando sua junção.

Kirk, seu ex-namorado, que após voltar à cidade havia postado um vídeo no *facebook*, dizendo que já sabia do ocorrido, e que iria fazer de tudo para encontrá-la porque a amava, convoca pelas redes sociais a audiência para estar presente na estação ferroviária, naquela hora, funcionando como um mestre, que reconhece a validade da conclusão dos fãs e direciona a audiência para lá.

As interações digitais fazem muita diferença para a compreensão da história. Vendo apenas os episódios seguidos, não se sabe o que aconteceu com o sequestrador nem como as pessoas chegaram na estação e encontraram Christina. Talvez isso se deva ao fato das gravações terem sido feitas, aparentemente, antes das interações, sem poder prevêê-las completamente.

Sabemos pelo *facebook* que, quando chegaram ao local do cativo, os agentes federais o encontram trancado, porém vazio: assim, ficamos sem saber quem era o sequestrador e quais as suas motivações. Mas foi passada a ideia de que a experiência serviu para que Christina pudesse valorizar as pessoas que tinha à sua volta e se reconciliar com o namorado e com o pai. Olhar para o interior, para o que é de fato importante na vida, mensagem relacionada ao slogan da Intel de *Inside*.

A audiência funcionou como amiga de Christina, mas ela não finge que já os conhece: são realmente pessoas reconhecidas por terem atendido ao seu pedido de socorro e resolvido ajudá-la, mesmo sem conhecê-la.

Outro ponto digno de destaque foi o fato de que, ao sair do cativo, Christina não se esqueceu de levar com ela o *notebook* da Toshiba, ato importante para a marca.

A forma com que as pessoas chegaram até as pistas pareceu um pouco forçada. Mesmo o modo da personagem passar a latitude foi estranho e só poderia ter sentido, conceitualmente, se fosse o próprio sequestrador a forjar aquela pista, com a

intenção de que ela fosse encontrada. A relação entre os personagens também poderia ter sido mais aprofundada.

Uma questão mal resolvida foi a existência de uma câmera de vigilância, a partir da qual o sequestrador observava Christina; da câmera do computador, com a qual ela se comunicava, nas redes sociais, por vídeo e imagens; e da câmera que, digamos, filmava a série. Os fãs tinham acesso às duas últimas. Mas como, em teoria, eles também eram personagens que se comunicavam com a protagonista, só deveriam ter acesso à câmera do seu computador. Ocorreram, então, coisas estranhas como: antes de Christina mostrar o bilhete com os círculos nas letras, eles pediram para que ela tirasse uma foto dele. Esse tipo de coisa não pareceu incomodar a audiência, mas hoje, quatro anos depois, com as pessoas já acostumadas a outras experiências, seus níveis de exigência vão aumentando. Assim a narrativa, compreendendo a profundidade dos personagens e a história em si, precisa ser melhor explorada e a mecânica de jogo, melhor desenvolvida, com pistas que façam mais sentido.

Acredito que a audiência ficou muito encantada com a experiência de participação, para ela uma novidade, e com o fato de ser uma série de *internet* muito bem produzida e atuada, o que também era novo, deixando de perceber alguns furos, os quais, diante de tamanha euforia, mostraram-se pouco relevantes. Alguns fãs até se reuniram para gravar uma mensagem em vídeo, de agradecimentos às marcas Intel e Toshiba e a todos os envolvidos, desejando ter mais experiências semelhantes.

Após o término de *Inside*, foi publicado um vídeo que juntava imagens exibidas nos episódios; imagens de postagens de Christina, seus amigos e do público; vídeos que a personagem principal fez com a *webcam*; fotos que ela postou; além de outras mensagens e estranhos *memes* feitos com suas postagens.

Seguiremos a análise desse caso segundo os sete princípios-chave das narrativas transmidiáticas definidos por Jenkins: *spreadability* (espalhar) vs. *drillability* (cavar fundo); continuidade vs. multiplicidade; imersão vs. extratabilidade; criação de universo; serialidade; subjetividade; e performance. (JENKINS, 2009b)

Naturalmente, o conceito de *spreadability* é aplicável: com a presença dos episódios na *internet*, e com as interações ocorrendo em redes sociais abertas, o

conteúdo acaba por ser compartilhado facilmente. Quando alguém “curte” algo, os amigos muitas vezes percebem e, por curiosidade, podem acabar descobrindo a série. Como é um desafio coletivo, as pessoas comunicam-se entre si, para tentar solucioná-lo, criando até páginas de ajuda. Quando Christina pediu à audiência para conseguir *likes* em troca de comida e bebida, ela motivou as pessoas a falarem da série com amigos, como se isso fosse feito por um motivo humanitário. Como a experiência concentrou-se em 11 dias, e por uma questão de empatia, os fãs colocaram-se ao lado da protagonista, para dar-lhe força e encontrá-la. Com episódios postados em curtos intervalos de tempo, podemos dizer que essa estrutura também promoveu o conceito de *drillability*, pois, durante aquele período, os participantes da experiência ficaram bastante engajados, pela eminência do que poderia acontecer.

Quanto a continuidade e multiplicidade, sendo uma história que se desenvolvia numa linha de tempo, em que existia o desafio de libertar Christina, a narrativa valorizava mais a continuidade.

Sendo um ARG, a imersão é um dos pontos fundamentais: as pessoas vivenciaram a narrativa como amigas da personagem principal, cúmplices na tentativa de ajudá-la e encontrá-la. Relacionavam-se com ela como se pertencessem a uma mesma realidade, entregando-se de forma participativa àquele universo ficcional, durante a experiência. Podemos encarar como extratibilidade o fato do conteúdo ficcional ser levado às redes sociais, usadas no cotidiano para se relacionarem com seus amigos reais, e também o encontro em Los Angeles numa estação de trem verdadeira.

O universo é o nosso mesmo, nos Estados Unidos, e as pessoas precisam descobrir onde está a protagonista; sendo assim, a dimensão de espaço é algo relevante, inclusive para o desenvolvimento e compreensão das pistas.

A serialidade permite que o público vá se envolvendo com o enredo, que trabalhe nas pistas e converse com a personagem durante o intervalo entre os capítulos, além de ler o que os outros postam.

A subjetividade não é um quesito especialmente explorado em *Inside*: não existem enfoques de diferentes pontos de vista da história, o que até poderia ter sido



um recurso interessante, para que pudéssemos entender o que de fato havia se passado entre aqueles personagens. No entanto, a abertura de canais em redes sociais permite que várias pessoas possam se expressar, mostrar o seu ponto de vista sobre as pistas, ou expor sua opinião sobre a postagem do banho, por exemplo.

Dois vetores fazem parte do conceito de performance: os *cultural attractors* atraem a audiência, formando uma comunidade de pessoas com interesses comuns, e os *cultural activators* dão-lhes algo para fazerem juntas. O atrativo cultural para a série foi atender à demanda por entretenimento de um grupo de pessoas que vê seus computadores e *tablets* como dispositivos adequados também a essa função e entregar-lhes uma série bem produzida e envolvente. Por meio do desafio de encontrá-la, e de alimentá-la, os produtores lhes deram o que fazer. A audiência uniu-se em torno de objetivos comuns e vivenciou a experiência de forma participativa, fazendo uso da inteligência coletiva.

Quando se busca um envolvimento grande com a audiência é preciso também ter em conta a responsabilidade que isso acarreta. A audiência é capaz de se sensibilizar com personagens ficcionais como se fossem reais. Mas quando acredita que algo é real, se depois descobre que não é, pode se sentir traída. A ficção é um pacto: por mais que não seja real, há um acordo para que, naquele momento, haja a suspensão da descrença. Por isso é importante se manter no registro do *faz de conta* e não da falsidade. O fato de usarem meios de comunicação que as pessoas usam no cotidiano e de construírem sites de empresas fictícias demanda cuidados. Algumas narrativas transmidiáticas já chegaram até a ser intimadas pela NASA, por informações fictícias, que foram consideradas como informações falsas.

Para evitar problemas para todas as partes, Andrea Phillips sugere que o criador se pergunte se sua criação pode levá-lo à prisão, se tem algum potencial para causar algum mal a alguém que pense que é real, se alguém pode se machucar ao participar da experiência e se ela pode parecer uma fraude ou um golpe. (PHILLIPS, 2012) Se todas as respostas forem negativas, não é necessária tanta preocupação, mas, do contrário, podem ser pensados mecanismos que deixem claro que aquilo se trata de uma ficção.

Outra atitude que faz com que os fãs se sintam traídos é quando os produtores dos ARGs tentam, eles mesmos, desempenhar alguns papéis ou recrutar pessoas para modelar a resposta dos outros jogadores. No entanto, usar personagens para ajudar nas tarefas ou validar o caminho apontado por fãs, como ocorreu com Kirk em *Inside* é um bom recurso, pois é necessário que os jogadores tenham uma confirmação quando chegam a resposta certa e o personagem representa claramente a voz do autor, sendo essa, então, uma ação que faz parte do pacto do *faz de conta*. Os desafios devem servir para um propósito na história. Quando se pede para que alguém decodifique uma mensagem, é importante ter em mente quem a codificou e seu porquê. Algo que acredito que ficou um pouco perdido em *Inside*.

Como técnica para não cair em ciladas, Phillips aconselha, sempre, a trabalhar com um pouco de redundância, permitindo que mais de uma pista, ou caminho, leve ao mesmo lugar e que sejam deixados pontos soltos, que podem vir a ser resgatados se a narrativa precisar. É importante também pensar em soluções para destacar as pistas. A autora conta que, em seus projetos, já ocorreram inúmeras situações em que a audiência tomou um elemento do *design* como pista. Para minimizar esses riscos, tenta trabalhar o peso, o *design* e a cor para destacar, de alguma forma, o que é importante. Ainda, personagens ou enfoques da câmera podem auxiliar nessa tarefa. (PHILLIPS, 2012).

O ritmo e a quantidade de informação são elementos importantíssimos para manter o interesse e fazer com que os participantes não se percam. Aumentar demasiado a espera pode diminuir o senso de imediatismo e tensão, o que seria ruim no caso de *Inside*, em que parte da mobilização está ligada à urgência da resolução do problema.

Acredito que os ARGs possam ser sim considerados como um tipo de narrativa transmidiática, podendo ser analisados a luz de sua teoria e tendo como característica importante e específica, ainda que não exclusiva, a dinâmica de jogo que proporciona.

Vivenciamos as narrativas através dos personagens e os jogos, naturalmente, nos colocam no centro da ação: o que acontece no jogo é como se acontecesse

literalmente conosco. Frank Rose argumenta que, combinando o impacto emocional das histórias com o envolvimento em primeira pessoa, podemos criar experiências poderosas. (ROSE, 2012)

Em *Inside*, ainda que, como vimos, a influência da audiência no desdobramento da história tenha sido restrita e programada por parte da produção, o envolvimento do público no resgate e a proximidade com os personagens, fruto também do diálogo direto, trouxe uma forte sensação de agência: o público de fato se sentiu parte da história. De uma forma geral, ainda é menos explorado o uso de participação em eventos *kernels*, que interferem no curso da narrativa, se enquadrando mais ao quesito de cocriação. Essa é também uma estratégia interessante, mas cabe lembrar que o espaço aberto para a influência da audiência é mais uma decisão criativa que algo que deva ser visto por um juízo hierárquico de valores. A audiência não quer só participar e criar sempre, também continua querendo que lhe sejam contadas histórias.

## Referências bibliográficas

AARSETH, Espen. *The Narrative Theory of Games*. [online video] Postado por IT University of Copenhagen. 16 out. 2009. Disponível em: <<https://vimeo.com/7097715>>. Acesso em: 12 jan. 2015.

CHATMAN, Seymour Benjamin. *Story and Discourse: Narrative Structure in Fiction and Film*. New York: Cornell University Press, 1978.

INSIDE. *The Inside Experience - Full movie*. [online video] Postado por Toni L. 2 jan. 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iJFL5kd6dG8>>. Acesso em: 12 mar. 2014.

INSIDE FILMS. [site]. Disponível em: <<http://insidefilms.com>>. Acesso em 24 fev. 2015.

\_\_\_\_\_. In *Facebook* [Fan page]. Disponível em: <<https://www.facebook.com/insidefilms>>. Acesso em: 24 fev. 2015.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009a.

\_\_\_\_\_. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. *Confessions of an Aca-Fan: the Official Weblog of Henry Jenkins*, 12 dez. 2009b. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html](http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html)>. Acesso em: 20 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. Transmedia 202: Further Reflections. *Confessions of an Aca-Fan: the Official Weblog of Henry Jenkins*, 1 ago. 2011. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html)>. Acesso em: 20 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*, 2003. Disponível em: <<http://www.technologyreview.com/Biotech/13052/>>. Acesso em: 17 abril 2012.

PEREIRA O'DELL. *The Inside Experience - a social film project*. [online video] Postado por Pereira O'Dell. 29 set. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Fc3FdxYW328>>. Acesso em: 16 abr. 2014.

PHILLIPS, Andrea. *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling: How to Captivate and Engage Audiences Across Multiple Platforms*. New York, Chicago, San Francisco: Mc Graw Hill, 2012.

PRATTEN, Robert. *Transmedia Storytelling*. S.D. Disponível em: <<http://www.tstoryteller.com/transmedia-storytelling>>. Acesso em: 11 jun. 2014.

ROSE, Frank. *The Art of Immersion: How the Digital Generation is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories*. New York, London: W. W. Norton, 2012.

**Linguagens e narrativas na digitalização:**  
uma proposta de relação desses conceitos para o entendimento do futuro das  
produções na TV<sup>1</sup>

Mayra de Oliveira Sá<sup>2</sup>  
Catarina Schneider<sup>3</sup>

**Resumo**

A partir da exposição dos pensamentos de autores como Santaella (2005), Murray (2003) e Jenkins (2008) sobre narrativas, o trabalho tem o objetivo de expor as perspectivas desses autores, no que diz respeito à produção das narrativas midiáticas inserida na digitalização dos meios de comunicação. Tal objetivo está diretamente relacionado ao processo de digitalização da TV brasileira e as transformações no modo de consumir e produzir TV atualmente. Acredita-se que a exposição das características das produções narrativas possibilita um maior conhecimento e compreensão do futuro das produções tanto informativas, quanto diversionais na TV Digital frente à convergência midiática, que está se mostrando mais efetiva do que a qualidade na transmissão, por exemplo.

**Palavras-chave**

Narrativas; Digitalização; TV Digital; Convergência

**Narrativas e Linguagens**

Para Motta (2005) as narrativas são dispositivos argumentativos que utilizamos em nossos jogos de linguagem. “A partir dos enunciados narrativos somos capazes de colocar as coisas em relação umas com as outras em uma ordem e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social / Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora (MG). Mestranda em Comunicação e Sociedade pelo Programa de Pós- Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (MG)

<sup>3</sup> Co-autora do trabalho. Graduada em Comunicação Social / Jornalismo na Universidade Federal de Sergipe (SE). Mestranda em Comunicação e Sociedade pelo Programa de Pós- Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (MG)



perspectiva, em um desenrolar lógico e cronológico” (MOTTA, 2005 p.2). A partir dessa concepção, o autor expõe a análise pragmática e cultural da narrativa, que pode ser explicado a partir da narratologia.

A narratologia abarca os procedimentos empregados em análises das narrativas humanas, sejam elas factuais (jornalismo, história, biografias) ou ficcionais (contos, filmes, telenovelas, etc). Tais procedimentos procuram compreender como os sujeitos sociais constroem os seus significados através da apreensão, compreensão e expressão narrativa da realidade.

Nessa perspectiva, Motta (2005) nos diz que a produção dos discursos midiáticos seguem estratégias comunicativas, com o objetivo de produzir sentidos e efeitos conscientemente desejados, ou não. “O narrador investe na organização narrativa do seu discurso e solicita uma determinada interpretação por parte do seu destinatário” (MOTTA, 2005, p.2). Diante disso, Motta ressalta que:

Narrativas midiáticas não são apenas representações da realidade, mas uma forma de organizar nossas ações em função de estratégias culturais em contexto. As narrativas e as narrações são dispositivos discursivos que utilizamos socialmente de acordo com nossas pretensões. Narrativas e narrações são forma de exercício de poder e de hegemonia nos distintos lugares e situações de comunicação. (MOTTA, 2005, p.2)

Desse modo, a narratologia é também um ramo das ciências de estudo antropológico, pois remete à cultura da sociedade e não apenas as suas expressões ficcionais. Assim, a narratologia torna-se importante para a compreensão de valores subjetivos, ideologias, enfim da cultura política inteira de uma sociedade.

Destacaremos aqui a narrativa midiática dentro do momento atual de convergência dos meios para a produção e troca de conteúdos. Iniciaremos, portanto com as ideias de Santaella (2005), que inserida na lógica do discurso, se dedica a expor o conceito de narração a partir de vários autores, numa busca de uma visão da teoria semiótica da narrativa, que pretende analisar a narração em geral. Tal teoria tem como um dos seus maiores defensores Roland Barthes (1971), que afirmou que a narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades, começa com a própria história da humanidade. É fruto do gênio do narrador ou possui em comum com outras narrativas uma estrutura acessível à análise.

A partir da importância do estudo desse conceito, Santaella propõe uma classificação e análise da narrativa. Segundo a autora:

Minha classificação não tem as mesmas características das teorias estruturalistas nem as pretensões destas de chegarem a uma gramática da narrativa. Mais modestas na sua especificidade, ao mesmo tempo mais amplas no seu espectro, minhas modalidades do discurso narrativo, sem quaisquer preocupações com o conteúdo temático das ações narrativas, visam estabelecer os principais tipos de linhas de força que comandam os movimentos da sequencialidade narrativa. (SANTAELLA, 2005, p.321-322)

Diante dessa visão, Santaella (2005) diz que os textos narrativos têm como características a organização de ações, fatos, acontecimentos, eventos em uma ordem sequencial, temporal. Ela define narração como:

O universo da ação, do fazer: ação que é narrada. Portanto, a narrativa verbal se caracteriza como o registro linguístico de eventos ou situações. Mas só ação onde existe conflito, isto é esforço e resistência entre duas coisas: ação gera reação e dessa inter-reação germina acontecimento, o fato, a experiência. Aliás, aquilo que denominamos personagem só se define como tal porque faz algo (Segolin 1978). E os movimentos desse fazer só se processam pelo confronto com ações que lhe são opostas, que lhes opõem resistência. Isso gera a história: factual, situacional, ficcional ou de qualquer outro tipo. Mas qualquer que seja o tipo terá sempre essa constante: conflito, coação, confronto de forças. (SANTAELLA, 2005, p.322)

Tratando a narração como um dos princípios organizadores da sequencialidade discursiva, ou seja, com um princípio que desencadeia nossa relação com o tempo, torna-se relevante destacar a diferenciação que a pesquisadora faz entre narração e descrição. A narrativa é o ponto de equilíbrio entre a descrição e a dissertação. No entanto, a descrição é tratada de maneira mais particular.

Tendo isso em vista, considero que a narrativa começa onde verbos de ação se encadeiam para dar início a um conflito, uma intriga, um embate de alguma espécie, não importa quão esgarçadamente lenta, digressiva, autoconjecturada possa ser a narração desse encadeamento de ações. Vem daí a diferença entre “apanhou uma faca” e “empunhou uma faca”. Embora ambos sejam verbos de ação, na segunda frase já se insinua uma semente de dramaticidade que a coloca muito mais perto da narração do que a primeira frase. (SANTAELLA, 2005, p.324)

Mesmo colocando o discurso como base apenas da matriz verbal<sup>4</sup>, Santaella esclarece que as matrizes não são puras, elas se cruzam.

As matrizes se referem a modalidades de linguagem e de pensamento. O pensamento verbal pode se realizar em sintaxes que o aproximam do pensamento sonoro e em formas que o aproximam do pensamento visual. Este, por sua vez, pode se resolver em quase-formas que o colocam nas proximidades do pensamento sonoro ou em convenções tomadas de empréstimo ao pensamento verbal. Da mesma maneira, o pensamento sonoro pode se encarnar em formas plásticas tanto quanto pode absorver princípios que são os mais próprios da discursividade. As três matrizes da linguagem e pensamento não são mutuamente excludentes. Ao contrário, comportam-se como vaso intercomunicantes, num intercâmbio permanente de recursos em transmutações incessantes. (SANTAELLA, 2005,p.373)

Esse cruzamento entre as matrizes gera o que a autora chama de linguagens híbridas. “Quando se trata de linguagens existentes, manifestas, a constatação imediata é a de que todas as linguagens, uma vez corporificadas, são híbridas” (Santaella, 2005, p. 379).

A ideia de linguagem híbrida, ou seja, aquela que é produzida a partir de linguagens distintas nos chama a atenção para o próprio modo de vida contemporâneo. Hibridismo pode se referir tanto à convergência das mídias no mundo digital quanto à mistura de linguagens na hipermídia, ou seja, a junção do hipertexto com a multimídia que define a linguagem que é própria das redes. Como bem citou Santaella, a digitalização é um grande exemplo de hibridização da transmissão de informações na atualidade.

Via digitalização quaisquer fontes de informação podem ser homogeneizadas em cadeias sequenciais de 0 e 1. Essas cadeias são chamadas bits. Um bit não tem cor, tamanho ou peso e é capaz de viajar à velocidade da luz. É o menor elemento atômico no DNA da informação. É um estado ligado ou desligado. Os bits sempre foram a partícula subjacente à computação digital, mas ao longo das últimas décadas, o vocabulário binário foi muito expandido, para incluir bem mais do que apenas números e mesmo letras. Diferentes tipos de informação, como áudio e vídeo, passaram a ser digitalizados, reduzindo-se também a uns e zeros. (Negroponte 1995: 18-19). (SANTAELLA,2005, p. 389)

---

<sup>4</sup> Santaella (2005) afirma que todas as formas de linguagem têm como base três matrizes da linguagem e do pensamento: a verbal, a visual e a sonora. A pressuposição das três matrizes está na relação entre pensamento e linguagem, acrescida da percepção, pois o conhecimento (linguagem e pensamento) está intimamente ligado aos sentidos.

Desse modo, a mistura de vários tipos de conteúdos informativos em formatos diferentes tanto de apresentação, quanto de produção e transmissão, vivenciados no fácil acesso a meios de comunicação faz pensar a hipermídia como um tipo de linguagem, que une vários outros tipos de linguagem. Ela pode ser definida como a combinação de hipertexto com multimídias e multilinguagens (Santaella, 2005, p.394). Por essa combinação, a hipermídia tem a interatividade como uma de suas principais características. Quanto maior a interatividade, mais profunda será a experiência de imersão do leitor, imersão que se expressa na sua concentração, atenção e compreensão da informação. O desenho da interface é feito para incentivar a determinação e tomada de decisão por parte do usuário. (SANTAELLA, 2005, p.394)

### **Narrativas na TV em tempos de digitalização e convergência**

Se antes as pessoas utilizavam o tempo de descanso para o consumo da programação televisiva – o momento de chegar em casa depois de um dia de trabalho e ligar a TV para obter um resumo dos principais acontecimentos do dia, se distrair e se divertir –, hoje em dia isso não é mais indispensável. Com os dispositivos móveis – *tablets*, *smartphones*, microcomputadores – conectados à Internet 24 horas por dia, é possível receber, produzir e compartilhar conteúdos todo o tempo, sejam eles de caráter informativo ou somente diversional. As pessoas não precisam mais estar na frente de uma tela fixa para obterem informações; elas possuem suas próprias telas portáteis e interativas. Desse modo, o público torna-se peça atuante na produção e dentro do fluxo de conteúdos.

Pensar nessa atuação do público na internet é mais fácil, principalmente pelas características desse meio, como a instantaneidade, que permite respostas imediatas a qualquer interferência ou correção no conteúdo publicado nesse meio. Além da instantaneidade própria da internet, ainda podemos citar seu caráter multimídia e hipertextual, que permitem que o usuário busque o que ele quer na internet, migrando

para possibilidades infinitas. O usuário ainda tem todo o aparato para não somente escolher os assuntos, mas também produzi-los, seja a partir da postagem de foto, vídeo, texto, comentário ou qualquer outro tipo de interferência que o ambiente em que ele está usando lhe permitir.

Já a interatividade do público com a televisão pode ser vista de outra maneira. Como exemplo, quando as pessoas criticam ou elogiam determinados programas e telejornais, quando preferem assistir a um canal e não outro, ou quando são incentivadas a dar um retorno e apresentar algum tipo de reação ao conteúdo veiculado, mas isso geralmente segue um roteiro ou são dadas opções bem delimitadas.

Outro ponto a ser levado em consideração é que a digitalização do sinal de TV aberta brasileiro, além de priorizar as mudanças na qualidade na transmissão da programação, também deu atenção às proporções *widescreen* (16 por 9) de exibição – operando com a mesma lógica do sistema anterior –; disponibilidade de serviços de utilidade pública por meio da exploração de recursos digitais – especialmente a multiprogramação e a interatividade local – e a mobilidade/portabilidade, integrando celulares, *tablets* e outros dispositivos móveis como canais de transmissão de TV. No entanto, esses eixos permitem pensar nessa mudança da TV brasileira, basicamente como um incremento do sistema analógico, uma vez que os recursos tecnológicos de interatividade propostos pelo novo sistema dependeriam de outras tecnologias, como o *middleware* de código aberto Ginga<sup>5</sup>.

Por mais que no Brasil, as decisões sobre a implantação da TV Digital aproximou-se mais de objetivos que dizem respeito ao aprimoramento tecnológico e ao incremento de um veículo de comunicação já consolidado, a TV Digital ainda pode ser vista como uma nova mídia. E, dessa forma, por trazer características de

---

<sup>5</sup> Middleware é um software base, que se posiciona entre o hardware e as diferentes aplicações que rodam em determinada máquina. No caso do Ginga, ele nasceu vocacionado para lidar com interatividade, e sua parte principal (Ginga-NCL) foi escrita em código-fonte aberto. Ao longo dos anos, o Ginga se tornou um padrão da Associação Nacional de Normas Técnicas (ABNT) e da União Internacional de Telecomunicações (UIT).



transmissão dos computadores, pode facultar novas maneiras de comunicação, de produção de conteúdos e de interatividade.

Nessa perspectiva, o que se pretende colocar em cena neste trabalho é como essa forma de comunicação que visa à interatividade se dará na televisão digital. Primo (2003) fala das possibilidades da televisão desde a transição do preto e branco, passando pelo controle remoto, o videocassete, até chegar aos canais por assinatura e os sistemas de vídeo sob demanda. Tais possibilidades são formas de interação mediada, porém apresentam limitações. Para Primo, a oferta de cerca de 40 canais na TV a cabo garante ao telespectador mais opções de entretenimento e informação. No entanto, os canais disponíveis oferecem tão somente um fluxo sequencial e unilateral. Quando sintonizados, transmitem as mesmas mensagens numa única sequência linear para todos telespectadores que assistem àquele canal, sem permitir que eles possam manifestar suas opiniões, debatendo, por exemplo, com o apresentador do programa. “O telespectador tem sua voz sufocada e não encontra maior abertura para o debate” (PRIMO, 2003, p.25).

O autor também destaca as pesquisas de opinião e cartas como meios de diálogo do público com os conteúdos da TV. Para ele, essas possibilidades podem ser caracterizadas pela Teoria da Informação como *feedback*, e ainda lembra que uma minoria se interessa ou tem a oportunidade de participar desses processos. As pesquisas de opinião, por exemplo, realizam entrevistas com uma pequena amostra a respeito de poucas questões (com questionários fechados, cujas perguntas seguem o interesse das emissoras contratantes da pesquisa). Ainda sobre a interatividade promovida a partir dos meios de comunicação tradicionais, Primo (2003) afirma que programas de TV investem na interatividade com o público muito antes da chegada do sinal de TV digital terrestre no Brasil.

Programas como o “Você Decide” da Rede Globo apresentaram aos espectadores, a partir dos anos 90, uma possibilidade de reação ao programa assistido. Outros programas conduzem pesquisas de opinião instantâneas no decorrer da transmissão ao vivo. A partir de uma matéria exibida, por exemplo, questiona-se o espectador sobre a reportagem que ele acabou de ver. (PRIMO, 2003, p.27)

No entanto, o autor questiona o quão interativas são essas iniciativas. O espectador deve ligar para um número telefônico divulgado e votar em uma das alternativas oferecidas – normalmente duas ou três opções –. Não há como votar “talvez” ou “depende”, nem apresentar uma argumentação. Sendo assim, o espectador só pode “reagir” à pergunta do programa, desde que dentro de regras impostas. Desse modo, sugere que a interação pode ser definida como “ação entre” e ser dividida em dois tipos: interação mútua e interação reativa. Interação mútua<sup>6</sup> é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente; já a interação reativa é limitada por relações determinísticas de estímulo e resposta.

Diante disso, entendemos que o grande desafio da TV Digital no Brasil, dentro das suas propostas, possibilidades e limitações será o de pensar narrativas televisivas dentro do cenário da convergência de mídias que vivemos atualmente. Murray (2003) caracteriza o computador e as demais evoluções tecnológicas como novos meios de se contar histórias, uma vez que a necessidade de transmitir conhecimento é natural do ser humano, e, por isso, as novas ferramentas criadas para ampliar essa necessidade também devem ser vistas de maneira correspondente, como consequência da nossa evolução. Essa nova postura possibilita uma maior interação entre quem produz e quem recebe a narração. Segundo Murray:

Enquanto os formatos lineares como romances, peças de teatro e histórias de ficção têm se tornado mais multiformes e participativos, os novos ambientes eletrônicos têm desenvolvido seus próprios formatos narrativos. No campo da narrativa digital, os maiores esforços criativos e sucesso comercial têm se concentrado, até agora, na área dos jogos para computador. (MURRAY, 2003, p.61)

---

<sup>6</sup> Primo (2003) explica que o termo interação mútua deve ser compreendido em contraste com a interação reativa. A palavra mútua foi escolhida, não como um pleonismo, mas para salientar as modificações recíprocas dos interagentes durante o processo. Ao interagirem, um modifica o outro. Cada comportamento na interação é construído com base nas ações anteriores.

Apesar de Murray (2003) reconhecer que formatos hipertextuais em estruturas intelectuais existem desde o século XX: “a referenciação tornou-se tão densa que é praticamente impossível compreender um livro como *Ulisses*, de James Joyce, sem o auxílio de outras obras, inclusive de um mapa de Dublin” (MURRAY, 2003, p.65). A autora acolhe a ideia de que foi somente com o desenvolvimento dos computadores que a escrita hipertextual foi produzida em larga escala.

A possibilidade de interatividade proposta por Murray, que vê os ambientes digitais como participativos e procedimentais e tais características sendo proporcionais e consequentes, também pode ser entendida pela visão de Jenkins (2008), quando o autor nos fala da “revolução digital”, na qual os velhos e os novos meios parecem entrar em rota de colisão. O autor apresenta uma profunda investigação em torno dos novos meios, mostrando as transformações culturais à medida que eles convergem. O distanciamento do consumidor midiático contemporâneo da condição de receptor passivo caracterizaria o surgimento de uma cultura participativa, que, como consequência, estimula a chamada inteligência coletiva.

Como diz Jenkins (2008), a narrativa transmidiática refere-se a um novo modelo que surgiu em resposta à convergência de mídias, captando as exigências dos consumidores e dependendo da participação ativa das comunidades de conhecimento. A narrativa transmidiática é a arte da criação de um universo. Segundo o autor, as convergências de meios não ocorrem nas máquinas, mas sim na mente dos consumidores e em suas redes sociais. Devemos enxergar a convergência a partir da relação interconectada que as pessoas passam a ter com os novos meios.

Uma história transmidiática se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game e vice-versa. (JENKINS, 2008, p.135)

Os jogos eletrônicos, vistos por Murray como os mais bem sucedidos exemplos de narrativas digitais, também podem funcionar dentro da perspectiva da narrativa transmidiática proposta por Jenkins, a partir de uma história que se desenrola através de múltiplos suportes midiáticos e faz com que cada novo texto contribua de maneira distinta e valiosa para o todo. Nos games, em vez de ser um mero espectador, o usuário tem diante de si uma narrativa que dependerá dos comandos que ele realizar, das ações que ele tomar. O conceito de narrativa transmidiática de Jenkins pode ser visto como uma estratégia para que meios como televisão, rádio, livros não se tornem ultrapassados diante da necessidade do público por uma comunicação horizontal e cada vez mais participativa.

Oferecer novos níveis de revelação e experiência renova a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor. A lógica econômica de uma indústria de entretenimento integrada horizontalmente – isto é, uma indústria onde uma única empresa pode ter raízes em vários diferentes setores midiáticos – dita o fluxo de conteúdos pelas mídias. Mídias diferentes atraem nichos de mercado diferentes. Filmes e televisão provavelmente têm públicos mais diversificados; quadrinhos e games, os mais restritos. Uma boa franquia transmidiática trabalha para atrair múltiplas clientelas, alterando um pouco o tom do conteúdo de acordo com a mídia. (JENKINS, 2008, p.135-136)

Por mais que tal estratégia tenha esse cunho positivo em relação às transformações tecnológicas que regem a comunicação social atualmente, não podemos deixar de expor a preocupação na produção dessas novas propostas de narrativas participativas e interativas. As noções de convergência de meios, a hibridização das linguagens, a hipertextualização das narrativas e a “transmídiação” delas, todos esses conceitos devem levar em conta a situação não só de quem irá produzir narrativas sob essas perspectivas, mas também de quem irá recebê-las e dialogar com elas.

Murray (2003) leva em consideração somente as possibilidades de interação e escolha do usuário dentro das narrativas digitais, deixando de explorar o lugar do narrador nesse ambiente. Por mais que pensemos as narrativas digitais como revoluções na maneira de consumo de conteúdos, acabamos por nos deparar com a

superioridade do autor, uma vez que a oferta de caminhos diferentes a se seguir na recepção de uma narração sempre estará marcada por opções pré-definidas. A possibilidade de interferência na criação, autonomia e participação no ambiente digital é real, no entanto, ainda não é possível criar códigos que permitam a criação de infinitas possibilidades dentro de um programa de TV, por exemplo.

### Considerações Finais

De acordo com o Relatório de Tendências de Consumo em TV e Vídeo de 2012, 62% das pessoas que participaram da pesquisa utilizam redes sociais semanalmente enquanto assistem à TV. Já no Brasil, a porcentagem de brasileiros que assistem à TV e utilizam redes sociais simultaneamente chega a 73% dos entrevistados. Além disso, 25% dos entrevistados revelaram que se conectam para fazer comentários “em tempo real” sobre a programação<sup>7</sup>. Diante desses dados e da observação dos próprios hábitos ou de outras pessoas, no trabalho, em casa, com os mais jovens, por exemplo, podemos notar e reafirmar o caráter social que a TV tem. Porém, agora, esse caráter tem sido explorado a partir da introdução dessas novidades tecnológicas no cotidiano das pessoas.

Quando Jenkins nos fala que as convergências de meios não ocorrem nas máquinas, mas sim na mente dos consumidores e em suas redes sociais, podemos fazer um paralelo com a relação que as pessoas desenvolveram com seus computadores pessoais e mais recentemente, com seus *smartphones*. Exemplo disso é o que vem sendo chamado de Segunda Tela, que nada mais é que o hábito de os telespectadores assistirem à TV ao mesmo tempo em que navegam na Internet, através de dispositivos móveis ou pelo computador. A Segunda Tela também pode ser caracterizada como o uso de *apps* (aplicativos), que permitem ao usuário interagir com a programação da TV, acessando informações produzidas em tempo real,

---

<sup>7</sup> Estudo anual do ConsumerLab, laboratório de pesquisas de comportamento da Ericsson (NASDAQ: ERIC) – apresentados no Relatório de Tendências de Consumo em TV e Vídeo de 2012.



conectar-se a outros usuários ou comprar artigos relacionados ao conteúdo transmitido.

O costume de comentar a novela, a notícia dada na última edição do jornal e discutir a preferência por um ou outro participante de um programa faz parte da rotina do brasileiro, muito antes da popularização da Internet. Agora, o que vemos é isso sendo feito de forma mais instantânea, devido ao comportamento de se estar sempre conectado, em contato com outros usuários e outros telespectadores através de dispositivos, como *smartphones* e *tablets*. Tal comportamento vincula a ideia de Segunda Tela à TV social – ou *social TV*. Proulx e Shepatin (2012, p. ix) explicam que a televisão sempre foi social, no entanto, o termo busca definir a convergência entre a televisão e as redes sociais, com ênfase na oferta de uma experiência mais personalizada para a audiência, principalmente no que diz respeito às séries de ficção e aos eventos transmitidos ao vivo.

O que nos chama atenção é que a Segunda Tela não foi criada por nenhuma emissora de TV, muito menos foi determinado por algum grupo ou ator envolvido no processo de digitalização da TV no Brasil, uma tendência do público que começou a ser explorada posteriormente pelas emissoras de TV. Diante disso, podemos considerar que as decisões econômicas e políticas sobre o modelo de TV digital no Brasil e o que ainda está em jogo nesse processo de implantação e desligamento analógico, terão de seguir os gostos e tendências da sociedade, principalmente no que diz respeito à popularização da internet e do uso de novos aparelhos tecnológicos.

## Referências

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **A análise pragmática da narrativa jornalística**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28., 2005. Rio de Janeiro. São Paulo: Intercom, 2005.

MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo, Itaú Cultural: Unesp, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da Linguagem e Pensamento: sonora, visual, verbal.** São Paulo, Iluminuras; Fapesp, 2005

PRIMO, A. **Interação mediada por computador: a comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional.** 2003. 282 f. Tese (Doutorado em Informática na Educação) – Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS.

PROULX, Mike; SHEPATIN, Stacey. **Social TV** – How marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile, New Jersey: John Wiley & Sons Inc, 2012.

**O escritor entrevistado: literatura e comunicação em cena<sup>1</sup>**Nayara Marfim Gilaberte Bezerra<sup>2</sup>**Resumo**

Partindo de uma perspectiva crítica que entende o autor como ator do cenário artístico-midiático, busco, nesse trabalho, investigar o jogo que acontece em torno da cena literária da atualidade a partir das transformações que o avanço da cultura midiática abre para a constante encenação de si. Nesse sentido, ao escolher a análise de entrevistas – aqui entendidas como um gênero predominante na economia da mídia – investiga-se em que medida podemos entendê-la tanto como um espaço de articulação entre vida e obra, quanto como um espaço partilhado de construção textual.

**Palavras-chave**

Literatura; Comunicação; Entrevistas; Escritores.

**Apresentação**

Maria Helena Werneck, em seu livro *O homem encadernado* (1996), se dedica a realizar um minucioso exame das biografias de Machado de Assis. Em sua empreitada, sela de início um acordo com o leitor propondo que, à maneira de Nietzsche, seu trabalho contribua para a construção de um “pensar saudável” sobre as biografias. Nos textos do filósofo, segundo a autora, “as biografias são atacadas porque resultam da sede de história” (WERNECK, 1996, p. 22) que afasta o leitor da obra ao buscar no estudo do passado respostas que apontem para um futuro provável. Ao restringir possibilidades, esse entendimento causal e evolutivo da história retiraria a ação da obra e afastaria o leitor do processo artístico. Werneck coloca-se então

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no **GT 1 - Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação** do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda e mestre em Literatura, Cultura e Contemporaneidade pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Especialista em Literatura Brasileira pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Bacharel em Psicologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Email: [nmarfim@gmail.com](mailto:nmarfim@gmail.com).

como advogada de defesa das biografias e propõe uma reabilitação fundamentada, partindo da proposta de Nietzsche de que a obra seja exilada da cultura e afastada de sua história anterior para que possa receber novos sentidos. A partir disso, a autora propõe a transformação desse pensar saudável em modos de ler, ao incluir em seu estudo o que chama de uma escolha entre iguais: “quem viveu e quem se interessa por aquela vida” (WERNECK, 1996, p.23). Ao direcionar ao biógrafo perguntas usualmente direcionadas apenas ao biografado (Quem? Quais são as forças que se afirmam? De que vontade este quem é possuído? Quem é que se exprime, se manifesta e mesmo se esconde nessa vontade?), Werneck inclui a voz do sujeito crítico no ato da escrita e abre espaço para o entendimento de que “o que passa a mover o interesse do leitor de biografias são as variadas maneiras de interpretar e representar, sob a forma de uma narrativa, os acontecimentos da vida do escritor”. (WERNECK, 1996, p.24)

Para investigar o gênero entrevista dentro do campo dos estudos literários, parto do trabalho de Maria Helena Werneck para propor um pensar saudável sobre as entrevistas com escritores. Escapando da análise de objetos de estudo canônicos, já legitimados pela academia, trago para o centro da cena deste trabalho um gênero que articula diferentes campos do saber, apostando em princípio na possibilidade de tensão como potência para a construção de modos de ler uma parte da produção literária no Brasil da atualidade, aquela na qual o jogo proposto convida o leitor para estabelecer relações entre vida e obra do escritor, evitando, contudo, retornar ao biografismo tal como praticado pela crítica oitocentista. Utilizarei, ao longo deste trabalho, o conceito de espaço biográfico apresentado pela autora argentina Leonor Arfuch em seu livro de mesmo nome. Dele me interessa principalmente a ideia de interatividade, proposta pela teórica a partir do entendimento deste como um espaço de articulação entre múltiplos gêneros e formas diversas, pelas quais as vidas se narram ao mesmo tempo em que se criam.

Para a teórica argentina, a multiplicidade das formas que compõem o espaço biográfico possui o traço comum de contar, ainda que de diferentes maneiras, experiências de vida – seja essa vida pessoal ou relacionada à atividade artística.

Assim, ao compreender o espaço biográfico não como uma especificação particular de cada gênero e sim como o entre-lugar de interatividade entre eles, nos conectamos a uma nova tendência das narrativas contemporâneas, que privilegia a convergência de mídias como estratégia central para atrair diferentes públicos em torno de uma criação artística. Tendência essa que se apoia, por sua vez, em um velho costume de nossa cultura, oferecendo novos suportes para uma antiga prática, a das escritas de si. Inspirada no mapa do território que Leonor Arfuch traça no primeiro capítulo de seu livro, apresento, a seguir, as coordenadas que me levaram a escolher, dentre as muitas possibilidades existentes, a entrevista como gênero a ser estudado em suas mais diferentes possibilidades. Em seguida, partirei dos estudos e apontamentos sobre o gênero já levantados por Arfuch para colocá-los em diálogo com as perspectivas apresentadas por outros pesquisadores da atualidade.

### **Mas por que entrevistas com escritores?**

A curiosidade que deu origem ao presente trabalho nasceu de uma antiga proposta de analisar a produção autobiográfica contemporânea por meio de uma investigação acerca da proliferação dos discursos em primeira pessoa como tendência cultural da atualidade, e de suas relações com o uso das novas tecnologias digitais, eletrônicas e interativas. Enquanto me debruçava em vastos conteúdos disponíveis na *web*, deparei-me com uma grande quantidade de entrevistas postadas em blogs e perfis em redes sociais de escritores da atualidade, que utilizavam este canal de comunicação como meio para o compartilhamento de relatos pessoais e promoção de suas obras. Encontrei-me, então, diante de um amplo material a ser trabalhado que despertava minha curiosidade para uma série de novas questões e conduzia minha investigação para outra direção. Nesse sentido, perguntava-me: o que leva, na atualidade, escritores com livros publicados a se aventurarem em diferentes possibilidades narrativas e autobiográficas em incessantes entrevistas midiáticas? E, afinal, quem fala na entrevista? O escritor, sujeito empírico, ou o autor personagem público? Ou, ainda, em que medida o escritor se apresenta, na entrevista, como personagem de si mesmo, em atos de encenação?



Ao escolher entrevistas com escritores como objeto de estudo, estive, portanto, inicialmente interessada na cena da entrevista. Imaginei, nela, o escritor: entrevistado ficcionista ocupando o centro do palco. Em interação com o escritor estariam o entrevistador e o público. Este, ainda que participasse apenas hipoteticamente da cena, assumiria um papel fundamental: é para ele que a entrevista é produzida. Toda produção é sempre destinada a alguém. O entrevistador, sob a luz do escritor personagem principal da trama, desempenharia o papel de coadjuvante. O ato da entrevista seria precedido pela existência do autor, personagem público, que assinou livros e assumiu algum lugar de destaque no disputado circuito artístico-literário da atualidade. Seriam entrevistados aqueles que, por algum motivo, foram *legitimados* a “ter algo a dizer”. Ao entrevistador, a função: tornar possível a enunciação do outro, deixá-lo aparecer, facilitar o seu *show*.

Com o tempo, estranhei essa cena. Durante as pesquisas realizadas para investigação do tema, deparei-me, entretanto, com trabalhos realizados que complexificavam a temática estudada, acrescentando novas questões às inicialmente levantadas por mim:

Pelas próprias características do escritor, que envolvem o seu trabalho poético com a palavra e a sua autonomia para ordenar a realidade, a entrevista literária resulta, e não raramente, num texto marcado por qualidades estéticas e reflexivas. Nesse caso, o jornalismo se coloca de maneira exploratória e participativa diante de um personagem tornado notícia pelo seu fazer literário, criando uma situação peculiar de produção do texto: a entrevista produz um novo texto do escritor, em parceria com o jornalista, e a literatura ingressa num espaço em que possibilita a sua discussão, divulgação e mesmo produção. (VOGEL, 2005, p.124)

Daisi Vogel é professora do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina e desenvolve uma pesquisa voltada às relações entre jornalismo e literatura, ao jornalismo cultural e à revista ilustrada. A leitura de seu artigo *Escritores em entrevista: co-autoria e disseminação* despertou algumas de minhas primeiras inquietações. Por ora me deterei em dois aspectos dessa discussão: a investigação sobre o gênero entrevista como um lugar no qual a literatura ingressa

em um espaço de divulgação, e o levantamento de possibilidades de entendimento deste como um espaço de criação de novos textos. Antes de embarcar na discussão destas questões, ressalto o dado de que a escolha por trabalhar com entrevistas com escritores não é aleatória. Também me interesse pelas relações entre jornalismo e literatura. Nela inquieto-me, sobretudo, pela tensão que a articulação destes campos cria entre aquilo que seria da ordem da informação e estaria então comprometido com o “real”, e aquilo que foge à lógica documental para adentrar o campo da arte, na forma de um discurso que se constrói legitimadamente ficcional.

### **A entrevista na criação e comunicação literária**

Leonor Arfuch inicia o quarto capítulo de seu já mencionado trabalho chamando atenção para o que considera uma transformação decisiva nas formas de enunciação do eu. Segundo a autora, o avanço da midiaticização e o surgimento das tecnologias de transmissão ao vivo retiraram as narrativas biográficas dos circuitos íntimos (como as cartas e os diários) e fizeram com que fossem explorados, até a saturação, em diferentes suportes e em escala global. Dentre as novas modalidades surgidas a partir do avanço da cultura midiática do final do século XX, a entrevista, embora seja ainda uma forma não muito estudada no campo dos estudos literários, parece concentrar em um único gênero valores, tons e funções autobiográficas, podendo se tornar, indistintamente, depoimento, confissão, memória, testemunho e etc.

A autora aponta que, embora seu surgimento seja incerto (estima-se que tenha ocorrido na segunda metade do século XIX), o nascimento da entrevista jornalística enquanto gênero parece estar ligado a uma maneira de resguardar e autenticar as palavras ditas na imprensa, tendo este gênero se transformado rapidamente em um fértil meio para o conhecimento das pessoas e personalidades. Ainda nesse sentido, a ilusão de proximidade e veracidade, advindas da ancoragem na palavra dita, parecem ter sido decisivas para sua rápida afirmação como gênero.

Rachel Esteves Lima, coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Literatura e Cultura da UFBA, em seu artigo *A entrevista como gesto (auto)biográfico*

(2011), fala também de uma possível datação para a aparição da primeira entrevista publicada de que se tem notícia, que teria acontecido em 1936, quando James Gordon Benner publicou uma entrevista que realizou com a dona de um bordel ao apurar informações sobre o assassinato de uma prostituta. Ao apresentar esta data, Lima relaciona-a a um comentário tecido pelo escritor Gabriel García Márquez, entusiasta declarado do gênero, que já mencionou sentir-se “incomodado com o fato de qualquer pessoa se sentir no direito de realizar uma entrevista, atribuindo às entrevistas uma ‘má reputação de mulher fácil’” (LIMA, 2011, p.36). Sobre a questão, Lima relaciona o depoimento de García Márquez às ideias de Walter Benjamin, ao mencionar:

(...)percebe-se, no entanto, que a imagem da prostituta continua associada a essa atividade, possivelmente por ser essa a figura que alegoriza, segundo Walter Benjamin, a condição do escritor que perde sua aura e tem que se render ao mercado. E talvez não seja mesmo nenhum devaneio a conjectura de que daí advenha o preconceito demonstrado em relação aos colegas que ousam se aproximar da mídia. (LIMA, 2011, p.36)

No que se refere ao conteúdo, o percurso de adentrar a intimidade a partir daquilo que era da ordem do público é apontado por Arfuch como uma característica da entrevista que traz para cena aqueles que já haviam conquistado alguma notoriedade. Nesse sentido, a entrevista estaria, então, diretamente ligada à consolidação do capitalismo e à sua lógica do mercado, tornando-se, assim, peça chave tanto da visibilidade democrática, quanto da tendência constante à modelização das condutas. Isso porque, na criação de retratos públicos modelizadores desenhados nas entrevistas, haveria sempre, em maior ou menor escala, a marca da subjetividade, “essa notação diferencial da pessoa que habita o discurso da própria experiência” (ARFUCH, 2010, p.153).

Sobre essa questão, Silviano Santiago escreveu, em 1973, um ensaio intitulado *Bom Conselho*, no qual fala do gênero entrevista como substituto do texto teórico paralelo à criação artística. Ao fazer esta comparação, Santiago apresenta sua proposição de que o lugar da pergunta teórica, apontada como recurso em desuso, havia sido substituído pelo gênero entrevista e sua técnica do “bom conselho”, por

meio da qual os artistas, fugindo da teorização que inseriria sua obra na cultura, propõem um desvio temático, evitando o objeto que justifica a própria entrevista, para, no lugar, oferecer aos ouvintes, por meio de suas palavras autorizadas, experiências e lições de vida. Em suas palavras:

O desvio temático portanto enfatiza, põe em relevo a personalidade, o comportamento diário, em lugar de colocar em questão as ideias daqueles que se encontraram na berlinda. Falam de tudo, menos daquilo que esperavam que falassem. (SANTIAGO, 2000, p.169)

Mas, se no início o gênero estava ligado ao interesse por grandes personalidades, como propõe Arfuch, com o tempo o efeito de proximidade foi se transformando em efeito de celebridade, e a entrevista passou a ser um ritual obrigatório de consagração. No entanto, apesar dos diferentes personagens que são oferecidos à curiosidade do público e das diferentes possibilidades de trocas possíveis, alguns traços são apresentados por Arfuch como pontos-chave para o sucesso inicial da entrevista como gênero predominante da economia da mídia, sendo eles a ilusão do pertencimento, a imediatividade do sujeito em sua corporeidade (mesmo na distância da palavra gráfica), a vibração de uma réplica marcada pela afetividade, e o acesso à vivência mesmo quando não se fala da vida (ARFUCH, 2010, p.154).

Sobre a ideia de proximidade, a autora destaca como fundamental a percepção de que, para além do “cara a cara” entre entrevistador e entrevistado, há sempre um terceiro incluído no diálogo: o público para quem se fala. Esse público, como também menciona Santiago, pode ser real ou imaginado, e tem fundamental participação na construção da figura heroica e modelizadora construída no ato da entrevista. Leiamos:

Em termos mais precisos e mais esquemáticos, diremos que num diálogo entre A (repórter) e B (artista) possivelmente sobre X (música popular), o interesse da conversa é deslocado para C (leitor), transformando-se B finalmente no lugar e no repertório de verdades profundas (ou de algibeira – não nos enganemos, pois existe muito conselheiro acácio por aí), verdades que distribui a seu bel-prazer para obrigar que se esqueça com maior eficiência um problema que normalmente seria o tópico da discussão. (SANTIAGO, 2000, p.170)

A afirmativa de Santiago reforça a importância da aprofundarmos a análise de uma questão que atravessa o estudo do gênero quando focalizamos nossa atenção nas entrevistas realizadas com escritores. Mencionei anteriormente minha identificação com as ideias apresentadas por Daisy Vogel, quando a pesquisadora discorre acerca das “características do escritor, que envolvem o seu trabalho poético com a palavra e a sua autonomia para ordenar a realidade” (VOGEL 2005, p.124). Por isso, considero importante problematizar o tema da *verdade* por meio de uma fala de Silviano Santiago, escritor que habilmente problematiza as fronteiras rígidas entre realidade e ficção em suas criações artísticas. Não à toa, o autor nos adverte, em seu texto, quanto a possibilidade de nos depararmos com um dos muitos ‘conselheiros acácio’ que existem por aí.

Conselheiro Acácio é uma das personagens da obra *O Primo Basílio*, de Eça de Queirós. Essa figura fictícia tornou-se célebre como alegoria da formalidade e mediocridade dos políticos e burocratas portugueses dos finais do século XIX, sendo até hoje utilizada como metáfora para satirizar posturas pseudo-intelectualizadas. Ao trazer essa personagem para sua discussão, Santiago nos coloca diante de uma questão também discutida por Vogel, quando ela apresenta, a partir dos postulados de Roland Barthes, a ideia de um deslizamento da função do autor nas entrevistas, cambiante entre as figuras do escritor e do escrevente.

Em seu ensaio, intitulado de *Escritores e Escreventes* (2007) e originalmente publicado em 1960, Barthes afirma que do século XVI ao XIX, durante toda a era capitalista clássica, os escritores exerciam domínio sobre a linguagem, uma vez que eram os únicos homens autorizados a falar. Segundo o autor, a virada histórica trazida pela Revolução Francesa, entretanto, retirou este domínio dos escritores, uma vez que viu-se então “aparecer homens que se apropriaram da língua dos escritores com fins políticos” (BARTHES, 2007, p.31). Optando por chamar esses novos atores do cenário discursivo da época de escreventes (e não de intelectuais), o autor propôs uma categorização distintiva, elaborada a partir da relação que escritores e escreventes possuem com a palavra. Assim, o escrevente seria aquele que utiliza a palavra como meio para algo, reduzindo a linguagem a um mero instrumento da comunicação, que



deve ser sustentada a partir da manifestação imediata acerca daquilo que se pensa. Para o escritor, por sua vez, a linguagem seria um ato intransitivo, encerrado em si, utilizado com a finalidade estética que se cumpre no próprio ato de escrever.

Vogel parte, então, dessa classificação proposta por Barthes para problematizar a participação dos escritores da atualidade em entrevistas, uma vez que, ao adentrar o campo da comunicação, passariam a atuar também como escreventes, utilizando a linguagem para os fins transitivos da informação e respondendo rapidamente à uma série de perguntas que extrapolam as curiosidades sobre o seu fazer literário. Durante o ato da entrevista haveria, segundo a pesquisadora, uma sobreposição de papéis que acentuam a proposição de Barthes que, ao final de seu ensaio, aponta para a impossibilidade de as categorias por ele propostas existirem em suas formas puras, dando origem a uma forma híbrida, que chama de escritor-escrevente. Sobre o deslizamento de papéis que o entrevistado vive, Vogel problematiza:

É particularmente estimulante na ideia de Barthes a possibilidade de pensar os diferentes movimentos que podem ocorrer quando o entrevistado desliza em vaivém da atitude do escrevente à função do escritor e vice-versa. Pois se o escritor se precipita no imediato da entrevista, falando o que não é por convenção literatura e nesse momento encarna o escrevente, esse seu texto pode, contudo, rumar “ao teatro da linguagem” e à intransitividade do seu gesto. O escritor em entrevista é um escrevente, mas, enquanto escrevente, aciona e articula o teatro da linguagem, move-se entre um papel e outro e joga com tais papéis, com o que escreve uma trajetória de si. Configura-se assim um curioso círculo onde, num lugar que não é literário por estatuto, pode luzir o que, à revelia, é também da esfera da literatura. Ou seja, na própria movência de uma atribuição para a outra se instala a possibilidade do vazamento e resiste o lume do criativo e da fruição intransitiva, cujo cerne, poético, não se extingue na duplicidade inicial da notícia, de mercadoria e comunicação civil. (VOGEL: 2005, p.126)

Estaríamos, agora, adentrando um campo de análise que nos permite abrir a discussão para a possibilidade de compreender a entrevista como um lugar no qual a literatura ingressa também em um espaço de criação. É o que podemos observar neste

trecho de uma entrevista realizada com o escritor Gabriel García Márquez, a respeito de seu livro *Cem anos de solidão*, mencionada no referido artigo pela pesquisadora:

- *E Remedios, a Bela? Como ocorreu a você enviá-la ao céu?*
- Inicialmente tinha previsto que ela desapareceria quando estava bordando na varanda da casa com Rebeca e Amaranta. Mas esse recurso, quase cinematográfico, não me parecia aceitável. Remedios ia ficar por ali de qualquer forma. Então me ocorreu fazê-la subir ao céu em corpo e alma. O fato real? Uma senhora cuja neta tinha fugido de madrugada e que para esconder essa fuga decidiu fazer correr o boato de que sua neta tinha ido para o céu.
- *Você contou em algum lugar que não foi fácil fazê-la voar.*
- Não, não subia. Eu estava desesperado porque não havia meio de fazê-la subir. Um dia, pensando nesse problema, fui para o quintal da minha casa. Havia muito vento. Uma negra muito grande e muito bonita que vinha lavar roupa estava tentando estender lençóis num varal. Não podia, o vento os levava. Então, tive uma iluminação. “É isso”, pensei. Remedios, a Bela, precisava de lençóis para subir ao céu. Nesse caso, os lençóis eram o elemento trazido pela realidade. Quando voltei para a máquina de escrever, Remedios, a Bela, subiu, subiu e subiu sem dificuldade. E não teve Deus que a impedisse. (MÁRQUEZ, *apud* VOGEL, 2005, p.129-130).

Em uma perspectiva semelhante a essa que acabamos de apresentar, Santuza Naves, pesquisadora que desde os anos 1980 desenvolvia trabalhos nas áreas de antropologia da música e antropologia da arte, abriu, em artigo publicado na *Revista Matraga*, um caminho para se pensar as entrevistas realizadas com artistas *como uma obra em si, e não um subsídio empírico para uma teorização posterior* (NAVES, 2007, p.155). Ao escrever sobre as entrevistas que realizou com músicos populares ao longo de sua trajetória de estudos relacionados à canção popular no Brasil e inseri-las dentro do campo de estudos que articula a arte à antropologia, Naves propõe uma reflexão sobre a possibilidade de pensá-las como etnografias. Nesse sentido, enfatiza o caráter dialógico da entrevista, que acontece justamente na manutenção do diálogo entre entrevistador e entrevistado.

Obviamente, para que o diálogo se concretize, é necessário que o entrevistador não se reduza à condição de um gravador de depoimentos alheios nem se esconda por trás de um questionário frio e padronizado, mas que, pelo contrário, assuma suas opiniões. Em caso de discordância entre entrevistador e entrevistado, segue-se um embate que caracteriza mais ainda o aspecto lúdico dessa forma

de conhecimento que não se reduz a uma sucessão de perguntas e respostas. (NAVES, 2007, p.157)

Também versando sobre essa questão, Sérgio de Sá, que em seu livro *A reinvenção do escritor* dedicou um capítulo inteiro à análise de questões relacionadas às entrevistas com escritores, apontou para a importância da participação qualificada do entrevistador que, em parceria com o entrevistado, assina a autoria daquilo que é produzido por ambos em situação de comunicação. Nesse sentido, ao discutir alguns aspectos relacionados à prática da realização de entrevistas por e-mail, que excluíam a interação direta do processo, o pesquisador aponta a espontaneidade como uma das principais marcas da entrevista. Pergunta, então, se a espontaneidade levaria à legitimidade, ao que o próprio responde:

Na entrevista? Provavelmente. Mas isso não se concretiza (que não é uma boa palavra neste caso) sem competência e erudição, duas qualidades do entrevistador segundo o jornalista Sérgio Augusto. De certa maneira, a entrevista aprisiona o sentido. No mínimo, o direciona na intenção dos autores da reportagem, que são, não nos enganemos, tanto o entrevistador como o entrevistado. O grau de intensidade da participação de cada um dos lados dependerá da atitude passiva ou ativa tomada pelos dois atores desse evento midiático. O aprisionamento do significado assemelha-se ao que acontece quando romances ou contos são adaptados ao cinema. É a leitura do roteirista, transformada pelo olhar do diretor – isso sem levar em consideração a autoria ainda mais coletiva da arte de filmar. O erro que diferencia entrevistado de entrevistador deve funcionar como conjunção aditiva, e não adversativa. (SÁ, 2010, p.154)

Apostando na interação entre entrevistador e entrevistado como meio potente para a criação de novos textos, a editora Azougue criou uma coleção chamada de ‘Encontros, a arte da entrevista’. Afirmando trabalhar no resgate da entrevista como forma privilegiada de comunicação, cada volume reúne entrevistas e depoimentos realizados em diferentes momentos das trajetórias narradas. A proposta, que reúne publicações de grandes nomes do mundo das artes como Clarice Lispector, Carlos Drummond de Andrade, Silviano Santiago, Tom Zé, Caetano Veloso e Jorge Luis Borges, dentre outros, trouxe nas primeiras páginas do volume dedicado ao escritor

argentino um depoimento do mesmo acerca do trabalho realizado em parceria com seu entrevistador:

Paradoxalmente, os diálogos entre um escritor e um jornalista parecem menos um questionário e mais uma espécie de introspecção. Para quem faz as perguntas, pode ser uma tarefa não isenta de fadiga e de tédio; para o entrevistado, são como uma aventura em que a aventura e o imprevisível o espreitam.

Fernando Sorrentino conhece a minha obra – vamos chamá-la assim – muito melhor do que eu; isto se deve ao fato evidente de que eu a escrevi uma só vez e ele a leu muitas, o que a torna menos minha do que dele. Ao ditar estas linhas, não quero subestimar sua bondosa perspicácia; quantas tardes, falando cara a cara, me conduziu, como quem não quer nada, às constatações necessárias que logo me assombravam e que ele, sem dúvida, havia preparado.

Fernando Sorrentino é, em resumo, um dos meus mais generosos inventores. Quero aproveitar esta página para falar-lhe da minha gratidão e da certeza de uma amizade que os anos não apagarão. (BORGES, SORRENTINO, 2009, p.11)

Também interessado na temática que trabalhamos, Ítalo Moriconi, em um artigo publicado no ano de 2006 e intitulado “Circuitos contemporâneos do literário”, se propôs a problematizar a conceituação e a valorização do objeto literário a partir de uma análise dos circuitos comunicacionais. Debruçando seu olhar sobre a produção literária brasileira nos anos 1990 e 2000, Moriconi levanta algumas hipóteses sobre as relações entre o real e o ficcional na literatura e na cultura midiaticizada contemporâneas, assim como sobre o impacto que estas poderiam ter sobre conceitos fundamentais da teoria da literatura, particularmente no tocante às relações entre autor e narrador. Ao dissertar sobre a crescente participação de escritores em programas de televisão, feiras e eventos literários, propõe uma abordagem que considere não apenas a interação entre o entrevistador e o entrevistado, mas que inclua o público como participante ativo da construção dos conteúdos que são produzidos a partir dos encontros tecidos nesses espaços:

A discussão da obra hoje é uma triangulação entre o autor protagonista do espaço público midiático (autor, ator: máscara), o texto de referência por ele escrito e o público em geral. O contato direto entre autor e público tem um potencial de relativizar e alterar, ou quem sabe recuperar, a função da crítica literária, o mesmo podendo ser dito em relação ao papel que podem exercer as

fórmulas universitárias. Se na esfera pública clássica, pré-midiática, o autor era um “ser de papel” (como dele disse Barthes), ser virtual no sentido original da palavra virtual e não no sentido de virtual on line, hoje esse autor está disponível para apresentar seus materiais de trabalho, de tal maneira que a esfera do específico estético incorporou o making of como elemento de consideração. Algo análogo ocorre nas artes plásticas: o relato auto reflexivo da relação de produção entre artista e materiais é frequentemente tão ou mais interessante como objeto estético do que a obra material acabada, que pouco significa fora de um suporte discursivo. Considero que textos de depoimentos de artistas e de entrevistas sobre suas trajetórias biomateriais constituem corpus que fazem parte do conceito de literário atualmente. É que faz parte da definição de arte e literatura o objeto que se coloca em cena como representação do processo material de criação, como simulacro de uma situação de enunciação. (MORICONI, 2006, p.161)

A ideia de trabalhar com a dicotomia verdade-mentira apresenta, como já discutimos anteriormente, especial apelo quando tratamos de entrevistas não com artistas em geral, mas com escritores. Ficcionista por profissão, o escritor, ao entregar-se à curiosidade midiática, passa a transitar pelo terreno da informação para se comunicar com o seu público acerca de sua vida e obra. A trama fica ainda mais complexa quando o tema da entrevista se direciona ao último ponto. O bom jornalismo, provoca Sérgio de Sá (2010, p.148), pressupõe a apuração - checagem da informação obtida - como parte inseparável da produção da notícia. Mas, completa: “como verificar aquilo que o escritor diz sobre sua obra?” e, acrescento: como deixar de lado o conhecimento prévio que temos acerca de seu ofício? Como não considerar o seu trabalho inventivo com as palavras? Voltemos a um exemplo citado pelo pesquisador em seu livro:

Volto com uma pergunta: como concluir que um escritor está errado ao fazer determinada afirmação sobre sua obra? E, para além de jogo retórico, respondo com um exemplo. Na manhã do último dia da primeira Festa Literária Internacional de Paraty, a Flip, em agosto de 2003, ocorreu evento raro: uma coletiva de imprensa com o escritor norte-americano Don DeLillo. Primeiro, os jornalistas se espantaram com a disponibilidade do consagrado autor de clássicos contemporâneos como *Ruído branco* e *Submundo*. Não era para menos. Veio antes a fama de recluso, avesso a entrevistas. Na hora agá, para completar, DeLillo esbanjou palavras e simpatia. “Me ensinaram que numa coletiva alguém faz um anúncio importante.



Então vou fazer um: a invasão da Síria. Às três da manhã.” Verdade?, espantaram-se alguns dos repórteres presentes. “Não, pura ficção.” Mais do que “anunciar” algo relevante, DeLillo colocou em jogo o sentido daquele encontro, como se a literatura não pudesse ser objeto de interesse para a construção de notícia, como se um novo livro – *Cosmópolis*, no caso – não devesse ser objeto de reportagem mas apenas sujeito a observações críticas, como se o escritor não tivesse nada de relevante a dizer fora da obra. Depois de duas horas de bate-papo, veio a constatação de uma jornalista: “Mas você não é tímido”. Ao que responde DeLillo: “Nunca acredite na mídia.” (SÁ, 2010, p.148)

O exemplo acima apresenta, mais uma vez, uma cena na qual o conteúdo produzido em entrevista coloca em questão a tensão entre a literatura e a comunicação, ao produzir, a partir do encontro entre escritor, entrevistador(es) e público, um novo texto que não se encaixa em nenhuma das duas áreas, situando-se exatamente no trânsito entre ambas. A reflexão sobre esse tipo específico de diálogo mais criativo parece, portanto, abrir caminho para fecharmos este texto com a sugestão de que o estudo das entrevistas que propomos seja lido a partir de um ponto de vista que focaliza o ato da entrevista em si e aposta na potência de uma cena que acontece no *aqui* e no *agora*. Analisar a prática da entrevista pela ótica do tempo e espaço é, por fim, ideia que construo novamente a partir de Silviano Santiago que, em seu já mencionado ensaio, apontou:

Se certa ênfase é dada hoje à participação do espectador na construção do trabalho do artista, é porque, na ausência do museu, apenas o lugar geográfico do acontecimento (no sentido também de conglomeração humana) é que muitas vezes justifica sua existência. (SANTIAGO, 2000, p.166-167)

A proposta de pensar um lugar geográfico do acontecimento no campo das artes, e em especial da literatura, por sua vez, abre espaço para pensarmos as entrevistas com escritores como um deslizamento da obra que deixa o livro e caminha para a figura do autor que, por sua vez, convida o leitor a fazer parte deste processo. Trabalho, portanto, com a proposta de pesquisar algumas possibilidades de entendimento de parte da produção literária contemporânea como algo que acontece também fora do livro, no encontro entre entrevistador, público-leitor e artista que,

juntos, compartilham a autoria daquilo que é produzido a partir da interação entre todos. Dentro dessa perspectiva, o espaço da entrevista proporcionaria também outro deslizamento, do sujeito-autor para o escritor-personagem de si mesmo que, em situações de interação comunicativa, construiria, simultaneamente e a várias vozes, sua vida e obra.

### Referências bibliográficas

ARFUCH, Leonor. *O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2010.

BARTHES, Roland. Escritores e Escreventes. In \_\_\_\_\_. *Crítica e verdade* [tradução Leyla Perrone-Moisés], — São Paulo: Perspectiva, 2007.

LIMA, Rachel Esteves . A entrevista como gesto (auto)biográfico. In: Eneida Maria de Souza; Wander Melo Miranda. (Org.). *Crítica e coleção*. 1ed. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2011, v. 1, p. 32-44.

MORICONI, Ítalo. Circuitos contemporâneos do literário (indicações de pesquisa) In: *Gragoatá*, Niterói, n. 20, 1º sem. 2006.

NAVES, Santuza Cambraia. A entrevista como recurso etnográfico. *Matraga* (Rio de Janeiro), v. 14, p. 155-164, 2007.

SÁ, Sérgio de. *O escritor reinventado: literatura e mass media*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

SANTIAGO, Silviano. Bom conselho. In \_\_\_\_\_. *Uma literatura nos trópicos: ensaios sobre dependência cultural*. 2ª Ed. Rio de Janeiro Rocco, 2000.

SORRENTINO, Fernando. Jorge Luis Borges: sete conversas com *Fernando Sorrentino (Encontros)*. Trad. Ana Flores. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.

VOGEL, Daisi Irmgard. Escritores em entrevista: co-autoria e disseminação. *Estudos em Jornalismo e Mídia* (UFSC), Florianópolis (SC), v. vol.2, n.2, p. 123-132, 2005.

WERNECK, Maria Helena. *O homem encadernado*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1996.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## **Redes, Malhas e Espaços Vazios<sup>1</sup>** Por uma Pré-História do GPS

**Nelson Shuchmacher Endebo<sup>2</sup>**

### **Resumo**

O GPS hoje está presente em diversos âmbitos da vida, como tecnologia de navegação e orientação, de mapeamento e recenseamento topográfico; como tal, ele serve para fins militares, comerciais e estratégicos, entre muitos outros. A origem da técnica do GPS tem sua raiz na história da tecnologia, decerto. Mas a história da tecnologia, uma vez que se entrelaça de maneira profunda com a história do empenho humano, tem suas matrizes ideativo-formais que impulsionam as invenções e positivamente técnicas. Partindo das análises técnico-culturais de Bernhard Siegert, e da investigação preliminar de Christian Emden sobre a metáfora da rede, mapearemos alguns desses pressupostos que, tomados em conjunto, formam os contornos da pré-história dessa técnica tão difundida em nossos dias.

### **Palavras-chave**

*taxis*; malha; espaço vazio; técnicas culturais; teoria da mídia

### **Proêmio**

Segundo a tradição, Íxion, filho de Flégias, rei dos Lápitios, consentiu em casar-se com Dia, filha de Deioneu, prometendo muitas dádivas ao sogro. Mas Íxion quebrou sua promessa e Deioneu, furioso, tomou-lhe seus cavalos. Para vingar-se, Íxion atrai o sogro até uma câmara incendiária montada em sua própria morada, onde Deioneu morre queimado. O crime hediondo, o primeiro assassinato na história do mundo, espanta todos os deuses, que consideram-no imperdoável; menos um, contudo – Zeus - quem confere purificação e imortalidade a Íxion, e o recebe em seu lar para um banquete. Bebe-se muito vinho. Mas Íxion não conhece a gratidão, e visa arrebatá-la, Hera, esposa de Zeus. O chefe do Olimpo, notando a malícia, molda uma nuvem com a forma da esposa, que o bêbedo e distraído Íxion prontamente seduz. Zeus flagra a cena, e

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 - Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, em 23 de outubro de 2015.

<sup>2</sup> Nelson Shuchmacher Endebo é mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Graduou-se em Letras (Inglês e Alemão) pela Portland State University, nos EUA, em 2013, e foi pesquisador bolsista do DAAD na Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg, Alemanha, em 2012. E-mail de contato: [nendebo@gmail.com](mailto:nendebo@gmail.com)

pune Íxion com grande severidade, amarrando-o à uma roldana flamejante e lançando-a contra o firmamento. Acredita-se que o imortal Íxion ainda hoje vagueie pelos céus.

### **GPS e a malha<sup>3</sup> do mundo**

A narrativa de Íxion, preservada em uma tradição literária que se estende de Píndaro e Ovídio até Kerényi e Graves, contém um dado antropológico que não possui data e lugar na cronologia. Trata-se de uma anedota também sobre o exercício reflexivo, o trabalho teórico. No limite, ela explicita o imemorial fascínio que o ser humano nutre pela ideia de *abandonar o mundo*. Íxion, atirado aos céus, flutua no desconhecido. Cometera um crime terrível, mas recebeu outra chance de permanecer entre nós. Mas a curiosidade, para saciar-se, não respeita limites; e é a segunda transgressão que confere a Íxion a punição de uma limitação eterna que é, simultaneamente, uma superação: um conhecimento que ninguém compartilha, pois proibido pelo vínculo terrestre da própria condição humana. *Íxion é o primeiro satélite artificial*.

Essa última afirmação, tão jocosa à primeira vista, não é nossa; é de Michel Capderou, autor de um minucioso tratado de mecânica espacial e orbitografia, que tem como base um sofisticado *software* chamado, não por acaso, Ixion (CAPDEROU, 2012, p. XXI). Passeando pelas linhas repletas de equações, pelos diagramas, tabelas e desenhos desse livro de quase mil páginas, o qual classifica e esmiúça as diversas propriedades das órbitas dos mais de mil satélites artificiais que, desde o lançamento do Sputnik 1 em 1957, circundam a Terra, percorremos a trajetória das formas que, mais do que representar, parecem fornecer a própria base do pensamento e empenho humanos. Falamos em órbitas: falamos de elipses e seções cônicas; de Euclides, Menecmo, Apolônio de Perga; falamos de Galileu e Kepler; de órbitas reais e também ideais.

Em nossos dias, o Global Positioning System (GPS) é um sistema de navegação por satélite amplamente utilizado, que opera como base de dezenas de tecnologias de comunicação que vão desde sistemas avançados de rastreamento e localização de alvos militares até aplicativos de

---

<sup>3</sup> “Malha” é a tradução do termo técnico inglês “grid”, amplamente utilizado na arquitetura. Agradecemos à Marise Ferreira Machado, professora de Arquitetura da Universidade Estácio de Sá, no Rio de Janeiro, por nos esclarecer a tradução correta. Bernhard Siegert, cujo trabalho discutiremos mais à frente, utiliza os termos germânicos *Raster*, geralmente traduzido como *grid*, e *Gitternetz*, que Winthrop-Young traduz como *lattice*, um termo têxtil que mantém a conexão com o português “malha”. Todas as demais traduções de línguas estrangeiras ao longo desse artigo são de nossa autoria.

celular como o Swarm, que permite que usuários registrem e compartilhem *checks-in* nos lugares por onde passam, como se deixassem pegadas digitais. Desenvolvido pelo Departamento de Defesa dos EUA na década de 1970 para fins militares, foi apenas a partir dos anos 90 que abriu-se o sistema para uso na sociedade civil. A infraestrutura básica do GPS<sup>4</sup> é compartilhada entre essas duas esferas: uma rede constituída de pelo menos 24 satélites, distribuídos igualmente por seis órbitas ao redor da Terra. Para a geração e remissão da informação sobre posições terrestres, é necessário um enredamento mínimo de quatro satélites em um dado momento. Em 1995, a capacidade operacional do sistema teria atingido o ponto de saturação; estima-se que, desde então, o GPS funcione com um número total ainda mais elevado de satélites (EL-RABBANY, 2012, p.1-11). Nenhuma região sobre a superfície do planeta é tecnicamente invisível para o sistema. Mas o que significa isso? Do ponto de vista que adotamos, e que doravante chamaremos de *mídia-teorético*, isso quer dizer que uma longa série de técnicas culturais, definidas como *práticas que operacionalizam distinções ontológicas*, acha-se em vias de implementar a conversão medial do globo<sup>5</sup>, em toda a sua imensidão estranha, em uma invisível malha pontilhada, em que cada ponto é um endereço irredutível capaz de remeter informações processáveis por agentes não-humanos em rede.

Ao adotarmos o conceito de *técnica cultural* [*Kulturtechnik*], incorporamos uma prática bastante difundida nas ciências de mídia tais como praticadas na esfera de língua alemã, por estudiosos como Claus Pias, Wolfgang Ernst, Friedrich Kittler e Bernhard Siegert, que dedicam especial atenção às materialidades e temporalidades dos processos técnicos<sup>6</sup>. O termo, entretanto, pode ser encontrado também nos escritos de pensadores das tradicionais ciências humanas, em que os processos de hermenêutica, interpretação e exegese textual compreensivelmente conservam papel imprescindível no trabalho intelectual. Ilustrativo, para nós, é o artigo de Christian Emden sobre a metáfora da “rede” na história da filosofia, onde o termo *Kulturtechnik* ocorre mais de dez

<sup>4</sup> Para exposições detalhadas do aparato técnico do sistema, ver DOBERSTEIN, 2011; HOFFMAN-WELLENHOF, 2008; PIÉPLU, 2008.

<sup>5</sup> Dizemos “em vias de” porque, segundo El-Rabbany (2012, p. 27-46), as variações na qualidade e amplitude da transmissão dos sinais entre satélites e receptores na Terra ainda geram um número não negligenciável de erros de localização; atrasos na remissão de informação dos receptores, por sua vez, acarretam em cálculos de distância equivocados. A identificação da *posição exata* permanece um *desideratum*.

<sup>6</sup> FELINTO (2011, p. 10) pesa a contribuição de tais práticas no contexto do esvaziamento do conceito de cibercultura.



vezes<sup>7</sup>. A expressão é oportuna pois dissolve os conceitos usuais da filosofia em suas bases operativas, em suas dinâmicas mediais, que são então tratadas como o *prius* das distinções ontológicas. A análise das técnicas culturais implica, como escreve Siegert, “em uma ontologia histórica, que baseia aquilo que existe não em ideias, racionalidades ou *eidos*, mas em operações mediais [media operations], que agem como condições de possibilidade para os artefatos, o conhecimento, a produção de actantes [actants] políticos, estéticos e religiosos” (2011, p.15). Em outras palavras, ao falar-se de tempo, fala-se em como o tempo é contado, dividido, classificado; ao falar-se de espaço, fala-se de espaços organizados, habitados, vividos, imaginados dessa ou daquela forma. Por isso, ao apresentar as múltiplas configurações da metáfora da rede no vocabulário do pensamento, Emden testemunha a adaptabilidade daquela matriz metafórica em situações mediais muito heterogêneas, que a metáfora não “explica”; a função epistemológica dessa “ineficácia explicativa”, por sua vez, ainda aguarda, ela mesma, elucidação.

Nas próximas páginas nos ocuparemos de mapear algumas das técnicas culturais que subjazem a implementação da realidade enredada de um mundo circundado por satélites artificiais e saturado de dispositivos de localização espacial, a fim de traçar os contornos da pré-história do GPS.

---

<sup>7</sup> Ver EMDEN, 2014.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## Espaços Vazios

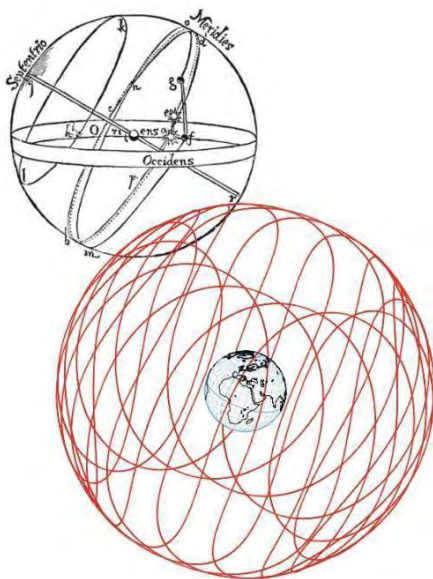


Figura 1 (in: CAPDEROU, 2012): Kepler e GPS

A figura 1 justapõe duas ilustrações: na parte superior, vemos uma reprodução do diagrama que adorna a primeira página da *Astronomia Nova* de Johannes Kepler, de 1609, em que o grande astrônomo calculou a trajetória elíptica do planeta Marte, que aparece no centro da esfera cósmica; na parte inferior, uma ilustração sincrônica das múltiplas órbitas dos satélites artificiais que compõem o GPS, ao redor da Terra. Para além das diferenças evidentes que quatro séculos de distância temporal conferem aos dois modelos, há um elemento representacional que merece especial consideração, que explicita duas situações teóricas marcadamente distintas. No modelo de Kepler, o planeta ao centro é representado com a superfície lisa; no de Capderou, a Terra aparece coberta por uma malha, um tecido de coordenadas. O olhar de Kepler é *centrífugo*, contemplando o objeto celeste na teoria. Isso lhe permite representar a órbita marciana idealmente; não é tanto a posição das figuras geométricas, e sim os valores atribuídos às elipses, o que verdadeiramente lhe interessa. Poderíamos conceber a figura de qualquer ângulo rotativo; o eixo de Marte poderia ser vertical. O modelo contemporâneo, por sua vez, é *centrípeto*, representa um sistema auto-referencial total, cuja única representação “convincente” deve ser sincrônica. A malha terrestre – o sistema de latitudes e longitudes - nos lembra que os satélites intercambiam

instruções de posições terrestres, determinadas, que só lhe são transparentes na medida em que são indexadas na malha. A informação que chega até o satélite, isto é, só poderá ser remetida se o receptor houver sido previamente vertido em endereço. Essa conversão, que pode ser preliminarmente caracterizada como a passagem da invisibilidade para a visibilidade, tem uma longa história média-teórica, cujos rudimentos são rastreáveis em determinadas técnicas culturais. Nossa exposição terá como base as pesquisas basilares de Siegert, e concluiremos retomando o estudo de Emden.

Xenofonte, em seu *Oeconomicus*, discute a técnica cultural da *taxis*, que diz respeito a “uma ordem de coisas na qual cada objeto encontra-se situado em um local fixo onde podemos recuperá-lo” (SIEGERT, 2006, p. 142; 2015, p. 97). Uma divisória tripartite na gaveta seria um exemplo prosaico de *taxis*: cada garfo, faca e colher tem ali seu lugar próprio. Ademais, para os gregos a ideia de ordem se identificava com a ideia do Belo, donde que a *polis* devesse refleti-la em seu projeto: já ali urbanismo e economia são unificados por técnicas de localização. A economia da *polis* precisa portanto ser ordenada segundo locais estabelecidos: todo cidadão e todo escravo saberão, assim, onde adquirir o item x e quais lugares evitar (XENOFONTE, 2013, p. 437-9). Como técnica cultural, *taxis* busca dar conta de certos problemas de ordem prática, ao substituir a visibilidade de um objeto por seu endereço. O ser humano, entretanto, é uma criatura peculiar; quantas vezes não falhamos em encontrar a pessoa que procuramos, que pode estar, ela mesma, à nossa procura? A mobilidade humana implica no endereço móvel do *objeto humano*. Ou seja, séculos se passarão até que possa haver uma técnica de *taxis* capaz de converter o humano em objeto rastreável.

Nítidas são as implicações dessa conversão para a bio- e geopolítica. Ela marca a passagem do sujeito pré-moderno de Xenofonte para o sujeito moderno de Foucault. Nessa chave é útil arrolar a antropologia fenomenológica de Hans Blumenberg, para quem o dado mais fundamental sobre o humano é sua visibilidade. Para o humano, percepção e reconhecimento emergem unificados no problema da visibilidade: perceber o outro é perceber a si mesmo, é saber-se visível para o outro. Por conta de sua postura ereta e distribuição de órgãos, o ser humano é visível em sentido *enfático* (BLUMENBERG, 1989, p. 55). O desenvolvimento da personalidade se assenta sobre o fato da visibilidade; a criança precisa aprender que pode ser vista mesmo quando fecha os

olhos, e deve assimilar os códigos de sociabilidade que normatizam a visibilidade sob formas de conduta compartilháveis (BLUMENBERG, 2006, p. 781). Na literatura, o romance problematiza sob forma narrativa a dinâmica entre percepção social e autoconsciência. Antropologicamente dizendo, o retraimento do hominídeo à caverna não seria tão somente a busca de um abrigo, de um refúgio contra predadores e o clima inclemente, mas seria também a fuga humana de sua própria visibilidade. Ao longo da saga de hominização, a metáfora da caverna, para dialogar com Blumenberg, é transferida para outras situações históricas, e assim se repotencializa<sup>8</sup>. Isso é fundamental para uma consideração das técnicas de *taxis* pois, como demonstra Siegert, as ideias de ordem que elas articulam sempre emergem da interação entre técnicas simbólicas e conhecimentos governamentais, jurídicos, geográficos e topográficos (2015, p. 98). O debate contemporâneo sobre o direito à “invisibilidade” em casos como, por exemplo, o da agência de segurança nacional dos EUA, a NSA, ocorre no interior da problemática que propomos, que opera simultaneamente em uma temporalidade profunda, acronológica.

A *taxis* moderna é implementada mediante a

construção de uma realidade que implica, “sempre desde já”, a categoria de ser-no-lugar [Am-Ort-Seins], em sentido substantivo, e não acidental. Sua forma [da *taxis*] é a da malha [Raster] ou grade [Gitternetz], que em inúmeras variantes apreende a arte, a política e a vida; e que é, segundo Foucault, a forma diagramática que subjaz nossa moderna sociedade disciplinar. (SIEGERT, 2006, p. 142)

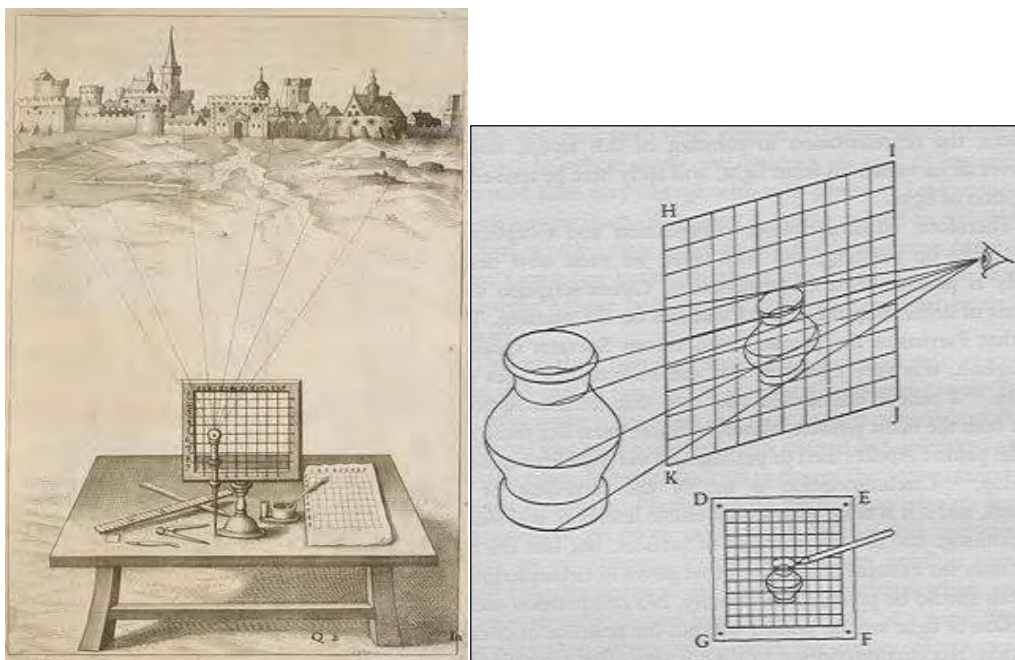
O poder agiria como o árbitro que, ao assinalar um quadrante da malha, põe as coisas “em seu próprio lugar”, que delimita o lugar de cada coisa *em sentido substantivo*. Do ponto de vista mídia-teorético, isso significa que foi preciso desenvolver uma técnica de *taxis* capaz de reconhecer e diferenciar, com eficiência, espaço preenchido e espaço vazio, ou seja, uma técnica cultural que *inscreve* uma ausência (dado) no espaço (endereço) (SIEGERT, 2015, p. 97). Essa distinção será facilmente conversível no modelo digital, em que o zero corresponde ao espaço vazio. Nesse sentido, os numerais não são simplesmente entidades ideais, mas técnicas culturais de implementação de ordem. Devido às contingências editoriais, não será possível discutir aqui as

---

<sup>8</sup> O herdeiro de Blumenberg, nesse sentido, é Peter Sloterdijk. Em sua trilogia *Sphären*, a função antropológica do retraimento na caverna é expandida em uma vasta cadeia de operações simbólicas e técnicas que têm o papel de “imunizar” o espaço psicossocial humano.

múltiplas modalidades que a *taxis* assumiu durante os séculos. Nos ateremos apenas a algumas delas.

Siebert apresenta a malha em seu momento de implementação no tratado *De pictura* de Leon Battista Alberti, de 1435<sup>9</sup>. A malha acompanha um momento central na história da perspectiva na arte ocidental. Ali Alberti apresenta o *velum* - uma fina malha entrelaçada por fios mais grossos que formam uma grade – como técnica cultural de representação da perspectiva natural. Valendo-se de uma moldura de madeira, sobre a qual estende-se o *velum*, o artista pode transferir o que vê para a tela, a qual também é previamente preparada com uma grade (ver Figura 3).



Figuras 2 e 3: Perspectiva em Brunelleschi, segundo Robert Fludd, e em Alberti, respectivamente.

O efeito não é meramente estético: é epistemológico e ontológico. Epistemológico pois, para Alberti, a conquista da representação em perspectiva era uma aproximação científica do real, ou seja, ela rendia conhecimento sobre a realidade. Ontológico porque a definição de objeto passa

<sup>9</sup> Ao dizermos momento de implementação, não queremos entretanto atribuir a invenção da perspectiva a somente uma figura. Discutivelmente, porém, o impacto de Alberti sobre a história da representação é singular. KITTLER (1999) discute brevemente a perspectiva linear pré-Alberti, sobretudo a contribuição técnica pioneira de Brunelleschi, que omitimos por razões de espaço. BAXANDALL (1988) oferece um relato histórico do contexto social em que emergem as inovações de Brunelleschi e Alberti.



pelo filtro do próprio *velum*, isto é: objeto será aquilo que ocupa uma posição. Representar a realidade implica a transferência de *coisas situadas* para um local específico na malha, daí o desdém de Alberti em relação às auréolas da iconografia medieval (SIEGERT, 2015, p. 100). Curiosamente, do ponto de vista da história da arte, como sugere Rosalind Krauss, a conquista da perspectiva na Renascença pelo uso do *velum* e, mais adiante, pela substituição deste por técnicas de medição em coordenadas numéricas - como o quadrante -, terminará com a autonomia da malha como técnica anti-representacional no século XX. Ao estender a malha sobre a tela, o artista moderno estaria mapeando nada mais do que a própria tela; a malha não é narrativa, não é linear, produzindo uma “transferência com a qual nada troca de lugar” (KRAUSS, 1979, p. 52).

O sistema de quadrantes numericamente transcodificáveis é também a base da cartografia moderna. Um problema constante nas viagens marítimas até o século XVI era o erro de cálculo de rotinas de navegação: ignorando a curvatura da Terra, calculava-se trajetos com base em linhas retas, como se o *mundo fosse o mapa*. Uma inovação fundamental nesse âmbito é geralmente atribuída ao cartógrafo Gerardus Mercator, que combinou técnicas de malha cartográfica com um instrumento cilíndrico que permitia-lhe medir ângulos de curvatura e, com isso, acertar as trajetórias navais. Grosso modo, na cartografia pré-industrial as distâncias eram estimadas com cálculos loxodrômicos: deitava-se uma linha que, estendida sobre uma malha vetorial, intersecta os meridianos sempre no mesmo ângulo. Para se alcançar um destino x, o navegador podia, empregando a loxodromia, definir o percurso com base nesse ângulo. Navegar “toda vida em frente” já não significaria mais “seguir a linha”, mas “seguir o ângulo”. Essa técnica, largamente empregada em sistemas de navegação até hoje, foi posteriormente integrada ao conhecido sistema vetorial de latitudes e longitudes, que são, a rigor, uma exorbitação sofisticada da grade do *velum*. Com a diferença essencial, é claro, de que intenciona a totalidade do globo<sup>10</sup>. A conquista do espaço é a um só tempo metafórica, representacional e pragmática, ou seja, política, comercial e econômica. Segundo o historiador e cartógrafo Mark Monmonier,

qualquer tentativa de demonstração do funcionamento das projeções cartográficas deve dar conta de seu papel retórico, que envolve objetivos seguramente distintos das tradicionais propostas cartográficas, como descrever fronteiras, explorar padrões, e prover orientação [getting around]. Essa fecundidade retórica, enraizada em igual medida nas generalizações e símbolos do mapa e em sua

<sup>10</sup> Para uma narrativa sobre a totalização efetiva do globo, ver o capítulo “Die letzte Kugel” em SLOTERDIJK, 1999.

projeção, torna o mapa vulnerável a uma variedade de interpretações ideológicas.  
(MONMONIER, 2004, p. xii)

A complexa relação entre a produção de mapas e a implementação da configuração geopolítica do mundo moderno mereceu, por si só, um estudo de fôlego como o de Siegert (2006), em que este mostra o papel fundamental que os mapas e os diagramas territoriais tiveram nos planos de expansão da empresa colonial na América hispânica. Trata-se de uma tradição herdada da antiga administração romana, dos *agrimensores*, em que a produção de diagramas autocontidos para fins de gerência das terras do império acompanhava o cadastro dos respectivos donos e, no caso de territórios recentemente anexados, dos inspetores e prospectores. Nesse sentido, tais mapas não seriam *velum*, pois unificam mapa, governo e planejamento em uma mesma técnica cultural<sup>11</sup>. O mesmo pode ser dito sobre os mapas urbanos da época, provavelmente tributários de uma tradição grega iniciada, de acordo com Aristóteles, por Hipodamo, quem sugeria a divisão da *polis* em distritos, segregando três fatias da população - os trabalhadores “qualificados”, os agricultores e os militares - em zonas específicas (SIEGERT, 2015, p. 107).

Uma diferença crucial na *taxis* dos mapas romanos em relação aos mapas dos colonizadores hispânicos está na maneira como o último concebe o Real como âmbito de antecipação. O planejamento das cidades hispânicas como, por exemplo, Lima no Peru – “a mais típica cidade da América Latina” (idem) – tinha por base a segmentação do território sem que se levasse em conta o número concreto de colonos, e sim o *número provável* de habitantes, de acordo com as estimativas e previsões do império. Ou seja, do ponto de vista mídia-teorético, novamente, trata-se de uma técnica de inscrição de espaços vazios: terras reservadas para aqueles que ainda não vieram. A diferença da atitude teorética aqui, em relação à de Alberti, é evidente: o real é a zona de implementações futuras. A conquista do espaço implica a conquista do tempo.

### A terceira dimensão, GPS e a visibilidade

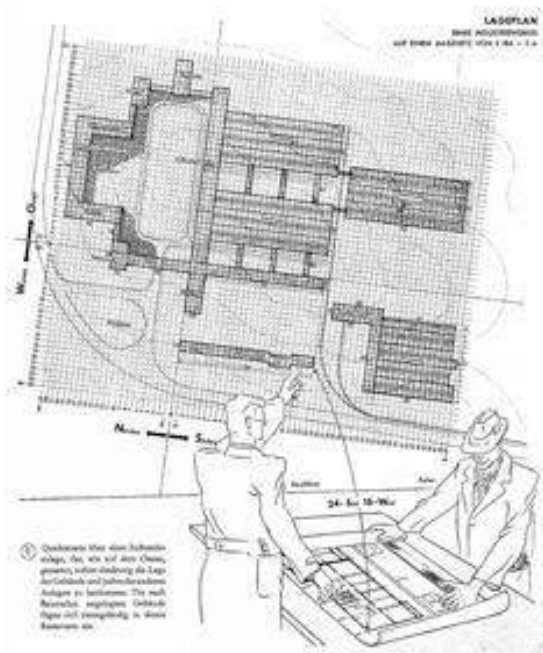
A condição medial do GPS é implementada com a adição de um terceiro eixo z à estrutura vetorial de coordenadas (x, y) que subjaz a operacionalidade de todas as técnicas de malha

---

<sup>11</sup> BLOMLEY (2003) debate os usos político-imperiais da malha urbana e do *grid* cartográfico, desde um ponto de vista estritamente biopolítico, que complementa a discussão mídia-teorética de Siegert.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

desde a integração do *velum* de Alberti em técnicas de quadrantes. Combinada com o sistema de latitudes e longitudes, ela permite a um só tempo a representação de objetos em três dimensões e sua localização. A pretensão “totalista” – para não dizermos totalitária – dessa técnica cultural é visível em um amplo espectro de projetos arquitetônicos no início do século XX. Ela caminha de mãos dadas com a ambição universalista de algumas das correntes do pensamento arquitetônico mais significativas daquela época, como fica explícito no programa de Walter Gropius em 1927, em que ele afirma que “construir significa dar forma aos processos vitais. A maioria dos indivíduos têm necessidades semelhantes. Faz sentido, portanto, inclusive econômico, satisfazê-las de modo uniforme e similar” (apud KRUFT, 1994, p. 385).



**Figura 4: A malha universal de Ernst Neufert (in: KLOSE, 2006)**

Ernst Neufert, discípulo de Gropius na Bauhaus e autor do consagrado manual *Bauordnungslehre*, propôs um método de padronização e totalização da malha, que Alexander Klose descreve como

uma malha [Gitternetz] [que] não apenas conecta todos os edifícios de um determinado terreno de construção [Bauplatzes], como também determina suas posições e proporções externas. Magnificada em uma escala da grandeza do mundo (‘como um oceano’, escreve ele), ela possibilita a localização exata de edifícios. Com a escala reduzida às proporções de prédios ou espaços individuais, ela é capaz de definir a dimensão e posição exata de cada objeto no interior da casa. A proposta de Neufert, de uma malha total [totalen Raster], antecipa práticas que, com o auxílio dos sistemas de localização por satélite [satellitengestützten], como o GPS, por um lado, e softwares de construção computadorizados

[computergestützten] como o CAD, por outro, são hoje onipresentes. (KLOSE, 2006, p. 13)

Não é desprezível que Albert Speer tenha prefaciado o livro de Neufert; pelo contrário. Klose reitera, contudo, a improdutividade de se reduzir a contribuição de Neufert à sua relação com o nacional-socialismo (KLOSE, 2006, p. 13). De fato, pelo viés mídia-teorético, o que nos interessa é a potencialização técnica da malha, que implementa, para o bem e para o mal, novas ordens de realidade e desloca regimes de signos estabelecidos. A obsessão da Bauhaus com a funcionalidade pode lançar luzes não só sobre as câmaras de gás, como também sobre o enredamento gradativo da residência com aparatos externos, como se o lar fosse uma engrenagem co-dependente das outras peças do maquinário, isto é, uma espécie de rede. Trata-se de uma situação captada com precisão no título do provocativo ensaio do arquiteto suíço Hannes Meyer, *Die neue Welt* [O novo Mundo], de 1926, em que ele afirma, radicalizando o ideário de Gropius, que “a construção é um processo técnico, e não estético; com que frequência a composição artística de uma casa contradisse sua função prática! Planejada em termos básicos ideais, nossas casas serão como peças de uma máquina” (apud KRUFT, 1988, p. 386). Que Gropius e Meyer não houvessem antevisto que o enredamento da casa se potencializaria pelo desenvolvimento de satélites e da malha, essa mídia verdadeiramente universal, pouco nos importa aqui. O edifício moderno - cuja posição física é imediatamente recuperável no Google Earth -, com seus computadores intercomunicantes em redes internas e externas, dispositivos de segurança, eletrodomésticos automatizados e até mesmo “inteligentes”, é um sítio de implementação de inúmeras técnicas culturais em cadeia. O sujeito que o habita não é o cidadão semivisível de Atenas, procurando em vão por sua companhia: é um sujeito que experimenta outros modos de visibilidade, que Xenofonte jamais teria concebido. Em algum nível, constelações ideativas e formais correspondem à situação medial.

À guisa de conclusão, recorramos ao trabalho de Emden sobre a história da metáfora da rede<sup>12</sup>. Ao expor seus múltiplos usos ao longo de dois milênios de discurso filosófico, Emden observa que “mudanças tecnológicas e sociais têm influência duradoura sobre a aplicação das metáforas filosóficas, que simultaneamente convertem-se em modelos e conceitos que descrevem e influenciam aquelas mudanças” (EMDEN, 2014, p. 252). Emden traça a “primeira” aplicação da

<sup>12</sup> Em alemão, *Netz*. Note-se a presença do sufixo em malha, *Gitternetz*.

metáfora da rede a Aristóteles, em que ele discute a rede *técnica* do pescador em sua origem mimética na teia *natural* da aranha. Emden não menciona Xenofonte, para quem a rede – a malha – já era um modelo de organização urbana. Na antiguidade latina, as relações sociais e comerciais serão enunciadas com metáforas têxteis, como *nexus* e *nodus* (idem, p. 253). Um contrato entre duas partes era então concebido como entrelaçamento: um nó. Se a história do pensamento for a história da auto-orientação do humano, como quis Blumenberg, fica claro que a implementação de técnicas culturais tem efeitos epistemológicos não-totalizáveis e, portanto, imprevisíveis e parcialmente rastreáveis. Parece-nos plausível que parte dessa indeterminação se deva a uma propriedade dialética constitutiva da própria visibilidade. A rede estabelece conexões: formalmente ela é precisamente isso. Mas a rede também captura, imobiliza, impede. A consciência desse caráter duplo figura nas aplicações e extensões da metáfora da rede ao longo de toda a trajetória do pensamento ocidental. Convertida em véu [*velum*!], a rede do discurso será o obstáculo à verdade metafísica (idem, p. 254); com o desenvolvimento das ciências naturais, a metafísica será o véu que obscurece o determinismo fisiológico da vida humana (idem, p. 255). Nietzsche em certo sentido fornece *insights* mídia-teoréticos: para ele, o pensamento é a rede que captura o caráter ilusório da realidade mas, ao fazê-lo, produz ordem. A rede que captura e distrai é também positiva. No encaixe de uma concepção mais técnica e menos ideológica da vida humana, entendemos o humano como o enredamento do aparato psíquico e fisiológico com processos mediais sem os quais sequer seria possível falar em humanidade. Pois são esses processos as próprias modulações da visibilidade humana.

Ao integrar cadeias de técnicas culturais e operacionalizá-las, o GPS pôs em curso a implementação de uma ordem de visibilidade efetiva em uma escala sem precedentes. Uma crítica contundente à essa ordem, nos parece, deverá ser empreendida na ordem da técnica, e não do discurso e da representação. Sob esse ponto de vista, a arte mais audaciosa de nosso tempo, como a de Agnes Denes<sup>13</sup>, perde parte de sua potência imediata. A transferência das formas por situações mediais heterogêneas, contudo, suscita a pergunta fundamental: como e quando exatamente são novas ordens de realidade implementadas? Com a pergunta em aberto, o potencial utópico da arte permanece, ele também, aberto:

<sup>13</sup> Exploramos a pregnância simbólica e medial da obra de Denes em SHUCHMACHER ENDEBO (2015).



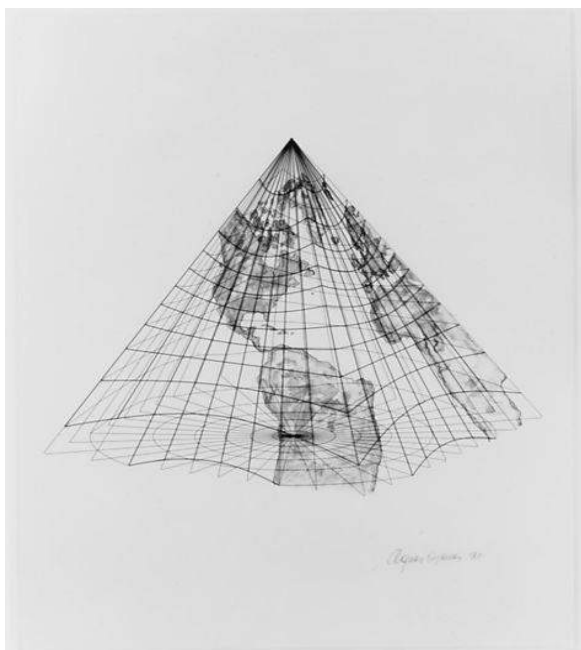
# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.



**Figura 5: Agnes Denes, Isometric Systems In Isotropic Space-Map Projections, The Pyramid, 1980.**

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## Referências:

- BAXANDALL, Michael. **Painting and Experience in Fifteenth Century Italy: A primer in the social history of pictorial style**. Oxford: Oxford University Press, 1988. 2ª edição.
- BLOMLEY, Nicholas. Law, Property, and the Geography of Violence: The Frontier, the Survey, and the Grid. In.: **Annals of the Association of American Geographers**, 93(1), 2003, pp. 121–141. Malden, Mass.: Blackwell.
- BLUMENBERG, Hans. **Höhlenausgänge**. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1989.
- \_\_\_\_\_. Manfred Sommer (ed.) **Beschreibung des Menschen**. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2006.
- CAPDEROU, Michel. **Satellites: De Kepler au GPS**. Paris: Springer, 2012
- DOBERSTEIN, Dan. **Fundamentals of GPS Receivers**. Dordrecht: Springer, 2011
- EL-RABBANY, Ahmed. **Introduction to GPS: The Global Positioning System**. Boston: Artech House, 2012
- EMDEN, Christian. Netz. In: KONERSMANN, R (ed.) **Wörterbuch der philosophischen Metaphern**. Studienausgabe. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 2014. p. 252-264
- FELINTO, Erick. Cibercultura: ascensão e declínio de uma palavra quase mágica. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós**, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011.
- HIGGINS, Hannah B. **The Grid Book**. Cambridge, Mass: MIT Press, 2009
- HOFMANN-WELLENHOF, Bernhard et al. **GNSS - global navigation satellite systems: GPS, GLONASS, Galileo & more**. Viena: Springer, 2008
- KITTLER, Friedrich. **Optische Medien: Berliner Vorlesungen**. Berlin: Merve, 1999.
- KLOSE, Alexander. Vom Raster zur Zelle—die Containerisierung der modernen Architektur. Conferência proferida na Bauhaus-Universität Weimar, 17 de Janeiro, 2006. Disponível em [http://www.containerwelt.info/pdf/AK\\_Zelle\\_Raster\\_190106.pdf](http://www.containerwelt.info/pdf/AK_Zelle_Raster_190106.pdf)
- KRAUSS, Rosalind. Grids. In: **October**, Vol. 9 (1979) p. 50-64. Cambridge, Mass: MIT Press.
- KRUFT, Hanno-Walter. Elsie Callander et al (trad.). **A History of Architectural Theory: From Vitruvius to the Present**. Nova York: Princeton Architectural Press, 1994.
- MONMONIER, Mark. **Rhumb Lines and Map Wars: A Social History of the Mercator Projection**. Chicago: University of Chicago Press, 2004.
- NEUFERT, Ernst. **Bauordnungslehre: Handbuch für rationelles Bauen nach geregelten Mass**. Berlin: Ullstein, 1961 (1943).
- PIÉPLU, Jean-Marc. **GPS et Galileo: Systèmes de Navigation Par Satellites**. Paris: Eyrolles, 2006
- SHUCHMACHER ENDEBO, Nelson. A vida na era de sua visibilidade técnica: elogio de Agnes Denes. In.: **Desenredos**. Ano VII, 24, outubro de 2015. Disponível em <http://desenredos.dominiotemporario.com/doc/24-Ensaio-Endebo-AgnesDenes.pdf>
- SIEGERT, Bernhard. **Passagiere und Papiere: Schreibakte auf der Schwelle Zwischen Spanien und Amerika**. Munique: Wilhelm Fink, 2006.
- \_\_\_\_\_. The Map is the Territory. In.: **Radical Philosophy**. (2011): 13-16.
- \_\_\_\_\_. Trad. Geoffrey Winthrop-Young. **Cultural Techniques: Grids, Filters, Doors, and Other Articulations of the Real**. Nova York: Fordham University Press, 2015
- SLOTERDIJK, Peter. **Sphären II: Globen**. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1999
- XENOFONTE. Trad. E. C. Marchant. **Memorabilia. Oeconomicus**. Loeb Classical Library, 168. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2013

## **Os Blogs e a Democratização da Moda<sup>1</sup>** Falácias e confirmações

**Olga Carolina Pontes Bon<sup>2</sup>**

### **Resumo**

Este artigo tem como temática principal os blogs de moda, a partir de um olhar crítico que busca problematizar a democratização do acesso ao campo da moda, uma vez que essas ferramentas digitais encontram-se, frequentemente, ligadas a uma proporcionalidade entre seu crescimento midiático e a expansão de um interesse da sociedade por temáticas ligadas ao *mundo fashion*. A problematização aqui apresentada surgiu como um dos resultados de uma pesquisa de mestrado já finalizada, que buscou compreender os processos de mediação cultural proveniente de blogs de moda bem-sucedidos.

**Palavras-chave:** blogs de moda; moda, ambientes digitais

### **Introdução**

O trabalho surge como parte da finalização de uma pesquisa de mestrado, que se debruçou sobre blogs de moda bem-sucedidos, a fim de compreender os processos de mediação cultural existentes nestas ferramentas digitais, a partir da organização de mais de 4.000 comentários, que foram categorizados com base em temáticas diversas, surgidas ao longo do processo de análise dos dados.

Dialogando com o objetivo proposto, chegou-se a cinco categorias analíticas principais, onde se percebeu que as temáticas encontradas nos comentários observados traziam questões mediadas pelo espaço de um blog de moda com o perfil analisado. São elas: vontades, dúvidas, afetos, insatisfações e troca de informação.

Por se tratar de um fenômeno amplo e em transformação constante, paralelamente à categorização citada, também foram surgindo outros questionamentos ao longo da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 - Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação - do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social pela PUC Rio.

pesquisa, abrindo novos caminhos e reflexões, inclusive no que tange à democratização do acesso ao campo da moda. Essa problematização revelou-se como parte importante do fenômeno pesquisado, uma vez que durante o período inicial de coleta de dados – onde também foram armazenadas matérias diversas em jornais, revistas e programas de TV -, textos e falas que replicavam a importância destes blogs para a ampliação e popularização dos conteúdos de moda foram constantemente encontrados. Sendo assim, ao final do processo, foi necessário fazer um contraponto entre estes textos e falas encontrados em matérias específicas sobre blogs de moda e o que a pesquisa revelou.

Para tanto, serão apresentados tópicos particulares sobre o fenômeno estudado, a fim de apontar o cenário no qual os blogs foram percebidos, dando conta de compreender um objeto diverso e efervescente para a comunicação de moda atual. Por fim, serão colocados os contrapontos encontrados pela exploração de tal objeto, pondo em cheque algumas falácias e confirmações sobre o mesmo.

### **Costurando análises: o fenômeno a partir da pesquisa**

Blogs de moda passaram a mobilizar milhões de pessoas dentro de ambientes digitais, através de números exorbitantes de audiência. Essa mobilização já motivou muitos encontros presenciais entre blogueiras famosas e suas leitoras, reunindo centenas de pessoas e filas extensas. Estes números começaram a chamar atenção não só de quem passou a acompanhar estas páginas, mas também de profissionais já consagrados no campo da moda e do próprio mercado do setor. Desta forma, os caminhos que os blogs de moda mais acessados do país começaram a trilhar foram se tornando complexos à medida que novas forças passaram a considerar estas páginas como relevantes espaços para a mediação de assuntos relacionados à moda de uma forma ampla.

O fenômeno ultrapassou a “fronteira blog”, ganhando continuidade através de redes sociais de bastante adesão, como *Facebook* e *Instagram* e encontros presenciais, além da formalização de empresas próprias. Neste sentido, é perceptível a

transformação dos blogs de moda em um espaço profissionalizado - mobilizando o mercado, empregando funcionários, montando equipes especializadas e se tornando fontes de renda lucrativas. Sendo assim, estas páginas digitais se tornaram um poderoso veículo de mediação social, econômica e cultural, diante de uma popularidade significativa. Com o surgimento de centenas de páginas<sup>3</sup> criando, replicando e reforçando conteúdos de moda, muitos segmentos sociais passaram a construir uma maneira diferente de lidar com a própria moda, seja na maneira de consumir ou na maneira de pensar o assunto.

Através desse percurso, a figura da blogueira passa a ter um lugar específico dentro da comunicação de moda. Ser uma *blogueira de moda* ganhou status diferenciado e desejado por muitos. A profissionalização destes blogs ocorre paralelamente a um posicionamento específico no campo da moda, da comunicação, da cultura do consumo e da mídia. Com isso, podemos notar a criação de uma celebração em torno da figura da blogueira, ganhando espaço nos meios de comunicação tradicionais, como TV, revistas e jornais, ultrapassando o “circuito-blogue” (BRAGA, 2008), e negociando sentidos diversos na medida em que são responsáveis pela mediação de conteúdos em suas respectivas páginas e em diferentes mídias.

Neste cenário, padrões de sociabilidade são propostos pelas práticas comunicativas dos blogs de moda, que em sua origem, eram cerceadas por características polilaterais e acabaram ganhando formas mais hierarquizadas, através de práticas de legitimidade “pelos pares e pelo público” (BRAGA, 2008). Isto faz com que a valorização exacerbada de alguns conteúdos parta de endereços virtuais específicos, que passam a “inspirar” milhões de pessoas, através de um consumo motivado por uma associação de fatores sociais e econômicos, de e para determinado grupo, imagem e/ou pessoa.

Quando se fala em *blogs de moda*, fala-se de um fenômeno extenso, perpassado por características divergentes. Portanto, encontramos um fenômeno recortado de variadas formas e que não aponta para um sucesso em uníssono. É importante

---

<sup>3</sup> É preciso mencionar que o número de blogs pequenos ou que não alcançaram sucesso é superior ao número de blogs bem-sucedidos.



salientar que os blogs escolhidos para compor o objeto de estudo do trabalho são blogs que fazem parte de um conjunto específico que atingiram um sucesso diferenciado. Deste modo, esse segmento emerge em meio a uma multitude de outros blogs, menos acessados, conhecidos e compartilhados. Sendo assim, os blogs selecionados representam uma fatia de um fenômeno vasto e cheio de recortes, e que nos apresentam dados importantes para a compreensão do mesmo.

O crescimento dos blogs de moda de sucesso também pode ser notado em diferentes mídias. Revistas conhecidas e famosos portais de notícias abordam o tema com frequência. Programas de TV e de rádio se interessam pelo assunto e já se pôde perceber um número considerável de matérias que tentam entender este objeto, com os mais variados objetivos e enfoques. Seguindo esta lógica, não é preciso muito esforço para encontrar expressões que unam as palavras “blogueira” e “influência”. Hoje, estas blogueiras passam por um processo de naturalização de suas presenças em lugares que outrora eram fechados para a recepção de pessoas de fora do circuito da moda. Isso se deve ao fato de que agora elas também fazem parte deste circuito. A presença de blogueiras em desfiles, semanas de moda (nacionais e internacionais), abertura de empreendimentos e lançamentos de produtos se tornou constante. De acordo com a editora da revista Glamour, Mônica Salgado<sup>4</sup>, especula-se que blogueiras de alto padrão podem cobrar de R\$80.000 a R\$100.000 para fazer uma campanha ou um projeto mais elaborado e duradouro com alguma marca.

A partir da legitimação de um discurso digital, o interesse por novidades e conteúdo atualizado virou mais do que uma “febre”. Antes, se dizia que essa “moda de blogueiras” era algo passageiro, principalmente em entrevistas dadas por alguns profissionais de moda que trabalham há décadas no mercado. Hoje, o segmento publicitário vê nestes espaços, sucesso concreto e cifras polpudas. Com milhões de acessos, blogs de moda famosos tornaram-se empresas que geram mediação intensa para o universo da moda. Mas, o que eles passam a mediar, exatamente? Essa resposta talvez seja mais complexa de ser respondida do que parece. Com um conteúdo

---

<sup>4</sup> Mônica Salgado disponibilizou essa informação durante o programa Moda S/A, da Globonews, em 28/07/14.

atualizado de forma dinâmica, estes blogs de moda oferecem acesso a um material informativo que antes seguia um cronograma previsto: 1) apenas o jornalista de moda, em sigilo e exclusividade, poderia saber o que se passava dentro de um desfile ou nos bastidores de um desfile; 2) esse jornalista iria processar a informação, o que levaria certo tempo; 3) essa informação ganharia um formato editorial; 4) essa edição deveria ficar pronta e aí sim estar disponível para compra. Hoje, essa informação acontece quase em tempo real, através das atualizações nos blogs e redes sociais de blogueiras que são convidadas para acompanhar de perto, e com um notebook, o processo descrito acima. Fora isso, a existência multifacetada de blogs faz com que haja diversos pontos de vista e opiniões sobre “tendências” e “dicas”.

Aparentemente, os blogs de moda podem representar um modelo publicitário que não é novidade. Mas este fenômeno é instigante ao passo que meninas jovens e antes desconhecidas do grande público passam a codificar significados para bens materiais e simbólicos, além de mediar conteúdo de moda para milhões de pessoas. Desse modo, um valor de *papel didático* é atribuído à figura das blogueiras de sucesso. O que estes blogs passaram a significar para o mercado, comunicação, mediação cultural e campo da moda, de uma forma geral, foram as inquietações iniciais que motivaram a pesquisa. O trabalho passa a ser de interesse não só da academia, mas também de outros setores da sociedade, pois os blogs estudados são um epifenômeno tanto da moda, quanto da atividade online, devido à inserção da internet nas formas de sociabilidade atuais, fazendo dos blogs de moda, um fenômeno cultural.

### **Quatro casos de sucesso estudados**

Os quatro blogs escolhidos para compor o objeto de análise da pesquisa foram: *Garotas Estúpidas*<sup>5</sup>, *Blog da Thássia*<sup>6</sup>, *Super Vaidosa*<sup>7</sup> e *Petiscos*<sup>8</sup>. A escolha destas páginas se deu após uma observação dos blogs de moda que se destacaram nos

<sup>5</sup> Endereço completo: [www.garotasestupidas.com](http://www.garotasestupidas.com)

<sup>6</sup> Endereço completo: <http://www.blogdathassia.com.br>

<sup>7</sup> Endereço completo: <http://camilacoelho.com>

<sup>8</sup> Endereço completo: <http://juliapetit.com.br>

últimos anos. A audiência, os números de acesso e o destaque midiático também foram itens que motivaram a seleção que resultou nos quatro nomes acima. Estes blogs são expoentes de um fenômeno atual, e são conhecidos como *top-blogs*, justamente por receberem um número elevado de visitas mensais e por possuir um grande volume de leitoras assíduas e blogueiras que transitaram de *web-celebridades* – como o jornalismo específico as chamavam – para celebridades, tendo seus nomes replicados e usados pelas mídias de massa.

Devido ao extenso número de blogs de moda no Brasil atualmente, foi preciso fazer um recorte que dialogasse com os objetivos do estudo apresentado. Por isso, esse recorte se deu a partir destes quatro blogs muito conhecidos e que possuem uma audiência extensa. Neste sentido, blogs com uma audiência ativa e representativa se mostraram mais eficientes para o desenvolvimento das análises propostas. As blogueiras, donas das respectivas páginas, também foram decisivas no processo de escolha do objeto final. Este segmento foi imprescindível para entender o fenômeno no qual se dedica o trabalho. As parcerias, o desenvolvimento de coleções e produtos, campanhas publicitárias, capas e matérias em revistas e jornais e a presença destas *top-blogueiras* em mídias tradicionais ofereceram um material extenso e complexo.

## **Estudos sobre o tema**

Os estudos direcionados a temática dos blogs de moda são relativamente recentes, havendo um maior volume de trabalhos a partir de 2010, período em que pôde ser percebido um aumento significativo de pesquisas que buscaram compreender e estudar o tema, a partir de diferentes problemáticas e perspectivas. O elevado número de blogs de moda e a multitude de perfis e abordagens destas páginas nos últimos anos fizeram surgir questões complexas que tangenciam este segmento, aguçando a curiosidade e motivando diferentes pesquisadores/as a se debruçarem sobre o fenômeno.

Em graduações de Moda<sup>9</sup> e Comunicação Social, o assunto é bastante presente nos trabalhos de conclusão de curso. As abordagens também são diversas e vão desde análises sobre questões publicitárias, passando pela reconfiguração do jornalismo de moda provocada pela popularização dos blogs. Em relação a dissertações e teses, a temática dos blogs de moda está presente em departamentos diferentes, pois, assim como o próprio fenômeno da moda, esse objeto se apresenta a partir de uma variedade de conflitos e nuances, fazendo com que possa ser explorado e desenvolvido em diversos cursos de pós-graduação. Porém, na medida em que a Comunicação Social se apresenta como uma área extensa por si só, abarcando um grande leque de possibilidades de pesquisa, o número de trabalhos abordando os blogs de moda desenvolvidos nesta área acaba sendo significativo.

As experiências compartilhadas pelos blogs de moda fazem deles um espaço de interação, sentido e axiologias, como analisou Graziela Fernanda Rodrigues (2013). Graziela utiliza a semiótica para entender blogs de moda e beleza, a partir de teorias desenvolvidas por Greimas, Landowski e Oliveira, investigando como dois blogs de beleza feminina se constituem em lugar de fala para consumidoras (leitoras e blogueiras), considerando o modo pelo qual os espaços em questão tornam-se objeto de valor, tanto para os destinatários, quanto para o mercado e suas corporações. Neste sentido, o trabalho da autora reflete acerca da profissionalização da blogosfera por meio de relações reguladas por iniciativas mercadológicas, pondo em risco algumas das características que a elevaram a objeto de valor.

O trabalho de Rodrigues nos traz outra visão do tema, ao elaborar análises a partir de blogueiras que não usam o blog como principal atividade, diferentemente do meu enfoque. Dessa forma, as autoras dos blogs estudados por Rodrigues não se apresentam apenas como “porta-vozes do mercado” (RODRIGUES, 2013, p.108). Sendo assim, a perspectiva trazida pela autora trabalha com blogueiras que não enxergam os blogs como única alternativa de renda, fazendo com que a interação nestes ambientes ainda permaneça “vinculada às práticas iniciais do meio, e por isso,

---

<sup>9</sup> É possível notar a ocorrência recente de cursos de graduação em Moda, assim como tecnólogos oferecidos por instituições diversas, como o Senac.

são emblemáticas, do ‘fazer-ser’ pela interação em conjunto” (RODRIGUES, 2013, p.108).

Devido à variedade de questões que circundam o fenômeno, podemos verificar trabalhos desenvolvidos na Sociologia, como o de Priscila Oliveira (2014), que se coloca disponível para compreender a sociabilidade na web, através de um estudo sociológico de um único blog de moda e beleza, caminhando pela teoria compartilhada por tantos de que o advento e a popularização das tecnologias de informação e comunicação vinculadas à web alteraram significativamente as formas pelas quais os indivíduos estabelecem e mantêm relações na atualidade.

Seguindo vertentes sociológicas, Camila Konradt Pereira (2010) desenvolveu sua dissertação - *Identificações estéticas no sistema da moda: Um olhar através dos sites de moda de rua e de festa* - nas Ciências Sociais, pensando como blogueiros e fotografados articulam a comunicação através do discurso e da estética na construção das identificações, influenciando manifestações e preferências culturais no sentido da moda e do estilo, trazendo um olhar inédito ao tema.

Encontramos, ainda, pesquisas realizadas dentro da Economia, como o trabalho de Bruna Fernandes (2013), que estudou a influência dos blogs de moda e beleza no comportamento de compra das seguidoras<sup>10</sup>, pois, para a autora, o fenômeno da internet tem provocado alterações no comportamento de compra dos consumidores, pois permite a pesquisa prévia antes de adquirir um novo bem. A maioria das entrevistadas de Fernandes afirma que seguir blogs de moda e beleza tornou-se um hábito diário, motivado por diversos fatores, como por exemplo, a ampliação do aprendizado sobre essas temáticas e o gosto especial pela área em questão.

Como percebido, a utilização de temas relacionados aos blogs de moda se faz presente em trabalhos finalizados em anos recentes. O pipocar de estudos que tenham esse tema como principal eixo condutor ajuda na construção de massa crítica, a fim de compreender o complexo fenômeno a partir de diferentes perspectivas, áreas e problemáticas, o que enriquece os debates, os trabalhos e os dados daqui para frente.

---

<sup>10</sup> O termo “seguidora” é utilizado pela autora Bruna Fernandes.



## **Blogs de moda: ontem e hoje**

A moda está presente em nossa sociedade há bastante tempo, a partir das relações construídas entre as pessoas, a indumentária, a indústria e os costumes. Com o uso amplificado da internet comercial, a moda também passou a ser abordada na rede, através da divulgação de conteúdos relacionados ao tema, ganhando pessoas bastante interessadas no assunto.

A partir do avanço das tecnologias da informação e comunicação (TICs), a indústria da moda se viu imersa em modificações estruturais significativas, principalmente pela maior ampliação das formas de comunicar conteúdos de moda, causando uma movimentação inédita no mercado de moda e também no mercado editorial especializado, reconfigurando as formas de debate e acesso.

Atualmente, os blogs de moda estão instrumentalizados por ferramentas digitais mais elaboradas, amplitude temática e profissionalização das páginas. A fase inicial deste tipo de blog foi, por muitos autores, caracterizada como diário pessoal. A partir de certa consolidação, a utilização em larga escala dos blogs ligados à moda se deu tanto por pessoas “comuns” quanto por especialistas e profissionais da área, que começaram a criar páginas pessoais para tratar de assuntos antes somente vistos em veículos específicos e tradicionais.

Houve ainda outra fase, onde esses especialistas e profissionais continuaram vinculados a veículos específicos e tradicionais, como as revistas impressas, escrevendo para eles e para seus próprios blogs, que geralmente estavam hospedados no site do próprio veículo (HINERASKY, 2012). Um grande exemplo para ilustrar este movimento é o caso do blog *Dia de Beauté*<sup>11</sup>, de Vic Ceridono. A blogueira escrevia para o *Chic*<sup>12</sup>, site de Gloria Kalil, e depois passou a escrever matérias de moda e beleza para a revista *Vogue* e um ano depois se tornou editora de moda e beleza da mesma revista. Durante esse período, Vic criou o *Dia de Beauté*, pois nas

<sup>11</sup>Disponível em: <http://revista.vogue.globo.com/diadebeaute> Acesso em: 04 de agosto de 2014.

<sup>12</sup>Endereço completo: <http://chic.uol.com.br>

palavras da blogueira, ela “sentia necessidade de ter um espaço com a linguagem de blog (...) para falar de beleza de um jeito mais pessoal”. Depois da sua consolidação, o blog em questão passou a fazer parte do endereço web da própria revista *Vogue*.

Esse flerte entre veículos tradicionais e a web, como explicitado acima, não foi exclusividade do campo da moda, mas especificamente nele foi bastante comum e largamente utilizado. Muitas revistas do segmento, como *ELLE*, *Harper's Bazaar*, *Vogue*, entre outras, criaram seus próprios blogs, vendo ali, um canal de comunicação mais direto, dinâmico e informal não só com seu público leitor, mas com potencial para angariar um público inédito. Vale destacar que esses blogs eram, em sua maioria, escritos por profissionais consagrados do campo da moda. Muitos, inclusive, fizeram blogs que levavam seus nomes próprios e hoje, constituem-se como portais de notícias consolidados, como por exemplo, o site da jornalista de moda Lilian Pacce<sup>13</sup>.

Neste sentido, a propagação das TICs, o maior acesso à internet e a consolidação de uma forma de expandir e criar conteúdo ajudou a replanejar o núcleo estrutural dos blogs de moda, contribuindo para a construção do que hoje entendemos por esse segmento. Atualmente, os blogs de moda buscam se atualizar e se reinventar através de tecnologias específicas, como a “possibilidade de atualização por dispositivos móveis, ou o surgimento de widgets e ferramentas especiais para blogs” (ZAGO, 2009, p. 06).

O número elevado de redes sociais que se popularizam e potencializam os acessos, compartilhamentos e a própria mediação de conteúdos, também ajuda na reconfiguração do fenômeno. *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *Pinterest* são alguns dos exemplos atuais que fazem esse papel. Vale ressaltar que a presença de aplicativos ou versões para leitura em aparelhos móveis em blogs de moda de sucesso é ampla, devido ao grau avançado de profissionalização das páginas. Para um melhor ordenamento de temas, o conteúdo dos blogs se encontra disponibilizado através de seções específicas. Em um blog de moda atual é possível encontrar várias unidades

---

<sup>13</sup> Endereço completo: <http://msn.lilianpacce.com.br>

temáticas, como *looks*, *tendências*, *inspirações*, *maquiagens*, *mundo de celebridades* e até mesmo *gastronomia*<sup>14</sup>.

Comparativamente a outros fenômenos, o *boom* dos blogs de moda cresceu e se transformou de forma rápida, mas os primeiros registros de blogs do gênero datam de 2003. (HINERASKY, 2010). Esse crescimento intenso proporcionou uma série de abordagens diferenciadas, incluindo a produção de vídeos e *reality shows*. Podemos dizer que o que caracteriza, de forma geral, um blog de moda é o tratamento de questões atuais provenientes do campo da moda e da beleza, como tendências, consumo, maquiagens, desfiles nacionais e internacionais, semanas de moda, eventos, coleções, celebridades, penteados, cuidados com o corpo e notícias gerais sobre o tema. Há, ainda, uma característica comum: os conteúdos gerados por esse tipo de página misturam imagens e textos correlacionados, através de uma linguagem informal. A ampla utilização de gírias e expressões em línguas estrangeiras, sobretudo em inglês, que permeiam o universo da moda, como *must have*, *do it yourself*, *animal print*, *supertrend*, entre outros exemplos, estão quase sempre associadas a textos que objetivam passar certa espontaneidade para quem o lê, além de mostrar pertencimento de classe e cultura, através do domínio de línguas estrangeiras.

### **Ponderações e considerações finais**

Chegando ao fim do trabalho, as conclusões desse estudo apontam para caminhos mais abertos do que fechados. Ao trabalhar com um fenômeno vivo, dinâmico e em efervescência, as dificuldades de uma conclusão detalhadamente finalizada aparecem de forma natural diante de todas as problemáticas do objeto de estudo apresentado, que acabou se transformando de forma intensa durante todo o processo de pesquisa. Ao longo desse processo, os blogs estudados tornaram-se empresas e suas blogueiras tornaram-se celebridades, ocupando capas de revistas, campanhas publicitárias,

---

<sup>14</sup> Este alinhamento de temas evidencia uma orientação sobre assuntos historicamente “adequados” ou “próprios” para mulheres. Para um melhor aprofundamento sobre essa questão, ver “Linguagem e lugar da mulher”, de Robin Lakoff.

*outdoors* e eventos diversos, angariando milhões de fãs, leitoras e “seguidoras”, tanto nas redes sociais digitais, quanto fora delas.

Alicerçados por grandes marcas, empresas e ampla mobilização midiática (incluindo mídias tradicionais), o segmento possui extensas audiências, fazendo com que surjam textos, inclusive escritos por consagrados profissionais da área, que identificam uma democratização do acesso a conteúdos de moda, antes restritos a um campo fechado e bem articulado internamente. Durante o período de pesquisa, se notou que uma democratização existe, de fato, mas que precisa ser entendida com cautela.

Por ser um campo historicamente fechado, o poder de falar sobre moda, por muito tempo, se viu concentrado em pequenos grupos e veículos de difícil acesso para uma parcela considerável de pessoas. Apesar de os blogs terem contribuído para a expansão de temáticas relacionadas à moda, a entrada nesse “universo” ainda se encontra restrita. Os indivíduos que podem circular em certos ambientes, como os bastidores de um desfile, por exemplo, continuam sendo poucos. Deste modo, o que se pode dizer é que as quatro blogueiras célebres, focos do trabalho, alcançaram esse acesso, justamente por terem se profissionalizado, e hoje, podem circular em ambientes dominados por uma fração específica de profissionais e pessoas ligadas à moda, como estilistas, modelos, jornalistas e editores. O acesso físico a determinados ambientes e eventos, que seguem uma etiqueta com regras rigorosas dentro do campo da moda, continua restrito.

A profissionalização das blogueiras estudadas também pode gerar conflitos com suas leitoras, uma vez que essa transição exige mudanças significativas por parte do segmento e por parte das participantes do blog. Dado o exposto, é relevante perceber que o fenômeno surgiu dentro da proposta de web 2.0, a partir da concepção de criação de ambientes horizontalizados, e se transformou em aparatos midiáticos lucrativos e complexos, capazes de hierarquizar discursos e sentidos, que se legitimam, dentre outras coisas, através dos elevados números de audiência, reproduzindo discursos encontrados nas mídias de massa.

Os blogs estudados, apesar de terem surgido em escala bem menos profissionalizada, se transformaram em marcas, mobilizando leitoras que recorrem a esses espaços, dentre outras coisas, para sanar dúvidas e procurar respostas, tendo na figura da blogueira uma espécie de “guru de estilo”, ou uma especialista em assuntos relacionados à saúde e estética. Esse cenário reproduz a lógica dos meios de comunicação de massa: um polo produtor de conteúdo centralizado para uma audiência ampla, a lógica do “um para muitos”. As leitoras, mesmo que participativas, ainda exercem o papel de “contador de audiência”, e a blogueira se transforma em um “sistema perito” (GIDDENS, 1991).

Neste sentido, as transformações, o apelo midiático e a profissionalização das páginas estudadas levantam o questionamento sobre o papel inicial dessas páginas. Podemos dizer que esse papel mudou bastante, com exceção do blog *Petiscos*, que mantém uma linha de publicação parecida há muitos anos. Com a forte repercussão na mídia, além do constante licenciamento de produtos, esses blogs de moda passaram por modificações consideráveis. Com agendas atribuladas, as blogueiras não dispõem de muito tempo para responder todas as perguntas e dúvidas expostas pelas leitoras nos comentários, fazendo com que a troca de conteúdos acabe sendo perdida parcialmente, evidenciando mais uma aproximação às dinâmicas das mídias de massa tradicionais.

Para tanto, o blog de moda deveria se apresentar como um ambiente capaz de proporcionar uma troca estimulada de temáticas, materiais e conteúdos. Uma vez que este estímulo não ocorre, tendo em vista o alto grau de profissionalização dessas páginas, o blog passa a desenvolver outras finalidades para suas leitoras, e começam a ser vistos de diferentes formas por elas, pelo mercado, pela mídia e pelo campo da moda.

Após análise dos dados organizados pela pesquisa e do fenômeno como um todo, uma linha que costura os sentidos apresentados se fez presente, dando lógica aos achados do estudo: a ambiguidade. A ambiguidade apareceu como um fator determinante, principalmente devido ao momento atual em que se encontram os blogs de moda de sucesso. O amor e o ódio, a hierarquia e a igualdade, a distância e a



proximidade são exemplos dessas ambiguidades que percorrem todo o fenômeno, que, por sua vez, está repousado na maior ambiguidade identificada: a profissionalização em contraponto com a espontaneidade. Durante todo o processo de análise do objeto de estudo, podemos perceber que as blogueiras percorrem suas atividades sob a lógica da profissionalização, cercadas por patrocínios, parcerias e projetos. Ao mesmo tempo, a espontaneidade ainda é uma exigência valorizada e buscada, principalmente por parte das leitoras, para que esses espaços se mantenham como o conhecemos atualmente.

Desta maneira, o futuro desses espaços é incerto. Os blogs de moda analisados podem mudar de objetivo ou se transformarem em novas plataformas de comunicação de moda, diferentes do que vemos hoje. Essas blogueiras podem desenvolver novos e grandiosos projetos, mas devemos notar que elas conseguiram meios de caminhar dentro do campo da moda através de seus blogs, ajudando a desenvolver e popularizar um nicho profissional, o que é inédito.

Para finalizar, podemos dizer que, de uma forma mais geral, os canais para falar, discutir, interagir e produzir conteúdos relacionados a moda e temáticas afins foram, de fato, expandidos e transformados. Porém, esta visão merece ser cautelosa, como vimos anteriormente. Os blogs de moda trouxeram mudanças e com elas, algumas consequências: novos agentes sociais dentro do campo da moda, novos produtores de conteúdo, novas pessoas interessadas em falar e ler sobre o assunto. A partir de fenômenos como os blogs, o campo passa por alterações significativas, mas uma transformação enraizada ainda não foi estabelecida. Nichos continuam existindo, uma vez que a moda se apresenta como um campo restrito e excludente em relação aos seus papéis sociais. As blogueiras de sucesso alcançaram entrada para ambientes e cenários outrora fechados, mas o fenômeno, em sua totalidade, é muito maior e a maioria das pessoas que participa dele (leitoras e blogueiras de menor valor midiático) continua sem passe de entrada. O acesso, neste caso, é diferente e basicamente se encontra nos textos, fotos e vídeos compartilhados por um pequeno número de blogueiras que se tornaram célebres.

## Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 2011.

BLOG SEARCH. *Ferramenta de busca do Google para blog*. Disponível em: <<http://blogsearch.google.com.br>> Acesso em: 26 de fevereiro de 2015

BRAGA, Adriana. *Personas Materno-Eletrônicas: feminilidade e interação no blog Mothern*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

FERNANDES, Bruna Barbosa Belchior. *A influência dos blogs de moda e beleza no comportamento de compra das seguidoras*. 2013. 112 f. Dissertação de mestrado. Faculdade de economia. Universidade do Porto. Porto, 2013.

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo, Editora Unesp, 1991.

HINERASKY, Daniela. *Jornalismo de moda no Brasil: da especialização à moda dos blogs*. In: VI COLÓQUIO DE MODA, 2010, São Paulo. Anais do sexto Colóquio de Moda.

\_\_\_\_\_. *O fenômeno dos blogs street-style: do flâneur ao “star blogger”*. 2012. 289 f. Tese de doutorado. Faculdade de Comunicação Social. PUCRS. Rio Grande do Sul, 2012.

OLIVEIRA, de Souza Priscila Joyce. *Sociabilidade na web: Um estudo sociológico sobre um blog de moda e beleza*. 2014. 114 f. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2014.

PEREIRA, Camila Konradt. *Identificações estéticas no sistema da moda: Um olhar através dos sites de moda de rua e de festa*. 2010. 157 f. Dissertação de mestrado. Faculdade de Ciências Sociais. Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). São Leopoldo, 2010.

RODRIGUES, Graziela Fernanda. *Blogs de moda e beleza: espaço mercadológico de interação, sentido e axiologias*. 2013. 117 f. Dissertação de mestrado. Faculdade de Comunicação Social. Departamento de Comunicação e Semiótica da PUC SP. São Paulo, 2013.

ZAGO, Gabriela da Silva. *Dos blogs aos microblogs: aspectos históricos, formatos e características*. 2009. Disponível em: <[www.bocc.uff.br/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf](http://www.bocc.uff.br/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf)> Acesso em: 10 de julho de 2014.

## **Quem é (o) artista?**

### **A “Função Artista” na contemporaneidade**

Pablo ABREU<sup>1</sup>  
Thiago MENINI<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Depois da diluição de fronteiras anunciada no século XX e da disseminação do atual ambiente sociotecnológico, uma pergunta elementar ao campo da arte se faz necessária: quem é (o) artista na contemporaneidade? Mediante este panorama e as realizações tecnológicas atuais, o objetivo é investigar a resposta a essa pergunta preliminar, tomando como aparato teórico as proposições de MD Magno sobre *ARTE* e *Pessoa*. A função artista é: de acesso ao reprimido das formações sintomáticas de um dado momento; de Indiferenciação, de abertura ao “novo”. Com o termo, pretende-se pensar o artista na contemporaneidade, para além do histórico deste conceito e após o debate de questões como autoria, sujeito, inconsciente e arte tão eminentes no século XX.

#### **Palavras-chave**

Arte; Função Artista; Pessoa; Nova Psicanálise; Comunicação.

A arte é, por muitos pesquisadores, considerada como eminente modo de entendimento sobre a condição humana, o social, a cultura e a história, pois na sua expressão estão envolvidos afetos, sensibilidades, sentidos, percepções e transformações, que uma vez disponibilizadas dão luz ao movimento de nossa espécie nesse mundo e ao “mal-estar” que acomete nossos modos de ser-e-estar.

Dado o atual estágio em que nos encontramos, com a tecnologia expondo uma nova disposição de mundo, será exposta uma construção que tenta redefinir isso a que chamamos historicamente de artista, uma figura repleta de características e sintomas. Na história da arte, o artista teve seus momentos e definições – do anonimato da arte

---

<sup>1</sup> Mestrando (PPGCOM/UFJF). Linha de pesquisa: Estética, Redes e Linguagem.

<sup>2</sup> Mestrando (PPGCOM/UFJF). Linha de pesquisa: Estética, Redes e Linguagem. Formação técnica em música (Conservatório Haideé França Americano).

antiga a fixação da figura do autor. Mas como pensar nessa posição hoje, após as ideias abertas por Freud com a proposta do inconsciente, a morte de Deus anunciada por Nietzsche, a morte do homem, por Foucault, e a morte do autor, por Barthes, a sintomática do “pós” – pós-modernismo e pós-humanismo –, a diluição de fronteiras e o paradigma das redes e da informação?

A resposta que por hora sugerimos é deslocar a persona artista para o que estamos definindo como *Função Artista*. Função afim ao pensamento psicanalítico da NovaMente, que desde os anos 1980, tem como proposta a “rearrumação original do aparelho teórico clínico da Psicanálise para lidar com o ambiente sócio-tecnológico que se instala no mundo” (SILVEIRA JR., 2006, p. 4). Como função, trata-se de pensar o artista para além da lógica da autoria, aquém, portanto, da sua figura, seu nome social, sua etiqueta artística e das relações mercadológicas. Trata-se de considerá-lo na lógica do movimento pulsional, inscrito nos três conceitos propostos pela NovaMente – Revrão, Idioformação e Pessoa – para entender a operação de nossa espécie.

Para propor esse entendimento, faremos o seguinte percurso: situar o contexto em que essa questão se insere, apresentando o lugar da concepção de artista na história da arte e ilustrando com alguns casos da Música; mostrar a ruptura sugerida pela psicanálise e pelo cenário da segunda metade do século XX; expor os conceitos de Revirão, Idioformação e Pessoa, posicionando os deslocamentos propostos por Magno do “Ser” para o “Haver”; e, por fim, delinear o que aqui estamos propondo como “Função Artista”.

Julga-se essa proposta pertinente tanto para os estudos artísticos, quanto para o entendimento da contemporaneidade, suas práticas, sintomas e evidências, instâncias relevantes, inclusive, às diversas possibilidades comunicacionais e sociais do atual cenário: redes (CASTELLS, 1999), participação (SHIRKY, 2011), convergência (JENKINS, 2009), ciberespaço e cibercultura (LÉVY, 2010), dentre outros.

## **O Artista: da concepção à diluição**

Um passeio pela história da arte nos revela que até a Baixa Idade Média (1000- 1500) não existia a concepção de autoria. A criação e a criatividade anteriormente não estavam aglutinadas à figura de um criador. Tal postura foi reforçada durante o Renascimento e mais notadamente no Romantismo, cujas propostas sugeriam a passagem da arte para as chamadas belas artes e onde se passou a pensar em expressão de um determinado artista.

A música é uma concepção artística que nos ajuda a ilustrar tal acontecimento. Na Grécia Antiga, ela era associada às divindades – por exemplo, à lira de Apolo, deus da música – e estava unida a poesia lírica. As obras não eram assinadas e no lugar do artista havia o anonimato, fato identificado nos primeiros séculos da Idade Média, na relação da arte com o cristianismo. Os artistas omitiam seu nome e dedicavam suas composições à comunidade, centralizada na figura divina do “Pai”. Nesse período eram reduzidos as assinaturas das obras, apesar de estar aí situado os primeiros artistas que participaram desse momento de virada anonimato/autoria, caso de Léonin (1159-1201) e Pérotin (1170-1236), na Escola de Notre Dame (TARUSKIN, 2005).

Somente no Renascimento, é que as autorias passam a ter reconhecimento e as obras ganham a assinatura do artista, sendo que a figura deste se mistura a do artesão pelo viés monetário (JIMENEZ, 1999), existindo aí uma relação da arte com o mecenato. Detectam-se nesse momento as inovações técnicas e o desenvolvimento estilístico.

Tal panorama que seria alterado, de fato, no romantismo e na arte contemporânea. “Diferente da arte grega, medieval, renascentista, barroca e clássica, a arte contemporânea perdeu uma função específica vinculada a valores de uma determinada classe social ou valores religiosos” (FREITAS, 2008, p. 23). Do século XVIII em diante, a afirmação do artista foi modificada. O determinismo em sua função deu lugar a crescente subjetividade no pensamento do artista, o que contribuiu para afirmar ainda mais a constituição de um “Eu”, no caso, de um “eu artista”.



A presença do Eu consolidou-se no ideal romântico e as possibilidades estéticas existentes para a expressão da subjetividade. No caso da música, por exemplo, foi Beethoven a figura responsável por transitar a formalidade do espírito classicista para este idealismo. Sua obra é construída sob as convenções do estilo clássico, “mas as circunstâncias externas e a força do próprio gênio, levaram-no a transformar esta herança e fizeram dele a origem de muito do que veio a caracterizar o período romântico” (GROUT E PALISCA, 2007, p. 546). O próprio Beethoven acreditava que sua arte era a expressão de algo que ele julgava ter consciência plena de ser, como se seu mundo interior subjetivo viesse à tona no mundo objetivo em forma de música. Uma música que o escritor romântico T. A. Hoffmann dizia acionar “a alavanca do medo, do espanto, do horror, do sofrimento, e despertar precisamente esse anseio de infinito que é a essência do romantismo” (GROUT E PALISCA, 2007, p. 568).

Vemos com isso que a personificação de um criador, figuradamente emblemático, a que se chama “o” artista foi uma construção ao longo do tempo e se deu no contexto de uma época que procurou afirmar a existência, a consciência e a razão. Construção que contribuiu, inclusive, para que a arte fosse transformada em mercadoria, na esteira daquilo que Adorno e Horkheimer (2006) descreveram como “indústria cultural”. Se, portanto, essa figura está inserida na história, é importante visualizar sua contextualização com a mesma, a fim de que possamos hoje tecer outros entendimentos.

A questão da autoria nos remete as concepções de homem e à ontologia, pois parece afirmar a presença de uma instância uma central agenciadora. Das questões ontológicas clássicas, aglutinadas na via das categorias aristotélicas<sup>3</sup>, passando pela

---

<sup>3</sup> Segundo Wolff (1996, p. 197-198), Platão seguido por Aristóteles inauguram a via categorial, permitindo “mostrar que toda coisa que é, em um outro sentido, não é o que são todas as outras e, reciprocamente, que toda coisa que não é, em um outro sentido, é”. Em outras palavras, introduzem o paradoxo “ser” do “não-ser” e “não-ser” do “ser”, considerando que o não-ser “é ao modo do Outro, [e, portanto] o não-ser não é o nada; é a diferença”.

dúvida metódica de Descartes ([1637] 2001) – penso, logo existo<sup>4</sup> –, pela valorização da ideia de indivíduo – que segundo Renaut (1998)<sup>5</sup>, foi anunciado de maneira incisiva na Revolução Francesa (1789) – e pelas teses monodológicas de Leibniz, em 1714, tem-se a construção dessa instância central, do ser pensante, consciente de si, organizador do mundo, separado da natureza – que foi por ele dominada e explorada – e dono da razão. Trata-se do sujeito da modernidade, na qual o

“[...] humano nela é concebido e afirmado como fonte de suas representações e de seus atos, seu fundamento (*subjectum*, sujeito) ou, ainda, seu autor: o homem do humanismo é aquele que não concebe mais receber normas e leis nem da natureza das coisas, nem de Deus, mas que pretende fundá-las, ele próprio, a partir de sua razão e de sua vontade” (RENAUT, 1998, p. 10).

Falar em artista como um autor, figura personificada, é também supor a existência de uma instância central que separa eu/outro, sujeito/objeto, natural/artificial, artistas/não artistas. E se esse é um pensamento que durante tanto tempo norteou os modos de entendimento – ao menos do ocidente –, no final do último século nos vimos diante de transformações que tornaram explícitas o encaminhar de acontecimentos que vinham se anunciando desde o final do séc. XIX, quando os conceitos e “noções de eu, indivíduo, subjetividade e sujeito foram sendo varridas por mudanças culturais que tem colocado em evidência a instabilidade, multiplicidade e descentramento do sujeito” (SANTAELLA, 2007, p. 99).

Conceitos que também foram sentidos nas vanguardas artísticas do início do século XX, que em embate com o ideal romântico que ajudou a construir a figura de

---

<sup>4</sup> A substância que sustenta a proposta cartesiana é o pensamento. E nesse sentido, o homem e o eu são definidos como “coisa pensante” (WOLFF, 2009, p. 42), consciente de si e capaz de se posicionar como aquele que vai construir uma verdade sobre o mundo. O ser é, assim, representado como uma unidade, onde o “eu” irá coincidir com a consciência. “Esse ‘eu’ que pensa e, porque pensa, constitui como ser existente, é, antes de tudo, uma entidade original que se identifica com a consciência e com a totalidade da pessoa” (SANTAELLA, 2007, p. 100).

<sup>5</sup> Segundo o autor, a modernidade lança a pretensa ideia de uma “nova liberdade”, que se confunde com “o processo de igualização das condições, no sentido jurídico da expressão” (RENAUT, 1998, p. 26). Trata-se de um individualismo democrático que coloca em questão também, segundo Renaut, a “tradição”. A dinâmica moderna<sup>5</sup> será em oposição a das sociedades primitivas e medievais, nas quais a tradição se impõe sem escolha ou vontade.

um “eu” – o artista –, passaram a pensar a própria condição humana. Na música tivemos o expressionismo<sup>6</sup> da Segunda Escola Vienense.

Em tal contexto estavam as ideias que a partir do final do século XIX, foram colocadas em questão, quando, por exemplo: Nietzsche<sup>7</sup> anunciou a morte de Deus – de sua figura idealizada frente à transcendente identificação com a verdade, o saber e o suposto sentido de sua existência; Freud, que ao voltar-se para a operação do inconsciente, situou o eu (ego) como uma parte modificada do que, na segunda tópica freudiana, foi tratada por Id<sup>8</sup>, como lugar de mediação, de resistência e censura, de identificação, de passagem da pulsão; Lacan, que no retorno à Freud, apresentou o estádio do espelho (LACAN, [1949] 1998) e a formação da função a que chamamos eu, a ideia imaginária de um corpo próprio<sup>9</sup>, a entrada do simbólico (lugar a partir do qual organizará o mundo), a alienação ao outro<sup>10</sup> e a lógica do significante – o sujeito

---

<sup>6</sup> Na expressão da angustia entendida como *Vorgefühle*, a música da fase expressionista de Schoenberg atesta a impotência do homem. O monodrama *Erwartung* tem como heroína uma mulher que procura seu amante pela noite, ficando presa pelos terrores da obscuridade, e termina encontrando-o assassinado. Entrega-se à música quase como se fosse uma paciente psicanalítica. A confissão de ódio, ciúmes e perdão e ainda todo o simbolismo do inconsciente, estão expressados na música, que recorda seu próprio direito de opor-se e de consolar somente no momento de loucura da heroína (ADORNO, 2009, p. 42).

<sup>7</sup> “Nietzsche quer demolir a unidade subjetiva ou a identidade do Eu, e substituí-la por um fazer, um construir. Como nota Gilles Deleuze, aquele Eu uno e sistêmico, seria garantido pela existência metafísica de uma unidade concernente a tudo, um centro de gravitação, um fundamento. A esse fundamento, Nietzsche oporá a passagem e o acaso, demonstrando o erro metafísico em buscar um suporte principal da realidade fora do mundo: “O que é grande no homem”, diz no “Prólogo” de Assim falou Zaratustra, “é ser ele uma ponte e não um alvo; o que se pode amar no homem é ser ele uma passagem e um sucumbir” (2002, p. 38). [...] É claro que não iniciamos essa travessia sem dor, pois a morada-homem constitui para nós um grande conforto e é difícil nos desvencilharmos dela” (SOUTO, 2011, p. 136).

<sup>8</sup> O id é o domínio da pulsão, enquanto o ego, o da prudência que busca nos objetos a satisfação parcial do princípio do prazer. Segundo Freud, o ego “tem o hábito de transformar em ação a vontade do id, como se fosse sua própria” (FREUD, 1996, p. 39), pois ele “é o representante do mundo externo para o id” (Ibid., p. 50).

<sup>9</sup> “[...] é um drama cujo impulso interno precipita-se da insuficiência para a antecipação – e que fabrica para o sujeito, apanhado no engodo da identificação espacial, as fantasias que se sucedem desde uma imagem despedaçada do corpo até uma forma de sua totalidade que chamaremos de ortopédica – e para a armadura enfim assumida de uma unidade alienante” (LACAN, 1998a, p. 100)

<sup>10</sup> “Essa forma se cristalizará, com efeito, na tensão conflitiva interna ao sujeito, que determina o despertar de seu desejo pelo objeto de desejo do outro: aqui, o concurso primordial se precipita numa

considerado como um significante para outro significante –, do sujeito barrado, dividido, nunca é mais do que suposto (LACAN, 2007); Foucault, que transferiu a pergunta “o que é um homem?” para outra forma de indagação, “o que somos nós nesse tempo atual?”, e com isso falou em “morte do homem”, em sujeito historicamente construído e na possibilidade de transformações na subjetividade – “Penso que nosso futuro comporta mais segredos, mais liberdades possíveis e mais invenções do que nos deixa imaginar o humanismo, na representação dogmática que se tem dado aos diferentes componentes do espectro político” (FOUCAULT, 1994, p. 5)<sup>11</sup>; Haraway (2009), que diante da crescente presença da tecnologia escreveu o chamado Manifesto Ciborgue, sendo este um neologismo que refere-se a “um organismo cibernético, um híbrido de máquina e organismo, uma criatura de realidade social e também uma criatura de ficção”, e que procura romper com as fronteiras humano/máquina, natural/artificial e físico/não físico; as concepções em torno dos termos pós-humanismo e pós-modernidade, como podemos ver em Santaella (2003, 2007), de corpos remodelados, esquadrinhados, virtuais e extrassomatizações do cérebro, e que no conjunto colocam o humano em questão, trazem novamente a necessidade de se perguntar sobre sua posição diante dos recentes acontecimentos.

Mediante esse cenário, Tadeu (2009) fez o seguinte comentário:

“A subjetividade humana é, hoje, mais do que nunca, uma construção em ruínas. Ela já não tinha mesmo jeito, desde as devastadoras demolições dos “mestres da suspeita”: Marx, Freud, Nietzsche, sem esquecer, é claro, Heidegger. A obra de desconstrução iria prosseguir, incansável, a partir de meados do século XX, com as operações de desalojamento do cogito cartesiano efetuadas pela revisão althusseriana de Marx e pela revisão lacaniana de Freud. Depois, com os pós-estruturalistas, Foucault, Deleuze, Derrida, Lyotard, o estrago se tornaria irremediável e irreversível. Sem volta. *A point of no return*. A questão não é mais, agora, “quem é o sujeito?”, mas “queremos, ainda, ser sujeitos?”, “quem precisa do sujeito?” (Guzzoni, 1996), “quem tem nostalgia do sujeito?” e, mais radicalmente,

---

concorrência agressiva, e é dela que nasce a tríade do outro, do eu e do objeto” (LACAN, 1998b, p. 116).

<sup>11</sup> Como ilustração, podemos citar os textos nos quais Foucault examina a loucura (*História da Loucura*, 1964), a sexualidade (*História da Sexualidade*, 1976) e as relações de poder (*Vigiar e Punir*, 1975).

talvez, “quem vem depois do sujeito?” (Cadava; Connor; Nancy, 1991). Ou ainda, como Maurice Blanchot (1991), a essa última pergunta podemos, talvez cinicamente, nos limitar a retrucar: “quem mesmo?” (TADEU, 2009, p. 9).

Na sequência desse contexto, que no final do século XX ficou indiciosamente explícito mediante a falta de referências, a diluição de conceitos e a queda de muitas fronteiras (naturais, sociais, culturais ou outras), é que situamos a nossa questão preliminar: quem é (o) artista na contemporaneidade? Se o Eu “não é mais senhor em sua própria morada” (como nos apresenta Freud) e sim uma função imaginária (como nos mostra Lacan), se o sujeito não é mais que suposto ou que é uma constituído historicamente e sujeito à transformações (como disse Foucault), se as formas de subjetividade tem se transformado com os chamados ciborgue e pós-humano (como apresenta Santaella [2003, 2007]), enfim, se não estamos mais naquela época em que a concepção de artista foi cunhada, onde situar então essa questão?

O percurso de entendimentos que sugerimos vai passar pelos conceitos de Idioformação, Pessoa e Revirão, que exploraremos a seguir, para então deslocarmos a questão do artista para a função artista.

## **De autor a possibilitador**

Propondo dar continuidade ao pensamento de Freud, Magno sugere no final do século XX – em meio as características que aqui apontamos – o chamado Revirão, aparelho teórico clínico, cujas bases estão no conceito psicanalítico de pulsão de morte<sup>12</sup>. Tal aparelho está inscrito num axioma assim formulado:  $A \rightarrow \tilde{A}$  (“Haver quer não-Haver”) (MAGNO, 2008, p. 28), o qual denota que a pulsão caminha para um Impossível Absoluto (id., p. 38), que, mesmo sendo impossível não cessa de ser

---

<sup>12</sup> O conceito de “pulsão de morte” sugere que o movimento do psiquismo está na dependência de uma força que, em última instância, busca sua completa e total aniquilação, ou seja, “extinguir-se, desaparecer, morrer” (MAGNO, [1999] 2008, p. 33). Como, porém, essa anulação definitiva jamais é alcançada – se o fosse tudo se extinguiria, não haveria mais qualquer movimento –, chega-se a um ponto onde o movimento se neutraliza e reinicia seu périplo constante, em eterno retorno. Isto pode ser exemplificado no percurso das formigas de Escher e pela fita de Moebius.



requisitado de dentro do Haver. Ou seja, como não consegue chegar a um “fora” desejado acaba “retornando” – entre aspas, pois nunca saiu – ao Haver e retomando o movimento, sendo que, este, comporta as possibilidades de criação, de construção das próteses, de ultrapassagens, de novos modos de entendimento e consideração das mais variadas coisas ou situações.

O que especifica esse aparelho teórico do Revirão é incluir um ponto em que cada polo pode “soltar a pressão das diferenças que o estavam acuando no momento anterior” (MAGNO [1998], p. 65), trazendo assim chances de reconhecimento e consideração de formações antes não visíveis. Não é um movimento simplesmente dialético, apenas entre formações opositivas e já reconhecidas, mas sim de a possibilidade de as oposições se neutralizarem num ponto terceiro, de Indiferenciação, e, nele, novas arrumações das formações se tornarem disponíveis. É segundo esse trajeto contínuo, em eterno retorno, que a competência operacional da mente, para além das oposições, dispõe as neutralizações e passagens que são descritas como reversões e reviravoltas na história da humanidade e da arte.

A Indiferenciação é onde Magno (2009, p. 14) escreve o Real. É aquilo que, tirado de um poema de Fernando Pessoa, ele chamou de Cais Absoluto, lugar último do movimento  $A \rightarrow \tilde{A}$ , onde escreve-se também o “Haver propriamente dito”. É o lugar onde nada “somos”, onde a gente simplesmente “Há”, onde o sentido se perde na equivalência dos *nonsenses*, na homogeneidade onde todo sentido é possível (MAGNO, 2009b, p. 152).

Nesse lugar, a “Indiferença não significa desinteresse, pois quando sou indiferente, sou radicalmente interessado em tudo”. [É o lugar onde se dá a] “possibilidade do exercício da única liberdade possível, a qual não há no campo do Ser, pois aí há sempre um dono, e onde há dono há guerra, luta. No campo do Real, temos a única possibilidade de movimento de liberdade, ainda que não a consigamos (MAGNO, 2009, p. 20).

Ao apresentar tal perspectiva, Magno (MAGNO, 2014) está também propondo deslocar a questão do “ser” – onde inscreve-se a filosofia, as ontologias e outros conceitos como sujeito (subjetividade), indivíduo, dentre outros – para a

questão do “Haver”. O Haver é, para Magno, anterior ao ser e, a priori, registra-se como uma experiência comum a todos e a cada um, experiência, portanto, de singularidade: “É uma experiência de contato direto com o Haver, cuja expressão em sua inteireza e em seu impacto não é possível mediante os aparelhos simbólicos (as línguas, os discursos) usados nas reflexões sobre o Ser” (SILVEIRA JR., 2012, p. 5). Ele é o lugar, segundo Magno (2009, p.16), ilustrado pelo “soco no estômago”, pela pancada, no qual a criança adentra ao nascer berrando, ainda sem possibilidade alguma dizer, atribuir significados e falar sobre o estar-e-ser no mundo – atividades logo inseridas e sem as quais a criança tampouco sobreviveria –, mas já sentindo toda essa experiência (essa pancada) que, pode-se dizer, são de presença e trauma<sup>13</sup>. Presença “sem lugar, sem passado ou futuro” (MAGNO, 2009, p. 172), que só posteriormente ao ser afetada pelo mundo, resulta na alienação ao ser (Ibid., p. 173) e na produção de temporalidades e discursividades.

A partir dessa consideração, Magno propõe outra forma para se pensar o humano e conseqüentemente a figura do artista, que neste trabalho discutimos. E tal forma se esclarece mediante os conceitos de Idioformação e Pessoa.

As Idioformações são as formações que portam o Revirão. Estão, portanto, inscritas no movimento pulsional  $A \rightarrow \tilde{A}$  e estão diante da possibilidade de Criação. Seu limite é o impossível Não-haver, que ao ser requisitado possibilita rupturas, deslocamentos, novos modos de consideração das mais diversas situações.

As Idioformações são, originalmente, condenadas a criar, ainda que mediante ao gozo de um sintoma haja a tentativa forçada de estabilidade. A criação é a sua maneira de dar conta da “loucura” que as habita e que não cessa de requisitar ultrapassagens. Isto porque não há um limite, um fundamento desde sempre colocado

---

<sup>13</sup> “É teoricamente importante saber que o Haver não está nem aí. Se não, pensamos no *Dasein*, de Heidegger, aquele que está aí, que é mais perto do Ser, da ordem do mundo, já que se encontra no mundo, como o nome mesmo diz. Alguns o traduzem de maneira feiosa por ser-aí, mas como *sein* pode significar estar, estar-aí seria melhor. Então, o entendimento do Haver enquanto tal não é *Dasein*, não está nem aí, só está, e nem podemos indicar onde, pois está em pura presença. E qualquer deslocamento desse lugar é resultado de uma causação do mesmo Haver. O Haver causa esses movimentos, mas não os faz. O Haver só há, sem tempo, lugar, quando ou onde. Ele é presença pura” (MAGNO, 2009, p. 172).

e imutável, para o que quer que pensem ou façam. Só mediante próteses é possível viabilizar tentativas (sempre provisórias) de entendimento do que lhes ocorre mentalmente e do que pode ser feito para diminuir o mal-estar (Freud, [1930] 2011) que implacavelmente acomete sua estada aqui. “Aqui”, o qual a nova psicanálise chama, em contrapartida ao conceito filosófico de Ser, de Haver, campo de emergência das formações.

As idioformações de nosso caso terrestre são chamadas de *Pessoas*. O termo Pessoa, no caso, é tomado do poeta Fernando Pessoa, para quem “Pessoa” é “Ninguém”. A psicanálise não é um humanismo, não trata somente do Ser – que é construído de identificações, conteúdos e idealizações –, e sim das Idioformações. Portanto,

Pessoas são idioformação do nosso caso. Mas não podemos pensar que sejam um corpo humano; um indivíduo, do ponto de vista do recorte social; ou um sujeito, do ponto de vista da reflexão filosófica em vigor. Evidentemente, uma Pessoa tem alguma corporeidade biológica, a qual é apenas uma de suas formações, que chamamos de primário” (MAGNO, 2008, p. 169).

Pessoa é um conjunto de formações e estas são consideradas, “em qualquer nível, ordem ou perspectiva, todo e qualquer conjunto material [sendo que tudo aqui é considerado material, vozes, símbolos etc] que se organize com alguma coalescência, que consiga constituir um fechamento, um *lock*, e subexistir resistentemente enquanto formação” (MAGNO, 2008, p. 103). A resistência é uma de suas características básicas – donde se pode pensar também em sintoma<sup>14</sup> e recalque –, é seu modo de manifestação: “qualquer formação só por ser formação tem vocação recalcante, e é recalcada por várias forças; pode certas coisas; e, enquanto constituição, nela está inscrito um conhecimento” (MAGNO, 2011, p. 7).

Antes de finalizarmos essa breve apresentação, é válido ressaltar que mediante essa perspectiva, tem-se uma outra concepção de arte, pois tudo é

---

<sup>14</sup> Como pode ser acompanhado em Magno (2009), toda formação é sintomática, proposição que sugere outro modo de entendimento para o que chamamos sintoma, que no uso cotidiano é apropriado para definir as manifestações provocadas por uma doença/enfermidade. O uso que aqui se faz do termo está, portanto, para além da definição medicinal.

considerado como artifício. “Arte é aqui tomada como articulação, artificial, artifício, donde decorre que mesmo o que se costuma chamar de natural, por oposição a cultural, seja visto como inseparável da vigência do Artificialismo Total nos processamentos mentais e sociais” (SILVEIRA JR., 2006, p. 4).

A partir de tais apontamentos – teoricamente é preciso estar ciente de que o recorte aqui apresentado é uma introdução ao assunto – é que pretende-se colocar a questão do artista em causa. Se reportado ao Revirão, a figura artista desloca-se para a função artista, o papel de autor desloca-se para o de possibilitador, aquele que disponibiliza novos modos de entendimento que vemos, por exemplo, nas rupturas e subversões da história da arte.

### A Função Artista

Artista é a função/postura que a Pessoa pode assumir diante do axioma “Haver quer não-Haver”, com passagem pela Indiferenciação, com possibilidade de Criação e exercícios de ultrapassagem. Segundo este entendimento todos da espécie das Idioformações são artistas. Portanto o que aqui se propõe como *Função Artista*, trata-se, sobretudo, de um modo que sempre esteve operante. Não quer isto dizer que todos estejam exercendo esta função, dado que a pressão dos recalques é enorme e pode parecer mais fácil, mais confortável, estacionar em jogos já dados ou mesmo regressar a funcionamentos antigos evidentemente obsoletos.

Diante desse panorama, o artista pode ser entendido como aquele que acessa o reprimido e burla as censuras. Esta noção desloca a figura personificada à qual a cultura e o mercado tendem a atribuir valores e julgamentos, para uma posição que se coloca a disposição do movimento pulsional diante do Haver. Uma função em afinidade com o conceito não de humano, mas de *Idioformação* (MAGNO [1995]), o qual arrola as formações que, além de características biológicas comuns aos vivos, portam o Revirão e têm a possibilidade da Criação. Seu limite é o não-Haver, que, por

não ser atingível, mas desejável, resulta em rupturas, deslocamentos internos ao Haver e dispõe modos novos de consideração das situações.

“O artista há muito tempo tem sido como um indivíduo que refletia o espírito de sua época. Acho que sempre houve diferentes tipos de artistas: os que eram principalmente espelhos de seu tempo, e então alguns muito poucos que tinham um poder visionário, os quais os gregos chamavam de áugures: os que eram capazes de anunciar o próximo estágio no desenvolvimento da raça humana, realmente escutar no futuro, e por meio de sua obra preparar as pessoas para aquilo que estava para chegar”.  
(MACONIE E STOCKHAUSEN, 2009 p.43)

Com função artista está, portanto, expresso um modo de entendimento que não adere à lógica comercial, não personifica a figura, o autor, não mede seu valor econômico, não pretende julgar sua arte a luz dos comportamentos e moldes sociais. O que está em situação é a sua postura de abertura e trânsito, de geração de novos modos de conhecimento, de tornar presente o que estava esquecido, desconhecido ou desconsiderado. Trata-se da possibilidade de exercer a ARTe, de uma posição em trânsito e de uma postura transformadora.

A Função Artista inscreve-se no Haver e nas articulações das formações, assumindo o estado transitório de artista, lugar onde, por vezes, é possível de acontecer este algo que chamamos obra de arte. Portanto não é uma criação exclusiva de um “eu”, mas sim de um estado, um exercício diante da experiência do Haver e uma possibilidade de entendimento que uma vez disponibilizada, prolonga-se para além da figura de seu criador. Sua articulação é com o Haver propriamente dito, com a Indiferenciação, que toca a todas as formações e que as transforma.

O que buscou ser discutido é a apresentação de um entendimento para este século XXI, profundamente modificado pelas tecnologias que expõe a necessidade de um novo pensar. A noção de *Função Artista* desloca a clássica compreensão que fazemos sobre a figura do artista, que visivelmente não dá mais conta de tudo o que está acontecendo. Desta forma, há a proposta de que o próprio artista compreenda o momento atual e possa cada vez mais pensar em direção a indiferenciação, que como já foi dito, não é uma postura de desinteresse, mas sim de qualquer interesse.



## Referências bibliográficas

- ADORNO, Theodor. *Filosofia da nova música*. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- ADORNO, Theodor; Horkheimer, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
- DESCARTES, René. [1637] *Discurso do método*. São Paulo: Martins Fontes, 2001. Tradução: Maria Ermantina Galvão.
- CASTELLS, Manuel. [1999] *A Sociedade em Rede*. V.1 São Paulo: Paz e Terra, edição 2011.
- FOUCAULT, Michel. *Verdade, poder e si*. Traduzido por Wanderson Flor do Nascimento a partir de FOUCAULT, Michel. *Dits et écrits*. Paris: Gallimard, 1994, vol. IV, pp. 777-783. Publicado in: <http://michel-foucault.weebly.com/uploads/1/3/2/1/13213792/verdade.pdf>. Acessado em 05/05/2015.
- FREITAS, Verlaine. *Adorno e a arte Contemporânea*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- FREUD, Sigmund. *O ego e o id*. In: *O Ego e o Id e outros trabalhos (1923-1925)*. Edições Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud. Volume XIX. Rio de Janeiro: Imago, 1996.
- \_\_\_\_\_. [1930] *O mal-estar na civilização*. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2011.
- GROUT, Donald; PALISCA, Claude. *História da Música Ocidental*. Lisboa: Gradiva, 2007.
- HARAWAY, Donna; KUNZRU, Hari & TADEU, Tomaz. *Antropologia do Ciborgue – as vertigens do pós-humano*. 2ª edição, Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- JIMENEZ, Marc. *O que é estética*. Rio Grande do Sul: Editora Unisinos, 1999
- LACAN, Jacques. [1949] O estádio do espelho como fundador da função do eu. In: LACAN, Jacques. *Escritos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998a, p. 96-103.
- \_\_\_\_\_. [1948] A agressividade em psicanálise. In: LACAN, Jacques. *Escritos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998b, p. 104-126.
- \_\_\_\_\_. [1975] *Seminário 23: O sinthoma*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 3ª edição. São Paulo: Editora 34, 2010.

MACONIE, Robin; STOCKHAUSEN, Karlheinz. *Sobre a música: palestras e entrevistas compiladas por Robin Maconie*. São Paulo: Mandras, 2009.

MAGNO, MD. *A psicanálise, Novamente*. 2ª ed. – Rio de Janeiro: Novamente, 2008.

\_\_\_\_\_. *Arte e Psicanálise. Estética e clínica geral: seminário 1995*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Novamente, 2008b.

\_\_\_\_\_. *A rebelião dos anjos: Eleutéria e Exousía*. Rio de Janeiro: Novamente, 2009.

\_\_\_\_\_. *De mistério Magno: a nova psicanálise*. Seminário 1988. Rio de Janeiro: Novamente, 2009b.

NIETZSCHE, Friedrich Wilhelm. *Além de bem e do mal: prelúdio a uma filosofia do futuro*. Porto Alegre: L&PM Pocket, 2008.

RENAUT, Alain. *O indivíduo: reflexão acerca da filosofia do sujeito*. Rio de Janeiro: Difel, 1998.

SANTAELLA, Lúcia. *Cultura e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

\_\_\_\_\_. *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus, 2007.

SILVEIRA JR., Potiguara Mendes da. *Artificialismo total. Ensaio de Transformática*. Comunicação e psicanálise. Rio de Janeiro: NovaMente, 2006.

SHIRKY, Clay. *A cultura da participação*. Editora Zahar: Rio de Janeiro, 2011.

SOUTO, Caio Augusto T. *Nietzsche e Foucault: da morte de Deus à morte do Homem*. Saberes, Natal – RN, v. 1, n. 6, fevereiro, 2011, ps. 129-141.

TARUSKIN, Richard. *The Oxford History of Western music*. New York: Oxford University Press, 2005.

WOLFF, Francis. As quatro concepções de homem. In: NOVAES, Adauto (org.). *A condição humana: as aventuras do homem em tempos de mutação*. Rio de Janeiro: Agir; São Paulo: Edições SescSP, 2009, p. 37-74.

Vídeo: *Haver e Ser*. MD Magno. Brasil. 2014. Duração: 14 minutos. In: <https://www.youtube.com/watch?v=hoi12EVnjTI>. Acesso: 15/08/2015.

XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## **Nostalgia Gamer no YouTube<sup>1</sup>**

Refletindo sobre a prática de consumo e produção da Game Music em canais  
brasileiros

Schneider Ferreira Reis de Souza<sup>2</sup>

### **Resumo**

A Game Music, uma música produzida inicialmente como trilha sonora de games, é apreciada e praticada por diversos fãs de games. Nisto, destacamos a prática musical de Game Music realizada no YouTube onde fãs encontram espaço para compartilhar suas experiências de consumo e produção de covers e remixes. Os dados empíricos foram coletados através de pesquisa de campo etnográfica (etnografia virtual) na qual realizamos entrevistas, observação constante dos discursos empregados na rede e também pesquisa participante. A partir da análise dos dados empíricos constatamos uma singularidade na forma de apreciação desta música, onde memória e nostalgia desempenham um papel fundamental na produção de sentido dos fãs e músicos.

### **Palavras-chave**

Internet; Nostalgia; YouTube; Game Music; Etnografia Virtual

### **Introdução**

Este artigo tem a intenção de apresentar uma análise feita durante pesquisa de campo realizada no período de 2013-2014, na qual foi investigada a prática da Game Music feita por músicos brasileiros no site de compartilhamento de vídeos YouTube. Dentre as diversas análises realizadas, será tratado, neste artigo, algumas questões relacionadas ao sentimento de nostalgia e sua influência na produção e consumo deste tipo de música.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Licenciado em Música Pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), mestre em musicologia pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO) e, atualmente, doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da universidade Federal Fluminense (UFF).

Primeiramente, é importante definir o que vem a ser a Game Music e falar um pouco do seu universo. A Game Music, de acordo com Collins (2008), é um tipo de música que sua principal característica é ter sido produzida inicialmente para compor a trilha sonora de um jogo eletrônico. Qualquer música que foi feita com esta função e que foi lançada oficialmente em um game é uma Game Music. Esta definição, objetiva e um tanto quanto restritiva, demonstra que não há parâmetros musicais formais que definem se uma música é Game Music ou não, apenas sua função. Portanto, podemos dizer que ela não possui modelo técnico musical que a enquadraria em algum gênero musical assim como sugerido pela teoria de Franco Fabbri (1980) sobre o tema. Apesar de ser discutível se a Game Music é ou não um gênero musical, gostaríamos de deixar essa discussão para um outro momento, mas que agora a entendamos como um tipo de música, não como um gênero musical. Portanto, sem a complexidade que envolve todo o conceito de gênero musical.

O interessante da Game Music é que a prática musical realizada pelos fãs é baseada, prioritariamente, na produção de covers e remixes. Os covers seriam as músicas tocadas mantendo o material musical principal da música (melodia, harmonia, rítmica e forma) sem muitas alterações. Já os remixes são produções que utilizam alguma Game Music como material base para a produção de uma nova música, mas mantendo algumas das melodias principais. Apesar de existir algum espaço para criatividade – principalmente nos remixes –, as produções totalmente originais são somente àquelas que foram feitas para jogos lançados oficialmente, assim como definido anteriormente.

Mas, aonde encontram-se estas produções? Como qualquer música, encontramos diversas práticas musicais relacionadas à Game Music feitas em diversos locais, desde grandes shows até pessoas tocando em suas casas. Isso poderia levar à ideia de que a Game Music pouco tem de diferente de outros tipos de música, porém se mudarmos a pergunta para: aonde os fãs de Game Music vão para consumir e compartilhar suas produções? Se perguntamos aos fãs dessa música, é possível que encontremos diversas respostas relacionadas a sites da internet. Em uma pesquisa exploratória, quando confrontados com esta questão, muitos fãs respondiam sites

como, Overclocked Remix, VG Music e YouTube. Dentre estes, podemos destacar o YouTube por ter sido um site sempre citado pelos fãs. Além disso, pela dinâmica diferenciada de sites como Facebook e Twitter, notamos também que os usuários de grupos relacionados à Game Music compartilhavam as músicas que ouviam, ou suas próprias produções (em forma de cover ou remix), através de links para o YouTube.

Ao fazer uma busca no YouTube com os termos Game Music, podemos encontrar diversos vídeos sobre o tema. Como exemplo, destacamos dois vídeos. Primeiro, temos o vídeo, do canal especializado em Game Music #FamliyXJunes, “Replay: A Metal Tribute to the History of Video Games” que se trata de um arranjo de Heavy Metal de diversas músicas de games, em forma de pout-pourri (Medley), dispostas em forma cronológica referente ao ano de produção do game. O vídeo possui, atualmente, mais de 1.800.000 visualizações, o mais visualizado do canal de #FamliyXJunes. Outro exemplo, é o vídeo “beatboxing flute super mario brothers theme” do usuário #Project Trio que apesar de não ser um canal focado em Game Music, possui neste vídeo mais de 24 milhões de visualizações. O vídeo em questão se trata de uma versão da música tema do jogo Super Mario Bros (Nintendo, 1985) com um arranjo misturando melodia feita na flauta transversa com beatbox, tocados simultaneamente pelo músico Greg Patillo. A popularidade destes vídeos demonstra que há uma certa relevância representativa desta música para uma grande quantidade de pessoas.

Por outro lado, no offline, não encontramos muitos eventos com algum enfoque em Game Music. No caso do Brasil, temos o show da orquestra Video Games Live, que tem acontecido anualmente, e algumas apresentações de poucos grupos musicais como as bandas Mega Driver e Gameboys. Apesar da existência de algumas bandas, elas tocam normalmente em eventos sobre videogames em geral, não Game Music em si.

Esta grande representatividade fez com que direcionássemos a pesquisa para as práticas musicais que acontecem no âmbito da internet.

**Como e aonde foi realizada a pesquisa.**



Os dados que aqui serão apresentados foram adquiridos através de pesquisa de campo feita através do método etnográfico. Como o campo de pesquisa foi a internet, foi empregado, mais especificamente, a etnografia virtual (HINE, 2000), por ser uma modalidade recente na qual os aspectos digitais da internet são levados em consideração.

Através da etnografia virtual, e com suporte de uma bibliografia sobre o assunto (ALMEIDA, 2010; HINE, 2000; KOZINETS, 2009; WESCH, 2012), foram realizadas observações rotineiras em quatro canais de youtubers brasileiros especializados em Game Music: *#Megafive*, *#Videogamecovers*, *#Batera Gamer* e *#Guitardreamer Game Music Covers*. Com este método, foram observados diversos vídeos de Game Music e os comentários deixados por usuários nos mesmos. Além disso, foram realizadas entrevistas com os youtubers responsáveis pelos canais.

A pesquisa de campo foi realizada com durante o segundo semestre de 2013 e primeiro semestre de 2014, mas com maior intensidade nos meses de outubro, novembro, dezembro e janeiro.

É importante ressaltar que não iremos expor todo o material etnográfico produzido. Na verdade, apresentaremos alguns dados selecionados dentre todos os coletados em campo. Objetivando, desta forma, a discussão principal do artigo.

### **Nostalgia: uma forma diferente olhar para o passado**

Com os dados da pesquisa, observamos que o sentimento de nostalgia se fez muito presente tanto nos discursos quanto no desenvolvido estético das produções.

O conceito de nostalgia é originário no século XVII no campo da medicina e era utilizado para nomear uma doença de caráter psicológico que afetava pessoas que sentiam saudades de sua terra natal que lhes era expropriada nas guerras deste mesmo período (BOYM, 2007). Esta saudade diferenciada, que era sentida por estas pessoas, caracterizava um quadro clínico com traços de depressão. Deste modo, a nostalgia,

enquanto conceito utilizado na medicina, denotava algo ruim, uma doença a ser curada.

Entretanto, a percepção do conceito foi mudando com o passar do tempo, saindo da esfera do negativo, de uma doença que deve ser curada, para ser entendido, principalmente no senso comum, como algo de conotação mais positiva. Facilmente encontramos discursos que deixam implícitos que a nostalgia possibilita lembrar algo bom do passado, lembranças que dão uma sensação agradável – assim, como nos discursos que serão apresentados posteriormente no texto.

Svetlana Boym (2007) considera que a modernidade possibilitou uma mudança do entendimento do conceito de nostalgia, desvinculando-o da ideia de doença. Para ela, devido a um maior acesso aos produtos artísticos, muitas pessoas puderam experienciar novas formas de entretenimento que tornam esse modo de lembrar do passado diferenciado. Além disso, Boym considera que a nostalgia não é meramente um sentimento individual, mas sim um sintoma de nossa época, uma emoção coletiva e histórica.

A partir disso, ela considera que entender nostalgia pode fazer com que entendamos, também, o ser humano e a sociedade atual. Primeiro, que por mais que a nostalgia seja um tipo de saudade de um passado idealizado, ela não é ante moderna, mas sim contemporânea da modernidade. Segundo, porque a nostalgia, apesar de parecer uma saudade de um momento específico do passado, é, na verdade, um anseio por um tempo diferente. Ou seja, a “nostalgia é uma rebelião contra a ideia moderna de tempo, o tempo de história e progresso”<sup>3</sup> (BOYM, 2007, p. 8). E, por último, nostalgia “não é sempre retrospectiva; ela pode ser prospectiva também. As fantasias do passado, determinadas pelas necessidades do presente, tem um impacto direto nas realidades do futuro”<sup>4</sup> (Ibidem). Em outras palavras, há um certo desejo utópico na nostalgia que faz com que queiramos reviver um passado, trazê-lo de volta (VELIKONJA, 2008).

<sup>3</sup> nostalgia is a rebellion against the modern idea of time, the time of history and progress.

<sup>4</sup> is not always retrospective; it can be prospective as well. The fantasies of the past, determined by the needs of the present, have a direct impact on the realities of the future.

Atualmente, vemos que a ideia de nostalgia é utilizada como algo bem positivo e, de certo modo, buscado pelas pessoas. Pesquisas de publicidade (VELOSO e TEIXEIRA, 2008; HOLBROOK e SCHINDLER, 2003; MACEDO e PRESTES, 2013) indicam uma tendência em usar o sentimento de nostalgia em propagandas de produtos diversos. Aumentando, desta forma, a popularidade do produto através de um certo sincretismo nostálgico que se vincula ao mesmo. Temos também, no próprio YouTube, o caso do canal #Nostalgia que é um canal popular e com conteúdo produzido a partir das produções artísticas feitas nas décadas de 1980 e 1990. A experiência de entretenimento proposta por este canal é de ter vídeos que estimulem a memória e proporcionem experiências singulares, proporcionadas pela nostalgia sentida ao entrar em contato com este conteúdo. Interessante notar que o canal citado não possui nenhum vídeo relacionado a algum fato político ou alguma tragédia que aconteceu no período. As produções pretendem apenas trazer àquilo considerado bom daquela época.

Por outro lado, também podemos ver a pesquisa de Mitja Velikonja (2008) sobre o sentimento de nostalgia sentido pelos Iugoslavos em relação a diversas características do *Titoismo* no século XX. Em seu livro, ele mostra que o *Titoismo* deixou um sentimento de saudades em diversas pessoas que viveram neste período, mas uma saudade direcionada a alguns aspectos de justiça social vividos. Ou seja, são aspectos políticos, mas selecionados dentro do contexto histórico para compor um sentimento de saudade da época que, por ser idealizada, exclui fatos ruins.

Tanto no lado político quanto do entretenimento, a nostalgia é um sentimento presente quando estas pessoas acessam suas memórias para lembrar os fatos vividos no passado.

### **A nostalgia gamer no YouTube: os discursos dos fãs consumidores**

A partir da reflexão sobre os dados coletados em campo, chamou a atenção a grande quantidade de comentários que estavam relacionadas a nostalgia feitos objetivamente com a pronuncia do conceito, ou através da ideia implícita de passado

idealizado presente no discurso. Portanto, apresentaremos nesta seção uma seleção de alguns comentários deixado por usuários como forma de explorar algumas questões relaciona à nostalgia. Vale ressaltar que utilizaremos pseudônimos ao invés dos apelidos utilizados pelos usuários.

O usuário A comentou em um dos vídeos: “Meu amigo me passou o jogo, agora ele é meu melhor amigo e esse jogo é um dos meus favoritos.” Neste comentário notamos que há uma relação afetiva do usuário com um momento do seu passado que vai além da experiência de escuta musical proposta no vídeo. Para ele, o jogo é um de seus favoritos, portanto, bom. Mas, notamos que a fala dele está direcionada a outros fatos do passado que não tem ligação direta com a experiência de jogo e nem com sua música. O que fica evidente é que a lembrança do acontecimento, no qual o jogo estava envolvido, fez com que se estreitassem os laços de amizade com o seu atual melhor amigo. Podemos dizer que os sentimentos afetivos se mesclam neste caso. A nostalgia se mostra, nesta percepção do passado, presente e influente, pois faz com que àquilo que lhe motivou a comentar no vídeo seja esse fato específico de sua vida pessoal, não algo sobre a produção musical ali presente.

Um outro comentário em outro vídeo, o usuário B diz: “Infância boooooa. Eu nunca tinha percebido como a trilha sonora dos Sonic's de Mega Drive era tão boas.” A nostalgia, neste caso, se mostra como potencializadora das emoções do passado ao conduzir o usuário em direção a uma apreciação diferenciada daquilo que não era, aparentemente, relevante naquela época, a Game Music do jogo. Primeiro, o usuário fala que sua infância foi boa para depois comentar algo sobre a trilha sonora. O jogo então fez parte da sua infância e proporcionou algumas experiências gratificantes. Segundo, ele comenta que não tinha percebido que a trilha sonora era boa, ou seja, somente neste momento em que ele não estava engajado no jogo e apenas usufruindo a experiência nostálgica, que ele foi capaz de destacar o material sonoro da experiência de jogo. Podemos inferir que a nostalgia foi um potencializador desta experiência sonora neste momento de apreciação, ou podemos falar, simplesmente, que nas primeiras vezes que escutou a música, durante o jogo, ele não tinha a percepção musical de agora. Com isto tudo também podemos notar uma certa

idealização do passado porque sua infância é boa somente a partir da simplificação do próprio contexto histórico, no momento em que a qualidade do momento está vinculada, neste discurso, apenas as experiências vividas no jogo, ou nas quais o jogo estava envolvido.

Já num terceiro comentário selecionado, o usuário C disse: “Esse Tema é o Resumo da minha Infância. Muito Bom! Além de muito Nostálgico!”. Neste comentário, o conceito de nostalgia aparece com a ideia implícita de ser um elogio. Ser nostálgico é ser bom. Ele também diz que o tema musical representa o resumo de toda sua infância. Neste caso, esse tema contém informações capazes de “contar” sua própria história, porém seria um tanto quanto reducionista interpretarmos desta forma. O mais coerente, neste caso, é perceber que o usuário C conseguiu lembrar de sua infância de maneira idealizada, nostálgicamente, no momento em que ele escutou a música, e esta conseguiu evocar em sua memória estas lembranças.

### **O discursos dos produtores de conteúdo**

Em uma das entrevistas, Bruno Shinkou (dono do canal *#Guitar Dreamer Game Music Covers*) disse que fazia os covers e remixes de Game Music para reviver os momentos de sua infância que foram marcados por jogar videogame. E, por isso, achou interessante compartilhar essas experiências nostálgica com outras pessoas em seu canal de YouTube. Quando perguntando se há um fator nostálgico em sua motivação para produzir esses conteúdos de Game Music, ele responde com um categórico “exatamente” e completa,

“A nostalgia também engloba-se muito com filmes e tudo mais. Mas, no meu caso, eu gosto muito de vários filmes, com certeza, mas, a maior parte, o meu maior gosto na infância, era mesmo o videogame. Então, ele acabou tomando a frente de tudo. Têm pessoas que gostam de fazer versões de filme, no meu caso foi o videogame.”

Além disso, conforme a entrevista se seguia, lhe foi perguntando se ele toca alguma música de algum jogo atual, fato que diminuiria a influência da nostalgia. Ele responde: “ahh! Nenhum, difícil.” Neste momento, ele mostra que não tem o interesse



de fazer versões de músicas de games que poderiam não lhe trazer nenhum sentimento de nostalgia. Analisando todas as produções de seu canal, percebemos que, dentro de um total de 241 vídeos, o canal de Bruno possui 222 vídeos de jogos produzidos nas décadas de 1980 e 1990, 13 produzidos no início da década de 2000 e seis que são de projetos musicais não finalizados. Percebemos que as músicas produzidas para jogos feitos nas décadas de 1980 e 1990 representa 94,6% do total de vídeos, fato que corrobora com afirmação de Bruno.

Marco Junior (*#Canal Video Game Covers*<sup>5</sup>), outro youtuber, quando perguntando sobre quando teve a ideia de tocar Game Music no YouTube, ele responde:

“Eu gostava muito de fazer versões de músicas instrumentais com uma pegada mais pesada, fiz vários temas pra mim mesmo que nunca postei como, o tema da vitória, tema do esporte espetacular, tema da copa do mundo e hinos de países. Um dia resolvi fazer uma versão do famoso tema do Super Mario. Fiz e achei legal, deu aquela nostalgia. Aí partiu a ideia, só não tinha bons equipamentos para fazer na época. Aí, depois de tempos, consegui adquirir alguns equipamentos e resolvi fazer um canal com essas músicas nostálgicas.”

Ele diz claramente que o sentimento de nostalgia foi um sentimento importante para ele naquele momento em que tocou e, a partir disso, resolveu compartilhar este sentimento com outras pessoas criando um canal com, como ele mesmo diz, “essas músicas nostálgicas”. Após isso lhe foi perguntado se tocar o tema do Super Mario e sentir a nostalgia enquanto toca, fosse o motivador para que ele criasse esse empreendimento. Ele responde: “em partes, depois outro lance motivador foi escutar o tema do Top Gear tocado pela banda Mega Driver.” Desta forma, ele põe em evidencia que não só tocar uma música de Game Music, mas ouvir uma sendo tocada por outra pessoa, é um motivador. Ele não nega a importância da nostalgia, pelo contrário, ele deixa implícito que o sentimento de nostalgia também lhe foi imprescindível quando consumiu uma Game Music apenas enquanto ouvinte. Ou seja, tanto tocando ou apenas escutando, a nostalgia está presente e é motivadora da sua prática.

---

<sup>5</sup> Atualmente o canal é chamado *#Guitar Geek*

Carlos Dontal (#Megafive) também coloca como importante o sentimento de nostalgia para sua produção. Quando perguntado o motivo do tratamento especial da Game Music dado por ele, sua resposta foi:

“Porque é algo que está inerente a mim. Como eu disse, desde pequeno eu jogo videogame e sempre gostei das músicas. Eu tenho bandas e artistas que gosto e tudo mais, mas acredito que as músicas de videogame devem ter sido as primeiras que eu prestei atenção na vida. Tem um fator nostálgico muito grande. E o legal de divulgar no YouTube é ver que o pessoal também se identifica. Eu gosto de todos os comentários que me enviam, mas quando a pessoa diz que eu fiz lembrar da infância dela, que bateu a saudade de jogar novamente. Isso me motiva a continuar o trabalho e dá aquela sensação de dever cumprido”.

Ele fala que há um fator nostálgico presente nas produções e o que mais lhe interessa é a possibilidade de compartilhar este sentimento. A nostalgia é um sentimento motivador a princípio, mas é no compartilhar, de uma prática musical que evoca este sentimento, que está a motivação do entrevistado para produzir seus vídeos de Game Music. Além disso, é através do compartilhamento destas experiências que se cria um senso diferenciado de identidade.

Já Carlos Soler (#Batera Gamer) foi o único dos entrevistados a não citar a nostalgia como importante para sua prática musical. Porém, analisando seus vídeos, notamos que dentre os primeiros 91 vídeos disponíveis em seu canal, 79 são vídeos de Game Music oriundas de games produzidos na década de 1980 e 1990. Portanto, 86,8% de toda a produção de seu canal é referente aos jogos de sua infância e adolescência.

Por fim, analisando o repertório presente nos vídeos lançados nos quatro canais pesquisados até maio de 2014, chegamos a seguinte tabela:

REPERTÓRIO DOS YOUTUBERS					
Total de Vídeos			390		
Década	1980	1990	2000	2010	Sem Data
Quantidade de vídeos	104	251	21	8	6
Valor percentual	26,60%	64,40%	5,40%	2,10%	1,50%

O que podemos ver é que 91% do total de vídeos analisados são referentes à maioria das músicas de games produzidos nas décadas de 1980 e 1990. Considerando que em 2014, ano da pesquisa de campo, a faixa etária dos youtubers era do mais novo com 28 anos e o mais velho com 31, podemos inferir que são datas representativas da adolescência e infância dos entrevistados.

### **Considerações finais**

Através desta pesquisa, notamos que dentro do YouTube as práticas musicais relacionadas à Game Music sofrem grande influência do sentimento de nostalgia tanto na produção quanto no consumo.

Como a nostalgia se trata de um sentimento de saudade de um passado idealizado, é possível dizer que há algum traço de recusa perante a produção de games atual ou, indo mais além, das experiências estéticas exploradas pela indústria de jogos eletrônicos atual. Mas se lembrarmos que a nostalgia é uma saudade de um passado idealizado, portanto, que nunca existiu da forma como ele é lembrado (VELIKONJA, 2008), temos também que problematizar a importância de todos os aspectos histórico-sociais. Como nos casos estudados, o prazer ao relembrar os momentos da infância acontece porque havia algo naquela época lembrada que lhe faz falta, mas isso acontece com a mente humana em um período diferente. Em outras palavras, a memória que flui durante uma experiência nostálgica é afetada pela forma de pensar o presente de cada pessoa.

Além disso, percebemos que a nostalgia é um sentimento e, por isso, é difícil de interpretar o nível de presença e importância que ela tem para cada indivíduo. Uma pesquisa mais profunda sobre a influência da nostalgia na vida de cada pessoa exige um estudo individual de cada história de cada indivíduo envolvido.

A nostalgia não é o único motivador de toda a prática cultural de produção e consumo de Game Music no YouTube. De acordo com o trabalho de SOUZA (2014), podemos ver que as questões perpassam pela nostalgia em diversos casos, porém há diversos outros motivadores sociais envolvidos nas práticas culturais deste tipo de

música. Como, por exemplo, o prazer estético que uma pessoa sente ao ouvir esta música e que se mescla ao sentimento de nostalgia. Esta pode ser uma discussão interessante para outro momento futuro.

### Referências bibliográficas

ALMEIDA, Luciano André da Silva. *Etnomusicologia no Ciberespaço: Processos Criativos e de Disseminação em Videoclipes Amadores*. 2010. Tese (Doutorado em Música -Etnomusicologia) – Programa de Pós-Graduação em Música, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

BOYM, Svetlana. Nostalgia and Its Discontents. *The Hedgehog Review*. Vol. 9, N. 2, p.7-18, 2007.

COLLINS, Karen. *Game Sound: Introduction to the History, theory, and practice of Video Game Music and Sound Design*. Cambridge (MA): Massachusetts Institute of Technology Press, 2008.

FABBRI, Franco. A theory of musical genres: Two applications. In: *Popular Music Perspectives*, ed. Ed. Horn and P. Tagg, Göteborg e Exeter: International Association for the Study of Popular Music, p. 52-81, 1980

HINE, Christine. *Virtual Ethnography*. Sage Publications: California. 2000.

HOLBROOK, Morris B.; SCHINDLER Robert M. Nostalgia for Early Experience as a Determinant of Consumer Preferences. *Psychology & Marketing*, Vol. 20, N.4, abril, p. 275–302 , 2003.

KOZINETS, Roberts. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Londres: Sage Publications, 2010.

MACEDO, Diana Gualberto; PRESTES, Ana Paula. A Influência da Nostalgia no Consumo Simbólico e Material de Bens. Em: *3º Congresso Internacional de Comunicação e Consumo*, outubro, 2013. Anais... São Paulo: ESPM, 2013.

SOUZA, Schneider. *A Video Game Music na Internet: Nostalgia e estética no YouTube*. 158 f..Dissertação (Mestrado em Musica – Musicologia) Programa de Pós-Graduação em Música, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2014.

VELIKONJA, Mitja. *Titostalgia: A Study of Nostalgia for Josip Bros*. Metelkova: Peace Institute, 2008.

XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

VELOSO, Bruno Fortini; TEIXEIRA, Nayara Carla. Adultescentes: nostalgia na lógica de consumo Em: *XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, setembro, 2008. Mídia, ecologia e sociedade. Anais... Natal: UFRJ, 2008.

WESCH, Michael. *An anthropological introduction to YouTube*. Vídeo. Youtube. 2008. Disponível em: <[http://www.youtube.com/watch?v=TPAO-IZ4\\_hU](http://www.youtube.com/watch?v=TPAO-IZ4_hU)>. Acesso em 7 de março de 2014.





## **A Háptica na Academia Brasileira**

um apontamento para as pesquisas dos últimos  
anos<sup>1</sup>

Thaise Amorim<sup>2</sup>

### **RESUMO**

O presente trabalho tem por objetivo apresentar, através do levantamento de artigos apresentados nos congressos da Intercom nacional, da Compós e da Alcar, o que a academia brasileira tem investigado, durante os últimos cinco anos, a respeito da háptica – o que se refere ao tato; sensível ao toque - aplicada aos aparelhos multimidiáticos, como o *smartphone*. Neste levantamento foram selecionados onze artigos a partir de palavras-chave tecnologia, *smartphone*, háptica, interface e Marshall McLuhan. Com mais um artigo da revista *Temática* eleva o total para doze artigos, evidenciando assim a importância dos sentidos na comunicação.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Tecnologia; Interface; Háptica; *Smartphone*; Tétrade Midiais.

### **INTRODUÇÃO**

Este estudo nasceu como um trabalho feito para a disciplina de Metodologia do curso de Mestrado em Comunicação da UFJF, tendo por objetivo registrar artigos publicados entre os anos de 2010 e 2015, nos diversos sites que buscam fomentar a troca de conhecimentos das diversas áreas da comunicação. Buscas foram então feitas nos grupos de pesquisas de Cibercultura, assim como de Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, nos âmbitos da Intercom nacional, dos anais da Compós e da Alcar. O objetivo deste levantamento é apresentar o estado da arte concernente à nossa proposta de Dissertação de Mestrado; e conhecer as metodologias utilizadas. Realizamos uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 - ARTE, ESTÉTICAS E TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do grupo de Pesquisa em Redes, Ambientes Imersivos e Linguagens da Universidade Federal de Juiz de Fora, e-mail: thatamorim@gmail.com

análise de conteúdo válida para todos os artigos encontrados; e retivemos os que nos pareceram pertinentes ao nosso objeto (o *smartphone*), em pelo menos uma das categorias: háptica; interface; tecnologia; Marshall McLuhan; convergência.

É hoje visível o *boom* dos computadores. O que antes chamávamos de computador pessoal (PC), voltado para acesso em um local fixo, agora podemos chamar de computadores coletivos móveis (CCm) (LEMOS, 2004, p. 02). Isso porque, antes, precisávamos estar no local para acessar informações; hoje, estamos conectados e as acessamos de qualquer lugar, em qualquer aparelho, da *smartTV*, do *smartphone*, do tablete, do *notebook* ou de qualquer outro dispositivo conectado à rede. Este dispositivo, resultante da convergência dos meios, desperta a curiosidade dos usuários pelas novidades e, o interesse da academia por seus efeitos sobre a comunicação e sobre o homem.

Assim sendo, entender como se dá o processo de interação do homem com esses dispositivos, especialmente o *smartphone*, é algo que demanda pesquisa extensa e aprofundamento. Partiremos dos diversos pontos levantados nas análises dos artigos e procuraremos ampliar o tema.

## PROCEDIMENTO DE PESQUISA

Neste estudo, foram analisados nove artigos encontrados nos anais da Intercom, bem como 1 da Compós, 1 da Alcar e 1 da revista *Temática*, da UFPB. Esses artigos foram encontrados a partir do campo de busca, de cada site e do Google, inserindo palavras-chave como tecnologia ou McLuhan ou háptica ou ainda, *smartphone*. Sabendo que muitos trabalhos talvez não apresentem, em suas palavras-chave ou título, relação com o objeto de pesquisa (*smartphone*), é possível que haja outros artigos relacionados ao objeto, mas que não foram levados em conta.

Vale lembrar que, tratando-se do objeto de pesquisa proposto para a Dissertação de Mestrado inicialmente, outras palavras-chave poderão vir a ser utilizadas, o que geraria um outro resultado nessa pesquisa; mas, mantivemos esse recorte por acreditar que ele delineia bem nossa proposta de pesquisa para o *smartphone*. Nosso objetivo aqui não é limitar o campo de investigação ao resultado encontrado, mas sim observá-lo e traçar

possíveis caminhos para nossa pesquisa, pois sabemos que, por se tratar de um dispositivo em constante aprimoramento, qualquer determinação poderá rapidamente cair em obsolescência.

Para levantar os dados e construir este trabalho, usamos os recursos oferecidos pela Análise de Conteúdo, que se divide, segundo a pesquisadora francesa Laurence Bardin, em três fases cronológicas:

“ (1) **Pré-análise**: consiste no planejamento do trabalho a ser elaborado, procurando sistematizar as ideias iniciais com o desenvolvimento de operações sucessivas, contempladas num plano de análise; (2) **Exploração do material**: refere-se à análise propriamente dita, envolvendo operações de codificação em função de regras previamente formuladas. [...] (3) **Tratamento dos resultados obtidos e interpretação**: os resultados brutos são tratados de maneira a serem significativos e válidos. Operações estatísticas (quando for o caso) permitem estabelecer quadros de resultados, diagramas, figuras e modelos. A partir desses resultados, o analista pode então propor inferências. ” (FONSECA, 2006 p. 290)

Aplicando este método, encontramos o seguinte resultado:

	Intercom nacional	Compós	Alcar	Temática
Convergência	1			
Háptica	1		1	1
Interface	4			
Marshall				
McLuhan	1	1		
Tecnologia	2			

*Tabela 1 - Artigos separados pelo tema central abordado.*

	Intercom nacional	Compós	Alcar	Temática
2010	3			
2011	1			
2012	1			1
2013			1	
2014	4			
2015		1		

*Tabela 2- Quantidade de artigo publicado por ano.*



Pesquisa exploratória	2
Comparação	1
Análise de Conteúdo	4
Levantamento bibliográfico	6
Estudo de caso	1

Tabela 3- Metodologias utilizadas nos artigos

## O ESTUDO SOBRE O SMARTPHONE

Desde os primórdios da comunicação à distância, havia dificuldades no tocante à interação entre o homem e a máquina. O fato de ter de aprender-se uma nova linguagem, de sair de “zonas de conforto” e estimular sentidos elementares, fazia com que o sucesso ou o fracasso da nova tecnologia ficasse nas mãos dos usuários. Com a chegada dos telefones, tudo tornou prático; afinal, usar a fala era mais simples que os códigos do telégrafo (GLEICK, 2013).

Assim como o telefone superou o telégrafo, o *smartphone* superou o *feature phone*. Nele, a arte, os meios de comunicação, os sentidos elementares, as linguagens e as tecnologias se unem e criam uma forma de interação sinestésica. Quando em 2007, Steve Jobs lançou o iPhone, ele disse: “ Hoje a Apple reinventa o telefone! ” (GALLO, 2010, p.40). Jobs talvez não imaginasse onde seu novo telefone nos levaria, mas certamente seu invento contribui, e muito, para vivenciarmos novas formas de comunicar e interagir com a tecnologia.

O iPhone despertou seus usuários para um novo mundo, e Jobs se motivava com isso. Ele gostava de dizer que as pessoas não sabem o que querem até mostrarmos a elas. Seu invento, que unia em um único aparelho rádio, televisão, vídeo, música, internet, fala, livro, toque, audição, telefone e diversos meios de personalização por meio dos aplicativos, se tornou tão presente em nossas vidas que hoje até dormimos com ele, e se saímos sem ele, é como se estivéssemos nus. Ele é parte de nosso corpo. Segundo pesquisa da KPCB (Kleiner Perkins Caufield Byers), no Brasil são gastos 149 minutos em frente à tela de *smartphones* diariamente, superando a televisão (113 minutos), *laptops* e pcs (146 minutos) e *tablets* (66 minutos).

A hipótese pela qual a tecnologia incentiva os usuários à imersão, transformando nossa maneira de pensar, foi levantada pelo teórico Marshall McLuhan (Canadá, 1911-1980). Ele afirmou que os meios são extensões do homem, compreendendo-se aqui, por meios, tecnologias, meios de comunicação e mesmo, sentidos elementares. Se o mouse é um prolongamento da mão, temos um pensamento inovador, talvez revolucionário. McLuhan não se referiu somente ao que está fora do nosso corpo, no que é visível (tecnologia); portanto, no aparato. Antes, cogitou acerca de esta extensão chegar ao cérebro. Aí o *mouse* não será mais uma extensão da mão para operar o aparelho, porque o cérebro operará o aparelho diretamente, sem intermediários. Marshall McLuhan fez um alerta: as consequências de tudo isso na comunicação e nas diversas formas de interação serão proporcionalmente maiores que as que vemos hoje. Se achamos que comandar o *smartphone* por meio de toque ou voz já é algo moderno e transformador, aguardemos o momento em que o cérebro irá encarregar-se desta interação.

“A extensão do sistema nervoso na tecnologia eletrônica é uma revolução cuja magnitude é muitas vezes maior que a dessas insignificantes extensões da espada, da pena e da roda. E suas consequências serão proporcionalmente maiores”. (MCLUHAN, 2005, p.83).

Certamente a onipresença do *smartphone* não ocorreu de imediato. Toda tecnologia nova traz consigo uma série de adaptações, requeridas por parte do usuário. No caso do iPhone, estamos aprendendo a usar o tato para efetuar ações, descobrindo possibilidades, atalhos, facilidades e utilidades. Como toda novidade, esta também proporciona muita euforia, além de curiosidade pela troca de informações; mas, depois, ficamos tão acostumados que automatizamos nossos hábitos, não mais percebendo que caminhos seguimos para operar o aparelho. É algo semelhante a aprender a dirigir: no início, é difícil sincronizar pés e mãos; pôr setas e engatar marchas; olhar o retrovisor etc. Ao fim de algum tempo, porém, não avaliamos a energia gasta e a atividade cerebral envolvida no processo, porque é como se fizéssemos tudo de “olhos fechados”. Hoje, euforia e expectativa ficam por conta do lançamento de uma nova versão, que nos traga alguma novidade, que suscite os mesmos sentimentos de quando operamos um iPhone pela primeira vez.

Sentimentos e movimentos de adaptação, que acompanham o avanço tecnológico dos meios de comunicação desde a II Revolução Industrial, haviam sido preditos por Marshall McLuhan:





“Hoje estamos tão avançados na era elétrica como estiveram os elisabetanos na era tipográfica e mecânica. E estamos experimentando as mesmas confusões e indecisões sentidas por eles quando viviam simultaneamente em duas formas contrastantes de sociedade e vivência.” (MCLUHAN, 1962, p. 01)

A compreensão do objeto avança quando enxergamos o *smartphone* como um aparelho convergente. Neste sentido, Henry Jenkins deu decisiva contribuição ao apresentar a convergência como sendo não somente técnica, envolvendo aparelhos ou meios; mas, igualmente, como uma transformação cultural, que "ocorre nos cérebros de consumidores individuais e suas interações sociais com os outros". (JENKINS, 2009, p.30). O mesmo autor observa que, nesse novo modelo, não há mais posição de produtor e de consumidor, sendo cada um responsável por uma parcela da comunicação. Assim, estamos todo o tempo transitando de um lado para o outro e, muitas vezes, até alterando a realidade presente.

Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p.30)

Janet Murray chama esses ocupantes, até então atores em papéis distintos (produtor e receptor), de interatores. Segundo ela, seriam espectadores dotados de capacidade de agência – “capacidade gratificante de realizar ações significativas e ver os resultados de nossas escolhas e decisões” -, e exemplifica: “esperamos sentir agência no computador quando se dá um duplo clique sobre um arquivo que se abre diante de nós, ou quando se insere números em uma planilha eletrônica e se observa os totais serem reajustados” (MURRAY, 2003, p. 127). Entende-se então o papel desempenhado pelo usuário, neste novo contexto, como alguém que realiza ações significativas e participa ativamente do contexto em questão.

Todo interator deve sentir-se à vontade com a tecnologia, como se estivesse aprendendo a dirigir: a execução automática de determinados atos, para então aproveitarmos ao máximo o prazer de estar ao volante. O domínio adquirido é o primeiro passo para interação homem-máquina. Manuel Castells argumenta que habilidade ou inabilidade traçam o destino da sociedade, pois quanto mais íntimo e mais presente forem um aparelho na vida de um interator, mais mudanças no convívio diário com as pessoas serão percebidas. Ele diz:



“... a tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades, bem como os usos que as sociedades, sempre em processo conflituoso, decidem dar ao seu potencial tecnológico”. (CASTELLS, 2007, p.44)

Com a chegada do *touch* (“toque”) nos aparelhos, mais do que a fala foi o tato o que passou a ser exigido dos usuários. Dominar um pequeno repertório de gestos para uma interação mais dinâmica é essencial para adaptar-se ou não ao aparelho. Empresas como a Apple, com tradição no desenvolvimento de interfaces que facilitam a navegação, buscam melhorar e ampliar o diálogo homem-máquina. Assim como a criação do *mouse* (invenção da Apple), foi muito importante para a popularização do computador, pois facilitou o uso da interface gráfica, o *touch* foi uma evolução do *mouse*; no futuro, será o cérebro o responsável por esse uso.

Além da convergência e da interação, outro ponto muito debatido quando o assunto é o *smartphone* é a interface. Para Lemos, a interface favorece a interatividade, a interação com o conteúdo, pois é por meio dela que ocorre a troca. Não se trata apenas da forma física; chega-se aqui ao virtual, por exemplo nas ferramentas microeletrônicas que fogem da “percepção espaço-temporal”. Essa fuga da “percepção espaço-temporal” alimenta o imaginário, que atua como mediador entre usuário e técnica (LEMOS, 2010, p.4). Por meio da interface, nós, interatores, temos a fina sensação de controlar a máquina, de determinar o “fim” das ações propostas, esquecendo, porém, que toda ação é de certa forma pré-formatada. O que não nos situa em um campo totalmente aberto, pois há especialistas em linguagens computacionais traduzindo todas as ações para uma interface e essa, por sua vez, intermediando o uso que dela fazemos.

Enquanto o futuro do comando via cérebro não chega, foquemos no *touch*, pois é inegável que ele revolucionou nossa maneira de interagir com os aparelhos, além de diminuir a sensação de ser o aparato uma extensão de nós mesmos. Mesmo sabendo que, com as interfaces não estamos em um campo totalmente aberto, sem sombra de dúvida elas correspondem a grande parte do avanço tecnológico assimilado por nós. Quanto mais naturais forem nossas ações em relação às máquinas, menos percepção da interface nessa mediação teremos, concentrando-nos mais no conteúdo e dando menos atenção ao aparato técnico. Flüsser (2007, p.90) corrobora esse aspecto, ao dizer que “após aprendermos um código, tendemos a esquecer a sua artificialidade”. O autor cita como exemplo a

incorporação de gestos, dos quais rapidamente esquecemos os significados. (PEREIRA, 2012, p.8).

## CONTRIBUIÇÃO PARA O ESTUDO DO *SMARTPHONE*

Quanto à abordagem dos temas acima, é inegável que o *smartphone* é um aparelho rico em veias e vertentes para se estudar a comunicação, a convergência e evolução dos meios. Queremos aqui lembrar da Dissertação acima proposta. Como visto anteriormente pensando nas proposições de McLuhan e Jenkins, não compreendemos todo o processo de transformação tecnológica que estamos vivendo, tantas são as mudanças operadas em um espaço de tempo cada vez mais curto. Assim, não conseguimos explorar ao máximo os aportes proporcionados.

Para tanto, torna-se essencial um recorte teórico-metodológico. Assim como foi feito com respeito aos trabalhos selecionados, abordando-se um tema por vez, trataremos da háptica aplicada ao *smartphone*, utilizando o esquema tetrádico de McLuhan. Inicialmente, é importante entender como funcionam as “tétrades de efeitos midiais” para posteriormente entendermos sua aplicação. Para McLuhan (2007), toda tecnologia passa por quatro fases, conhecendo mudanças chamadas de “Realça”, “Reverte”, “Torna obsoleto” e “Recupera”. Tomemos por exemplo o avião:

1. Aprimorou a perspectiva aérea
2. Reverteu em projétil
3. Tornou obsoletas a roda e a estrada
4. Recuperou a locomoção vertical (e horizontal)

Na prática, as mudanças são entendidas assim (MCLUHAN, 2007, p.202):

1. Assim como os computadores criaram Conselhos, os jatos criaram conferências.  
Uma nova população circulante é introduzida.
2. Cada cidade (município) se torna o subúrbio de outras cidades.
3. O subúrbio feito pelos carros.
4. Não tem visto seus amigos por meses? Vá a algum lugar escondido na Europa e os encontre.

Desta maneira, vamos aplicar à evolução da comunicação telefônica uma tétrade de efeitos midiais, observando de que forma os sentidos e os hábitos de comunicação



têm-se alterado ao longo do tempo. Vale ressaltar que este modelo não é único e, dependendo do foco lançado sobre o objeto, pode apresentar variações. Nosso intuito aqui é demonstrar de que modo a háptica tem sido explorada em seu uso em aparelhos de comunicação telefônica.

### **Exemplo 1: Telefone fixo (os primeiros aparelhos que só tinham a função de discar)**

1. Realçou a comunicação à distância.
2. Reverteu-se em conversas individuais (privacidade).
3. Pôs em obsolescência a visita aos amigos.
4. Recuperou a fala (que havia sido perdida com o telégrafo).

### **Exemplo 2: Telefone Celular**

1. Deu destaque à comunicação nômade (pode-se falar de qualquer lugar).
2. Reverteu para conversas “públicas” (falta de privacidade).
3. Tornou obsoleto o telefone fixo.
4. Recuperou o movimento de pressão pelos dedos (que havia sido perdida na discagem do telefone analógico (fixo)).

### **Exemplo 3: *Smartphone***

1. Pôs em destaque a comunicação em grupo.
2. Reverteu-se em computador.
3. Fez cair em obsolescência a fala (comunicação por aplicativos como *WhatsApp* e outros).
4. Recuperou gestos (que haviam sido perdidos com a comunicação via aparelho).

## **CONCLUSÃO**

Com base nos itens 4 dos exemplos 1, 2 e 3, podemos ver como o *smartphone* recuperou gestos típicos de nossas lides cotidianas, pelo toque. Nele, executamos gestos idênticos ao utilizados no dia-a-dia, como por exemplo, ao avançar na leitura de um livro, viramos a página da direita para esquerda; quando queremos retroceder, fazemos o contrário. O mesmo gesto de “virar a página” aplicamos a tela do *smartphone*, ao lermos um e-book. A facilidade de transportar gestos habituais para o aparelho é que favorece



sua incorporação à nossa vida cotidiana. Tanto que nem precisamos ler o manual de instruções para descobrir funções do aparelho operadas por gesto. Pura intuição.

Essa extensão de nós mesmos, que tais aparelhos são, segundo M. McLuhan, nos deixam fascinados e nos entorpecem, como no mito grego de Narciso, a ponto de nem percebermos que eles nos escravizam a seu modo próprio. É como se ficássemos apaixonados ou anestesiados. “O que importa neste mito é o fato de que os homens logo se tornam fascinados por qualquer extensão de si mesmos em qualquer material que não seja o deles próprios.” (MCLUHAN, 2007, p.59)

A cada reinvenção de tais aparelhos, seus limites se estendem, para neles caber o máximo de traços distintivos humanos. Atualmente, basta um comando por voz para que o aparelho desperte para o usuário (Siri do iPhone), tal como dentro de nossa casa, chamamos alguém que logo nos responde. Utilizamos a voz, o tato e a visão para nos guiar no uso do *smartphone*. E não há que se duvidar que, em breve, poderemos até sentir cheiros, digitalmente produzidos. Esta sinestesia em que o aparelho nos envolve é o que faz com que o incorporemos a nossas vidas de todo dia, sem nos dar conta de suas implicações.

Este estudo servirá de base para ampliar horizontes teóricos em busca de um melhor entendimento do que novas tecnologias acarretam, em particular, a “humanização” dos aparelhos. As contribuições dos trabalhos escolhidas foram de grande valia para nosso objeto de pesquisa. Os temas analisados evidenciam a importância do tema abordado. Ao longo de nossas leituras, poderemos vir a provar que o estudo da háptica constitua, progressivamente, uma perspectiva promissora para estudos do *smartphone*.

## REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 2000. In: DE BARROS, Ana Cine Paes et al. *As tecnologias como extensões multissensoriais: o fascínio exercido pela Apple*. Temática, v. 8, n. 12, 2015.

GALLO, Carmine. *Faça como Steve Jobs*. São Paulo: Lua de Papel, 2010.

GLEICK, James. *A informação: uma história, uma teoria, uma enxurrada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.





- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- JUNIOR, W.C.F "Análise de Conteúdo". DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.) *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas S.A., 2006.
- LEMONS, André. *Cibercultura e mobilidade: a era da conexão*. In: Razón y Palabra, v. 41, 2004.
- MARQUES, Jane A.; CARDOSO, Camila M. *Interatividade: conceitos e aplicações*. In: XXXIV Intercom, 2011, Recife. Anais eletrônicos. São Paulo: INTERCOM, 2011. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2407-1.pdf> >. Acesso em: 30/06/2015.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2007.
- MCLUHAN, Marshall. *McLuhan por McLuhan: entrevistas e conferências inéditas do profeta da globalização*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005
- MCLUHAN, Marshall. The Gutenberg Galaxy, 1962. In: GLEICK, James. *A informação: uma história, uma teoria, uma enxurrada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
- MCLUHAN, Marshall & Eric. *Laws of media: the new science*. Canada: University of Toronto Press, 2007.
- MURRAY, Janet Horowitz. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.
- PEREIRA, Vinicius A. *Como antecipar os efeitos de uma tecnologia? Um modelo exploratório inspirado na Nova Ciência de McLuhan e Aplicado ao Facebook*. In: XXIV COMPOS, 2015, Brasília. Anais eletrônicos. Brasília: COMPÓS, 2015. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-590c443f-183a-4529-b9df-d780232f07b7\\_2750.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-590c443f-183a-4529-b9df-d780232f07b7_2750.pdf) >. Acesso em: 30/06/2015.
- PEREIRA, Vinicius A. *Marshall McLuhan, o conceito de determinismo tecnológico e os estudos dos meios de comunicação contemporâneos*. In: Razón y Palabra, v. 52, 2006.



UNIVERSIDADE DO MINHO. Quando os Computadores não falavam. *In*: MARQUES, Jane A.; CARDOSO, Camila Maciel. *Interatividade: conceitos e aplicações*. Anais Intercom 2011.

2014 Internet Trends: Disponível em : < <http://www.kpcb.com/insights/2014-internet-trends> >. Acesso em: 1 de julho de 2015.

## **As imagens da multidão:<sup>1</sup>** cinema e ideologia

Vladimir Lacerda Santafé<sup>2</sup>

### **Resumo**

No presente artigo, pretendemos investigar, as relações históricas e ontológicas que o cinema estabeleceu com as ideologias, do socialismo soviético ao horror orquestrado pelo nazismo, assim como o corte cinematográfico onde as ideologias não faziam mais sentido em si mesmas, separadas das situações concretas que as preenchiam, onde as emergências sociais e políticas já não passavam pela teia de representações da consciência, mas pela dispersão das imagens num mundo fragmentado, saturado de clichês, e a ideologia expressar-se-ia tanto nas formas quanto na trama narrativa dos filmes. No final, conectamos nosso estudo com a profusão de filmes articulados às novas mídias e tecnologias digitais com o auxílio da internet, "ecoando vozes" que antes eram abafadas pela concentração de poder do analógico.

### **Palavras-chave**

Cinema; ideologia; resistência; multidão.

### **Introdução:**

O cinema é o enunciável, ele não é linguagem, não pertence aos esquemas semiológicos que separam os significantes próprios da linguagem de sua lógica das imagens e dos signos que formam a *matéria*. A estrutura linguística não suporta os *devires* do cinema. Também não poderia ser considerado uma linguagem primitiva ou instintiva, *construída* e gravada no corpo do homem desde o paleolítico, que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT **Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação** do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação e Cultura pela ECO – UFRJ, professor de educação superior com experiência em Teoria da Comunicação e Filosofia da Educação, professor da educação básica com experiência em Filosofia, realizador audiovisual.

suscitaria pulsões e desejos filogenéticos que formariam os significados decorrentes da série de significantes inseridos na trama. O cinema, em sua história, despertou *automatismos* psicomotores que os aproximam do sonambulismo, da vidência, das forças do inconsciente, como as personagens construídas pelo expressionismo alemão<sup>3</sup>. Automatismos que já estavam latentes desde a sua primeira projeção com os irmãos Lumière em “La Sortie de l'Usine Lumière”, ou na impactante imagem do trem em movimento em direção à plateia, que assustada tentava se desviar do impulso da máquina. Não, o cinema não é uma *matéria inteligível* através da qual a linguagem constrói os seus significantes, numa série ininterrupta onde as imagens e os signos são reinvestidos para formar novos significantes. Mesmo em “La Sortie de l'Usine Lumière”, e a partir dela, vemos que a matéria presente nos filmes não pode ser codificada nos esquemas linguísticos. Como derivar logicamente a passagem apressada das operárias saindo da fábrica, dos homens empurrando as suas bicicletas, do zigzaguear dos passantes que não respeitam qualquer tipo de trajeto determinado, com a entrada repentina de um cão em meio à multidão que se assusta e se dispersa como abelhas no campo, formando um novo *exame* de passantes, desfazendo a organização disciplinar que aos poucos se formava. Como enquadrar esses movimentos sinuosos e oblíquos pelos esquematismos lógicos; se há lógica, ela está nas variáveis, e não na constante. Por ser um sistema enunciativo de imagens e de signos, por não possuir uma linguagem que o adegue, o cinema possui as características de um *autômato espiritual*.

É na relação homem-máquina que o cinema vai instaurar o futuro, formar o presente e transformar o passado. O cinema é como a poesia, lida-se com o inexprimível, com signos que colmatam o sublime e o inenarrável em sua própria expressão, meios e termos que mobilizam tanto a *alma* quanto o corpo, o material e *aquilo* que o engendra e dele não se separa, deixando a imagem fluir:

---

<sup>3</sup> No “Gabinete do Dr. Caligari”, de Robert Wiene, o tema do sonambulismo é abordado através da hipnose de um homem que é levado a cometer crimes. Em “Metrópolis”, de Fritz Lang, o tema do sonâmbulo também é trabalhado através de sua personagem robô, são “máquinas de sonambulismo”. Todos esses filmes têm como pano de fundo a ascensão do nazismo na Alemanha do pós-guerra.

Os signos e símbolos que o poeta usa constituem uma das provas mais seguras de que a linguagem é um meio de lidar com o inexprimível e o insondável. Assim que se tornam compreensíveis em todos os níveis, os símbolos perdem validade e eficácia. (...) Aquilo que nos fala de esferas superiores, mais distantes, vem envolto em segredo e mistério. (...) O atestado de seu gênio reside no uso extraordinário do símbolo. Simbologia moldada em sangue e angústia. (MILLER, Henry. *A hora dos assassinos (um estudo sobre Rimbaud)*, p. 46)

### **Aparelhos ideológicos: aprisionamentos e fugas do sensório-motor**

Nós temos a tendência a pensar em termos de *mais* e de *menos*, onde há diferenças de natureza, nós estabelecemos diferenças de grau, são as *ilusões inevitáveis do espírito* denunciadas por Kant<sup>4</sup>. O cinema e a fotografia são duas naturezas distintas, irredutíveis entre si, duas matérias de expressão cujas singularidades pertencem aos seus *modos de ser* (ou de *dever*). Mas o espírito, acostumado com as analogias e com os artifícios moldados por nossos hábitos mentais, arrogantemente se precipita em comparações e juízos de valor sobre *esta* ou aquela arte, se aquela é melhor que a outra, se roubou ou deforma a sua essência, se não realiza a obra plenamente, se “o filme não mostrou tudo aquilo que o livro desejava passar”. Em sua *impressão de realidade*, que o senso comum tem o costume de naturalizar, os homens “assassinam” toda a diferença que comporta os *corpos* e seus *expressos*, todo o conjunto de multiplicidades que se abrem para novas dimensões possíveis.

As diferenças de natureza só podem ser pensadas pela intuição, “a inteligência tem uma afinidade natural com o espaço”<sup>5</sup>, ela dissolve as singularidades na homogeneidade dos espaços, na metrificação das formas, visíveis e invisíveis<sup>6</sup>, na extensão da “matéria morta”, pois que há um materialismo dinâmico oposto às métricas que homogeneizam as particularidades da matéria em movimento, seja ele

<sup>4</sup> Para Kant, aliás, as ilusões produzidas pelo espírito são inevitáveis, mas poderiam ser recalçadas ou conjuradas.

<sup>5</sup> DELEUZE, G. *Bergsonismo*, p. 24.

<sup>6</sup> Pois mesmo o *Eidós* platônico já era um espaço metafísico, uma Ideia geometricamente perfeita.



histórico ou físico. Das intensidades e potências que atravessam os indivíduos e grupos ela forma um conjunto de variáveis subordinadas às coordenadas de um espaço transcendente, de um espaço que subordina o tempo, seja através das equações matemáticas, das verdades geométricas, dos dados estatísticos ou da linguagem, a inteligência nunca separa as diferenças de graus das diferenças de natureza vivenciadas na experiência, ela *mecaniciza* a vida, e “onde há vida, não há mecanismos” (Bergson). Só a intuição pode pensar em termos de *duração* - a essência variável das coisas:

Só podemos reagir contra essa tendência intelectual suscitando, ainda na inteligência, uma outra tendência, crítica. Mas de onde vem, precisamente, essa segunda tendência? Só a intuição pode suscitá-la e animá-la, porque ela reencontra as diferenças de natureza sob as diferenças de grau e comunica à inteligência os critérios que permitem distinguir os verdadeiros problemas e os falsos. (DELEUZE, Gilles. *Bergsonismo*, p. 13)

O cinema como *arte da reprodutibilidade técnica*, como ferramenta de exploração e massificação da cultura na sociedade capitalista, modo de afastamento ou aniquilamento da *aura* da obra de arte, da autenticidade que a torna única para os olhos daquele que a *recolhe*, foi pensado por Benjamin no pós-guerra. Ainda que ele admita a *reprodução* como próprio da obra de arte<sup>7</sup>, e o cinema como um meio de supressão da sociedade atual, capitalista:

A recepção através da distração, que se observa crescentemente em todos os domínios da arte e constitui o sintoma de transformações profundas nas estruturas perceptivas, tem no cinema o seu cenário privilegiado. (BENJAMIN, Walter. In *Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política - A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, p. 194)

É certo que o *fascismo* organizou as massas sem alterar as relações de propriedade e de produção, anulando as tendências que o proletariado tinha em aboli-

<sup>7</sup> “Em sua essência, a obra de arte sempre foi reprodutível”. BENJAMIN, W. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, In: Walter Benjamin – *Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política*, p. 166.

las. O cinema dá um “rosto ao povo” através dos espetáculos que engendra, que alimenta os seus *instintos* mais cruéis, como também é certo “que a reprodução em massa corresponde de perto à reprodução das massas”<sup>8</sup>, onde uma das suas *faces* é a servidão humana. Mas o homem, do ponto de vista da vida, não é máquina. Ele engendra máquinas em seus processos de subjetivação relativos, faz delas um *uso* e desdobra o mundo modificando suas coordenadas. A servidão humana não pode ser associada às máquinas que nos compõem, pois somos, antes de tudo, seres *tecnológicos*. A técnica sempre nos foi íntima, desde os primórdios, desde a conquista do fogo e seus controle, talvez antes. Walter Benjamin, assim como os seus contemporâneos da Escola de Frankfurt, assistiu aos horrores do fascismo de perto, e sua crítica nunca é dispensável. Mas talvez eles não tenham visto, com “olhos mais humildes”, as vozes de liberdade que a nova arte trazia.

Em sua crítica ferina à indústria cultural, Adorno e Horkheimer analisam a morte da diferença e a produção do mesmo na padronização dos filmes e na mercantilização da arte, concluindo, em seguida, que o indivíduo decantado pelo mercado como livre não passa de um subproduto do sistema, uma marionete incapaz de liberdade nas mãos dos empresários da indústria. Para os autores somos homens e mulheres presos ao fetichismo da mercadoria, dependentes do consumo, e os cineastas não teriam outra escolha senão adaptar-se às determinações do mercado: “o ritmo da produção e da reprodução mecânica garante que nada mude, que tudo possa ser enquadrado”<sup>9</sup>.

A análise dos pensadores de Frankfurt tem um fundo de verdade. Ao lê-la, parece que assistimos ao ritmo cotidiano do mundo globalizado, uma incessante produção e reprodução de “sujeitos separados”, alienados *em ato*, na própria realização do *espetáculo*, mas os autores recaem no velho hábito intelectual de confundir as diferenças de grau com as diferenças de natureza, invalidando as potencialidades da nova era que surgia, associada às revoluções tecnológicas da

<sup>8</sup> BENJAMIN, W. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, In: Walter Benjamin – *Obras Escolhidas: Magia e Técnica, Arte e Política*, p. 194.

<sup>9</sup> HORKHEIMER, M. e ADORNO, T. W. *A Indústria Cultural – O Iluminismo como Mistificação das Massas*, p. 183.

mídia. Em sua análise, não se leva em consideração as formas e os *revides* dos cineastas a essa padronização forçada, as criações inusitadas que rompiam com os modos de subjetivação hegemônicos, as imagens erigidas contra os clichês fabricados pela indústria, clichês que eles, cineastas, produziam, para *desconstruí-los* em seguida. Os autores não enxergavam, a fundo, o potencial político e estético que o cinema trazia consigo, capaz de fazer frente ao grande cinema das produtoras, não enxergavam o potencial criativo das novas técnicas incorporadas à narrativa e ao desenvolvimento expressivo do filme. O cinema não só está além do fins mercantis da indústria, como desdobra alternativas ao próprio capitalismo, denunciando a sua produção continuada de miséria, tanto material quanto espiritual. Os autores só enxergavam as *subjetividades* padronizadas daqueles que confundem consumo com autonomia, talvez impregnados pelo *desencanto* da Razão, e os horrores por ela produzidos. O cinema era para eles apenas mais um instrumento de dominação que nascia da relação *homem-máquina*, onde a máquina aprisionava o homem, tornando-o uma peça *sem rosto* do processo de produção. É a metáfora de Chaplin, em “Tempos Modernos”: o homem preso a um maquinário que ele não compreende e que o insere num ritmo frenético que o faz perder a sua humanidade.

As *máquinas*, no entanto, são antes de tudo sociais, elas agenciam subjetividades e criam novas possibilidades de vida. Nunca deixamos de ser homens-máquinas, a vida é ela mesma uma "grande maquinaria". Pensar a máquina somente pelo negativo é pensar uma humanidade partida, como também é certo que, como escreveu o poeta cubano, "*la suerte de la humanidad no debe quedar en manos de robots convertidos en personas o de personas convertidas en robots*"<sup>10</sup>.

### O estágio espelho ou a “sala escura”

Partindo de uma lacuna deixada por Freud na “Interpretação dos Sonhos”, Jean-Louis Baudry vai buscar no *modelo ótico* do cinema e em sua base técnica os

---

<sup>10</sup> Poema de Roque Dalton.

efeitos ideológicos que os filmes produzem nos espectadores. Na *interpretação dos sonhos*, Freud substitui o modelo ótico do inconsciente pelo “bloco mágico da escrita”. Ele não percebeu o poder de penetração das *perspectivas artificiais* na produção dos sujeitos. Freud não deu a importância devida às instâncias pré-linguísticas na formação do *ego*, pois o cinema, também para Baudry, não pode ser transcrito ou traduzido pela linguagem, ele é uma sucessão de imagens descontínuas, organizadas segundo um espaço ideologicamente circunscrito. Para o autor, a própria linguagem do inconsciente, seu *aparelho psíquico*, estaria muito mais próxima do aparelho cinemático do que da *escrita*.

A base técnica do cinema, a soma dos seus instrumentos óticos e mecânicos, seleciona a diferença mínima na projeção e a recalca para a constituição de sentidos: continuidade, movimento e direção, *simultaneamente*. Os elementos do cinema nos remetem à descrição *freudiana* das relações entre ego, id e superego, uma paisagem onde as três instâncias psíquicas coexistem sob a pressão da realidade e a partir de relações desiguais entre si.

No aparelho psíquico, a apreensão dos sonhos, os sintomas histéricos e lapsos aparecem quando a continuidade, ou impressão de realidade, é *destruída*, a nossa realidade literalmente se desmorona no aparecimento inesperado da *diferença negada*; e o cinema, segundo Baudry, vive da diferença negada. O mecanismo de projeção da câmera suprime os elementos diferenciais, a montagem assegura a continuidade e o sentido das imagens, continuidade conquistada não sem violência contra a sua base instrumental. Baudry denuncia o espaço de projeção, a “sala escura”, como o espaço topológico ideal dos *modelos transcendentais de pensamento*, isto é, da produção de ideologias, comparando-a à “caverna platônica”. A “sala escura” teria relação com o período genético, entre o sexto e o oitavo mês de vida da criança, onde desencadeia-se a especularização da unidade do corpo, o *estágio espelho*, momento em que a criança forma o primeiro esboço da formação do “eu imaginário”. Para que o estágio espelho se desenvolva dois aspectos são necessários, a imaturidade motriz e a maturação precoce da organização visual, tal qual na projeção de um filme, onde, segundo o autor, não há troca ou circulação com o mundo exterior. A câmera,

constituída pela soma dos instrumentos óticos e mecânicos que a compõe, ocuparia um lugar central na apreensão da realidade, seu modelo de origem seria o *Quatrocento renascentista*, as perspectivas da “câmara escura” e sua centralidade *no olhar*. O enquadramento no cinema teria como referencial um tipo de normalidade aceita e acrítica, qualquer desvio dessa normalidade, seja através de uma teleobjetiva ou de uma grande angular, teria que ser corrigido e reatualizado no tipo normal das sociedades (social ou psíquico), estabelecendo um “campo perspectivo habitual”, um campo ideologicamente demarcado.

O espaço renascentista, diferentemente do espaço grego, é um espaço centralizado, onde todos os elementos se avizinham e se encontram distantes da “fonte da vida” (Nicolau de Cusa). No espaço grego, ao contrário, há uma proliferação de átomos indivisíveis que o recortam de forma heterogênea e descontínua (Aristóteles e Demócrito). No espaço renascentista, o *centro* imagético da obra se fixa no “olho do sujeito”. O quadro de cavalete monta um conjunto imóvel e sem intervalos, elaborando uma visão idealista da plenitude do ser, assim como o quadro delimitado pela câmera, “o enquadramento aumenta a densidade do espetáculo, exceção alguma consegue fissurá-lo”<sup>11</sup>.

Para Baudry, uma das funções do cinema político seria preencher e conquistar essas lacunas que *quebram* as percepções normais de um filme; onde tanto a tranquilidade especular quanto a produção identitária que aparentemente colocam o sujeito como centro das imagens (ou do universo) desmontariam, seriam denunciadas, através da descontinuidade e do desvelamento de seus mecanismos – ao estilo marxista.

O cinema novo e a *nouvelle vague* seriam os melhores exemplos desse cinema de ruptura e desconstrução das representações narrativas e da visão monocular que a maioria dos filmes traz consigo. A construção dos espaços condiciona e edifica a construção das perspectivas, limita e direciona as interpretações e a constituição dos sujeitos, o espaço *automatiza* e disciplina as vontades. Há sempre um *diagrama*

<sup>11</sup> BAUDRY, Jean-Louis. *Cinema: efeitos ideológicos produzidos pelo aparelho de base*, p.388.



espacial que implica na construção de redes e relações de poder que produzem discursos e práticas que reforçam as hierarquias que o preenchem e o antecipam<sup>12</sup>. Os espaços são estratos, segmentos que nos orientam a pensar, a amar, a sorrir... O espaço da universidade, o espaço do quarto do casal ou do motel, o espaço do trabalho ou o espaço da política, o espaço da arte; somos *afeitos* a redundâncias e repetições incessantes, moldes que determinam comportamentos. É claro que há resistências e quebras espaciais, ou a própria vida seria impossível. Como no cinema, a vida está naquilo que a câmera não quer mostrar. Talvez fosse isso que Chaplin queria nos dizer.

### O poder das redes

Nas redes a desterritorialização é absoluta, a rede constitui-se como novo modelo de organização, eco das lutas de guerrilha contra o aparato de poder do Estado, cuja estrutura policêntrica e relações horizontais, com relativa autonomia em relação ao centro de comando, formaram as novas teias do capital - é o poder capturando os excessos e desejos da multidão. A televisão ainda exerce uma função social de controle sem precedentes, mas ela já não age como *centro*, simplesmente, mas a partir do reforço ou da complementariedade das informações que circulam na internet<sup>13</sup>. Seria ingênuo não levar o seu “poder de convencimento” em consideração, mas esses mecanismos ruem com as atividades corrosivas das *multidões* e com a organização social através das redes e *fora delas*<sup>14</sup>. Hoje, o modelo de redes, herdado das lutas de guerrilha das décadas de 60 e 70, lutas policêntricas cujo foco se espalhava pela cidade transformando-a, antes mesmo de tomá-la, foi apropriado pelos

<sup>12</sup> *Vigiar e Punir*, “Qual a admiração pela prisão se assemelhar às fábricas, às escolas, às casernas, aos hospitais, e que todos se pareçam com prisões?”, p. 207.

<sup>13</sup> As indústrias de comunicação e sua produção simbólica e imagética, parte constituinte da globalização, já ocuparam o espaço das redes, mas não exercem um controle absoluto sobre ele.

<sup>14</sup> Sites sobre a Conferência Nacional de Comunicação e contra a criminalização do MST:

I Conferência Livre de Comunicação para a Cultura acontece entre 24 e 27 de setembro:

<http://proconferencia.org.br/textos/clipping/i-conferencia-livre-de-comunicacao-para-a-cultura-acontece-entre-24-e-27-de-setembro/>; ECO-UFRJ: <http://www.pontaodaeco.org/node/161>

Manifesto em defesa do MST: <http://www.trezentos.blog.br/?p=3383>

circuitos comerciais e financeiros do capital<sup>15</sup>. Tal como, através de uma continuidade que procede mais por salto e rupturas do que por uma linha evolutiva contínua, pelos movimentos de resistência ao capital.

A internet conecta todos os espaços do globo através de *fiões* não detectáveis, eles irradiam suas informações preenchendo nossos celulares, computadores, *notebooks*; já não há como esconder-se do “Grande Irmão”, este, no entanto, nunca viu uma emanção de contrapoderes tão devastadora. São enunciações coletivas, plurais, que formam nosso mundo dividido, mas coeso (pelo mercado global e os organismos internacionais que nos colmatam). As fronteiras, no entanto, nos escapam à imaginação. O invento que deveria dar conta das disputas territoriais e intersubjetivas na Guerra Fria, tornou-se a *arma por excelência* da multidão, uma arma nômade, virtual e intensiva, que opera por desterritorializações sempre minoritárias. Vê-se a figura do imigrante como vetor de desterritorializações e linhas de fuga que moldam as cidades que os atraem, tal como a física de Demócrito, “onde a plenitude atrai a plenitude”, portadores de linguagens diversas que reinventam as teias do capital e a dinâmica das metrópoles. A multidão são os *múltipl@s*, é uma rede de indivíduos e grupos, um conjunto de singularidades contingentes; ela é atravessada por individuações, mais do que por identidades territoriais ou ideológicas, suas ações são intercambiáveis, há trocas no lugar de imposições. A multidão é múltipla e una, à maneira de Spinoza, partes de um *todo* em movimento, graus da potência divina que compõem os nossos corpos espiritualizados.

Na contemporaneidade, estamos imersos na *passagem da subordinação formal à subordinação real do trabalho ao capital*, somos todos partícipes, ou potenciais, do *General Intellect* que dita os desdobramentos das relações de produção e de seus efeitos ontológicos<sup>16</sup>. A idéia de um povo fundido à unidade soberana de um Estado já não corresponde às lutas e intervenções da multidão, ela não reflete a forma-Estado, como o povo a refletira, ela não forma uma unidade em torno da democracia

<sup>15</sup> Negri, A. e Hardt, M. *Multidão - Guerra e democracia na era do Império*, pg. 104.

<sup>16</sup> Com Marx e Negri, acreditamos que o trabalho forma as subjetividades e o nosso *ser social*, ainda que vivamos o *dever* e suas múltiplas faces.

representativa, não louva suas instituições. A multidão é o *fora*, são as *máquinas de guerra* que ocupam os espaços sociais e políticos da sociedade de forma horizontal e *ascentrada*. As burocracias inerentes ao Estado são, literalmente, dinamitadas pela multidão - reformadas e transformadas, a luta das "classes subalternas" que a compõem deve ter um *fora* (a insurgência contra as leis e os dispositivos de poder que a exploram e oprimem) e um *dentro* (a luta por reformas que avancem no sentido de sua autonomia econômica e de seu autogoverno). Não há mais porquê *dans la raison d'État*.

### As imagens da multidão

Com o advento da internet e suas linhas de fuga, a “sala escura” de Baudry<sup>17</sup>, espaço ideal de *ideologização* e formação das subjetividades, perde a sua força. Há filmes que ainda são feitos para ela e, sem dúvida, os seus efeitos continuam devastadores na psique humana. Mas o desenvolvimento das tecnologias digitais simplesmente *desfaz* os seus mecanismos no próprio *ato de sua produção*. Os filmes do “grande cinema” são recortados e manipulados pelos programas de edição mais simples, criam-se paródias e continuidades desejadas a partir de seus pedaços espalhados pela rede. Já não é preciso, como as vanguardas artísticas o fizeram nas décadas de 60 e 70, contrapor uma organização molecular e subversiva à organização molar das narrativas cinematográficas. *A internet é o próprio meio do molecular*.

O que se vê, ao contrário, é uma disseminação de filmes pela *rede*, principalmente, e fora dela. Onde os fatos, diretos e muitas vezes vertiginosos, aparecem e disputam espaço com as informações veiculadas pela grande mídia, pelo menos no que se refere aos movimentos sociais. Há muitos cineastas mundo afora, como o argentino Carlos Pronzato<sup>18</sup>, que viajam para as regiões em conflito, captando o máximo de *veracidade* possível, o máximo de informações a partir do ponto de vista dos movimentos envolvidos e difunde as suas “verdades”, as suas

<sup>17</sup> BAUDRY, Jean-Louis. Cinema: efeitos ideológicos produzidos pelo aparelho de base.

<sup>18</sup> Bakunin Digital: <http://www.lamestizaudiovisual.blogspot.com/>

experiências e ideias, apelando às narrativas dos documentários mais clássicos ou mesmo ao formato *televisivo* para comunicar suas “mensagens” de forma direta e o mais amplamente possível<sup>19</sup>.

“Ora o cineasta do Terceiro Mundo encontra-se diante de um público muitas vezes analfabeto, saturado de séries americanas, egípcias ou indianas, filmes de karatê, e é por aí que ele deve passar, é essa matéria que ele precisa trabalhar, para dela extrair os elementos de um povo que ainda falta [Lino Brocka]. (Deleuze, G. *A Imagem-Tempo - Cinema 2*, p. 259.

Já não precisamos escrever em “língua estrangeira” para fugir dos *colonialismos*, a nossa própria língua é um *estrangeirismo* derivado das interconexões do mundo global, o povo já não falta, mas invade as redes e cria suas próprias *linhas de fuga*, ele não precisa mais ser inventado, ele *inventa-se* enquanto *minoría* nos guetos, periferias e favelas das metrópoles mundiais:

A questão, em muitas dessas propostas, é a partir do concreto se chegar ao conceito, a ética (nunca pensada como abstração, norma, transcendência) chegar à própria história do cinema e da videoarte. Partir dos códigos do melodrama ou da novela para reconfigurar o sensível. Partir do sabido, do consumo, para trazer outras referências. (BENTES, Ivana. *Descolamentos Subjetivos e Reservas de Mundo; Ensaios no real: o documentário brasileiro hoje*, p. 10)

Em “Os Palestinos da Amazônia”<sup>20</sup>, Carlos Latuff, que além de cineasta também é cartunista, retrata a vida de um grupo de camponeses que vive no interior da mata amazônica, sofrendo todo o tipo de privações e repressões por parte do Estado e dos latifundiários que contratam jagunços para intimidá-los e até mata-los. O filme segue a tendência da maioria, cortes secos, uma ideia de continuidade próxima ao realismo dos filmes norte-americanos, som direto. Parece que o cineasta não está preocupado com a estética do filme, mas com a “mensagem” passada pelos ocupantes, com as “verdades” ditas pelos próprios participantes da ação, não há intervenções ou manipulações da imagem pelo autor. Ele, ao contrário, parece sentir-se bem *invisível*, construindo, de certa forma, uma bioestética, diretamente extraída da relação que o ativista tem a causa a que adere, ou o registro das vivências dos integrantes do próprio movimento. Quando o cineasta intervém é como integrante da

<sup>19</sup> Dado que a maioria do seu público cativo reside em ocupações, comunidades ou ainda em sindicatos, e está acostumado com os modos narrativos das séries e filmes de Hollywood ou das novelas da teledramaturgia brasileira e mexicana.

<sup>20</sup> “A luta de um povo forte, que sofre o diabo, mas que não tem medo dele”. Carlos Latuff

causa, como disseminador da luta, há uma *fusão* do seu ato enquanto realizador com a realização do próprio ato militante, ele faz parte da luta, a luta é uma continuidade do seu filme e *vice-versa*. A sua atuação é como um “grito”, é um *contínuo* do movimento. É como se a manifestação, ou todas as manifestações *do mundo*, estivessem presentes no extracampo. Nesses filmes, *un poquito de tanta verdad* se mostra além dos holofotes do *espetáculo*, fabricando um novo *autômato* das ruas, onde as ruas conquistam as redes<sup>21</sup>.

É comum que um coletivo se responsabilize pelas filmagens e não um autor. A impressão que dá é que qualquer transformação da narrativa que desvie a atenção do espectador da *fala dos que sofrem a opressão* seria um ato de “traição” com o próprio oprimido ou então a preocupação com a *mensagem* é tão grande que ocupa toda o foco dos cineastas. O cineasta deve ser um facilitador, aquele que guarda as informações e as comunica o mais diretamente possível, sem rodeios, sem *aura*, sem que a singularidade do autor intervenha entre a *fala* do camponês e *nós* que a recebemos dos nossos celulares, notebooks, *PCs*, tablets. É um “cinema direto” difundido por meios *indiretos*, difusos, loucos<sup>22</sup>. Muitas vezes um meio para o registro sem cortes de manifestações criativas e corajosas, a ousadia já não está na forma, mas na realidade captada pelo “olho da câmera”, como nos saques simbólicos a supermercados organizados pelo MTST, no depoimento dos atingidos por barragens no Rio Tocantins ou nas manifestações dos blocos de intervenção urbana na Áustria<sup>23</sup>. Onde os *sujeitos desorientados* do cinema moderno encontram seu oriente no interior das lutas que antes pareciam desconexas, que já não são parte de um *todo orgânico*, mas são elas próprias esse *todo* fragmentado e descontínuo. São as particularidades das lutas e suas demandas que precisam ser vivenciadas para se tornarem *orgânicas* -

<sup>21</sup> O documentário “Un Poquito de Tanta Verdad” narra os acontecimentos de Oaxaca, no México, onde os professores e a comunidade tomaram os meios de comunicação pelas mãos e construíram suas redes de resistência. Segundo palavras dos próprios realizadores: “La represión del Gobierno de Ulises Ruiz al plantón de la CNTE genera al movimiento social más importante de los últimos años LA APPO, la toma de los medios, la lucha de las mujeres y la represión de la PFP y los policías del estado, todo contado por la voz de las radios y la televisión en poder del movimiento”.

<sup>22</sup> A *internet* é como o *esquizo*, há tantas conexões que é impossível refazê-las e criar um bloco coerente de suas trajetórias.

<sup>23</sup> NO WKR! Polizeigewalt Vienna 2010: [http://www.youtube.com/watch?v=xnEA34wV-\\_A](http://www.youtube.com/watch?v=xnEA34wV-_A)



um *corpo sem órgãos*. Um marco na construção desses filmes são as intervenções zapatistas, todos os movimentos têm, direta ou indiretamente, influência das estratégias de ocupação midiática e dos meios de expressão *em rede* difundidos pelos zapatistas.

Há filmes que buscam certa “afirmação” de *veracidade* através do depoimento dos moradores que tecem a narrativa à maneira da história oral, onde os vestígios da construção comunitária são acompanhados passo a passo, segundo a visão e as experiências vividas pelos próprios moradores. Outros registram os fatos com câmeras de baixa resolução, muitas vezes com celulares, e compõem suas tramas digitais com o som dos *rappers* ao fundo: onde a voz da periferia militante de São Paulo salta na tela como um “soco no estômago”<sup>24</sup>. Em meio à violência da música, o contraponto dos ativistas reconstruindo a ocupação junto aos ocupantes, uma mostra da solidariedade estimulada nesses espaços – o trabalho das *multidões*. Construído também nos moldes narrativos desse *cinema direto*, além de produzido coletivamente por ativistas e moradores das ocupações da região central do Rio de Janeiro, é o “Justa Causa”<sup>25</sup>, documentário onde são narradas as experiências dos moradores das ocupações Chiquinha Gonzaga, Zumbi dos Palmares, Quilombo das Guerreiras e Machado de Assis. No filme, os moradores falam de como se organizam de forma autogestionária, resistindo aos ataques dos governos e da especulação imobiliária. As experiências narradas ressoam a dura vida que levam e a opção pela organização popular como forma de resistir ao capitalismo, dos rostos marcados pelas piores misérias às histórias de sobrevivência onde os laços comunitários são a única saída capaz de superar o *intolerável* e a exploração.

Aqui há o começo, talvez, de um novo conceito que exprima esse cinema dos movimentos que é direto, *bioestético*, onde “a vida e a linguagem se fundem”; se identifica com as narrativas clássicas da televisão e do cinema, sem passar pela reprodução de suas ideias, tem suas relações narrativas invertidas (os “pontos de virada”, o antagonismo entre as personagens, a linearidade das ações, etc.); tende ao

<sup>24</sup> Prestes Maia – Comboio: [http://www.youtube.com/watch?v=RKB6W8tnCbs&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=RKB6W8tnCbs&feature=player_embedded)

<sup>25</sup> O filme foi realizado pelo Fórum Contra o Choque de Ordem.

coletivismo da obra, onde o cineasta ou é invisível ou é parte dos movimentos sociais onde milita, mas sempre se reconhece enquanto movimento, emana *palavras de ordem*, não mais conectadas às disciplinas ou aos espaços tradicionais do “fazer político”, mas através de sua própria *existência* enquanto parte da *luta de todos*, se organiza em torno de conflitos ou a partir dos conflitos e se propaga, quase que exclusivamente, pelas *redes digitais*. Em meio ao turbilhão de *vozes dissonantes*, também há filmes que fundem a defesa de alternativas políticas às experimentações estéticas, filmes que, seguindo os passos dos movimentos que eclodiram o sensório-motor das antigas narrativas, buscaram na *forma* um modo de comunicar e surpreender os sentidos. Ainda que as *tendências* encontradas nos filmes anteriores também se manifestem nessas obras. Das ocupações de fábricas na Argentina às faces do subcomandante Marcos, da *poesia possível* das ruas de BH às imagens delirantes da ocupação da UERJ, o *cinema de guerrilha* alia-se à rede e dissemina seus gritos, seus afrontamentos, suas liberdades.

### Referências bibliográficas

- DELEUZE, Gilles; Guattari, Félix. Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia (Vol. 5). Trad. de Pál Pelbart, Peter e Caiafa, Janice. In Rio de Janeiro: 34, 1997.
- \_\_\_\_\_. Mil Platôs – Capitalismo e Esquizofrenia (Vol. 2). Trad. de Oliveira, Ana Lúcia de e Cláudia Leão, Lúcia. In Rio de Janeiro: 34, 1995 - B.
- \_\_\_\_\_. A Imagem-Tempo - Cinema 2. Trad. de RIBEIRO, Eloisa de Araújo. In São Paulo: Brasiliense, 1990.
- \_\_\_\_\_. Cinema 1 - A Imagem-Movimento. Trad. de SENRA, Stella. In São Paulo: Brasiliense, 1985.
- Focault, Michel. Vigiar e Punir. Trad. de Ramallete, Raquel. In Petrópolis: Vozes, 2004.
- NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. Império. Trad. MARQUES, Clóvis. In Rio de Janeiro: Record, 2005.

## **The Call of Lovecraft**

Devoção e apropriação do *Cthulhu Mythos* na cultura popular e midiática<sup>1</sup>

Yuri Garcia<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo procura analisar a obra de H. P. Lovecraft e suas diversas investidas em outras mídias após sua morte. O autor experimentou nos últimos dez anos, uma espécie de renascença cultural, que começou a legitimá-lo como artista digno de figurar no cânon da alta literatura, além de ser considerado um dos mestres do gênero do horror. Desse modo, ao investigar as razões desse surpreendente renascimento de Lovecraft na esfera da chamada “alta cultura” (literatura, artes, filosofia), estaremos ao mesmo tempo buscando as motivações de seu interesse no âmbito da cultura popular e midiática, estudando as formas e apropriações como seus temas, ideias ou mesmo obras foram absorvidos pelos meios de comunicação contemporâneos.

### **Palavras-chave**

Lovecraft; horror; religião; cultura midiática.

### **Introdução**

Nascido em 20 de Agosto de 1890, na cidade de Providence, Rhode Island, H. P. Lovecraft morreu em 15 de Março de 1937, precisamente num momento em que parecia atingir sua maturidade intelectual e literária, ensaiando um início de reconhecimento que apontava para seu ápice como escritor.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 (Arte, Estéticas e Tecnologias da Comunicação) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e autor do livro “Drácula: o vampiro camaleônico” (2014). Pesquisa atualmente o autor H. P. Lovecraft e suas apropriações na cultura contemporânea. E-mail: yurigpk@hotmail.com.

Lovecraft não fora um autor de grande repercussão ou sucesso em vida. Mesmo assim, possuía fiéis seguidores do seu trabalho, que contribuíram para fazer algumas de suas últimas obras chegarem às prensas. Não muito tempo após sua morte, as histórias do autor começam a se firmar no cenário da literatura de horror, destacando-o como um dos principais nomes do gênero e conquistando legiões cada vez maiores de admiradores entre nichos de públicos específicos (daí a importância da noção de obra “*cult*” em nosso trabalho).

Atualmente, não apenas encontramos suas obras adaptadas para diversas mídias como cinema, histórias em quadrinho e videogames, mas também é possível detectar a penetração de elementos da sua complexa mitologia em ambientes midiáticos. O célebre tratado ficcional “Necromicon” é referenciado em filmes como “Evil Dead” (Sam Raimi, 1981) e outros; a cidade fictícia “Arkham”, onde grande parte de suas histórias se passam é referenciada como o “Asilo Arkham” encontrado em Gotham City que constitui parte integral do universo de quadrinhos da DC; a influência de seus temas se encontra presente em filmes de diversos diretores como John Carpenter, Guillermo Del Toro e autores como Stephen King<sup>3</sup>. Ou seja, além de a literatura Lovecraftiana povoar a cultura “pop” atravessando diferentes plataformas e veículos, a mitologia criada pelo autor se faz presente na forma de citações e reelaborações, bem ao gosto de uma estética pós-moderna.

Para pensarmos nessa relação intermediária estabelecida entre as obras do autor e seu diálogo com outras mídias, podemos compreender o fenômeno da Cauda Longa (ANDERSON, 2006) como um importante agente ao possibilitar um crescimento da produção de produtos considerados mais de nicho, assim como também podemos evocar o termo “*Remediation*” cunhado por Jay Bolter e Richard

---

<sup>3</sup> Em diversas entrevistas Stephen King revela que Lovecraft é um grande inspirador e o maior escritor de horror de todos os tempos; John Carpenter e Guillermo del Toro ainda vão mais longe, tendo participado do documentário “Lovecraft: Fear of the Unknown” de 2008 como grandes conhecedores da obra e vida do autor. Guillermo Del Toro já revelou inúmeras vezes, ainda, que pretendia fazer uma versão cinematográfica do conto “At the Mountains of Madness” de Lovecraft, entretanto, diz que o filme “Prometheus” (2012) de Ridley Scott o fez desistir do projeto, devido à similaridade na história. Para mais detalhes ver: Ver: <http://www.deltorofilms.com/wp/forum2/viewtopic.php?f=4&t=454> e [http://omelete.uol.com.br/nas-montanhas-da-loucura/cinema/nas-montanhas-da-loucura-guillermo-del-toro-diz-que-prometheus-matou-projeto-de-adaptacao/#.Uh544dJ\\_7AI](http://omelete.uol.com.br/nas-montanhas-da-loucura/cinema/nas-montanhas-da-loucura-guillermo-del-toro-diz-que-prometheus-matou-projeto-de-adaptacao/#.Uh544dJ_7AI)

Grusin (2000) para refletir sobre as novas versões baseadas nos escritos de Lovecraft e de sua mitologia.

O livro de Bolter e Grusin possui o subtítulo “*Understanding New Media*” que apenas reforça a ideia McLuhaniana de que as novas mídias trazem elementos (não só em sua gramática e linguagem como também nos produtos) de mídias anteriores ao prestar uma homenagem ao seu mais famoso livro “*Understanding Media*” traduzido como “Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem” (2007). No livro “Estendendo McLuhan: da Aldeia à Teia Global” (2011) de Vinícius Andrade Pereira, o autor destaca “[...] um meio porta um outro meio no seu interior, como maneira de se apresentar e se traduzir para um usuário” (p.142) e discute a relação entre ambas as obras no item 7.2 e 7.3.4 do capítulo 7. Pereira refere-se mais à questão gramatical mesmo, entretanto uma parte da obra de Bolter e Grusin é destinada aos conteúdos, tomando como exemplo uma onda de transposições fílmicas de obras de Jane Austin já a partir da década de 90.

Seria assim, a massiva aparição de elementos lovecraftianos em nossa cultura resolvida através da ideia de remediação proposta pelos autores? Não podemos excluir a importância de tal termo nesse caso, todavia, é necessário apontar aqui que o caso do escritor de Providence possui uma complexidade maior.

Para uma melhor compreensão, é necessário nos aprofundarmos melhor em sua mitologia e pensarmos em sua relação (aparentemente paradoxal) com as chamadas “cultura de massa” e “cultura erudita”.

### **Lovecraft na “Cultura de Massa”**

Lovecraft produziu uma profunda reformulação da noção tradicional de mito, elaborando um panteão de deuses monstruosos inteiramente indiferentes ao homem (Cf. LUDUEÑA, 2013). Esse conjunto de mitos e narrativas, que, além de tudo, poderia ser qualificado como uma espécie de trabalho colaborativo nos moldes da atual cultura digital, recebeu de August Derleth a designação de *Cthulhu Mythos*.



“Criando suas visões, então, Lovecraft estabeleceu as lendas de Cthulhu, uma de suas mais famosas e mais populares criações imaginárias.” (KUTRIEH, 1985, p.41)<sup>4</sup> Dessa forma, o autor traz a ideia de mito na modernidade com uma nova face, a do horror inumano.

O escritor nos apresenta seres indescritíveis e cria universos que ultrapassam os limites da racionalidade. Seu mundo imaginário representa o ser humano como criatura abandonada em um cosmos indiferente à sua existência, dando forma a uma peculiar mitologia não (ou mesmo anti) antropocêntrica. Espécies alienígenas muito superiores teriam dominado a Terra em um passado remoto e aguardam adormecidas seu retorno em um futuro apocalíptico<sup>5</sup>. Dessa forma, o autor nos apresenta um conceito de divindade que prescinde dos homens e habita outra(s) dimensão(ões), possuindo noções de tempo e espaço muito além da capacidade da compreensão humana.

“HPL exitosamente toma a noção da insignificância humana relacionada a um universo mecânico não consciente e o localiza na vida de um dado personagem ficcional.” (TAYLOR, 2004, p.54)<sup>6</sup>

O *Cthulhu Mythos* aponta um destino cruel para a humanidade, contudo, sublinha um paradoxo ao pensarmos como tal mitologia consegue se estabelecer de forma tão pregnante na cultura contemporânea. Quanto mais aterrador e anti-humano é determinado aspecto do mito, mais nos sentimos atraídos por ele. E essa atração não se dá somente em um plano da curiosidade sobre sua obra, mas também através da propagação e contínua reelaboração desta. Mesmo se pensarmos no conceito de apropriação desenvolvido por Roger Chartier (1996), que aponta para a pluralidade nas possibilidades interpretativas de leitura, dificilmente concluiríamos que a

---

<sup>4</sup> Todas as traduções nesse texto, quando não apontadas o contrário são de nossa autoria. “In creating his visions, then, Lovecraft has established the Cthulhu legends, one of the best-known and most popular of his imaginative creations.” (KUTRIEH, 1985, p.41).

<sup>5</sup> Nesse sentido, é possível especular que seu impacto na cultura contemporânea (por exemplo, em formas de literatura esotérica popular ou na vertente de “Eram os Deuses Astronautas”, de Erik Von Däniken) foi ainda maior do que se poderia pressupor à primeira vista. Ver a curiosa tese de Jason Colavito “The Cult of Ancient Gods: H. P. Lovecraft and Extraterrestrial Pop Culture” (2005).

<sup>6</sup> “HPL succeeds in taking the notion of humanity’s insignificance relative to a nonconscious mechanic universe and localizing it in the life of a given fictional character.” (TAYLOR, 2004, p.54)

perspectiva pessimista que Lovecraft aponta para o futuro da humanidade possa ser compreendida em grande escala como um diagnóstico otimista e esperançoso para o homem.

Ou seja, mesmo percebendo que o destino da humanidade para Lovecraft é apocalíptico e que nós nos encontramos em uma posição inferior aos poderosos habitantes extraterrestres do planeta (*the Old Ones*), nos sentimos atraídos por essa concepção<sup>7</sup>. Não satisfeitos, reproduzimos essa mitologia dando vida a essa ficção e criando novos produtos midiáticos baseados no imaginário Lovecraftiano. “A discursificação, presentificação e aceitação dos monstros na atualidade parecem apontar não para uma crise no conceito de monstro, mas para as angústias e inquietações a respeito de nossa própria humanidade.” (REGIS, 1999, p.10)

Desse modo, ao abordarmos essa relação de permanência, devoção e reprodução do mito de Lovecraft, nos deparamos com múltiplas questões que valem ser destacadas. Inicialmente, percebemos que, após sua morte, inaugura-se um processo que muito se assemelha às *fan-fictions* tão popularmente manifestadas na contemporaneidade. Aqui, nos deparamos com um novo paradoxo. Em Lovecraft, o fenômeno “*cult*”<sup>8</sup> atinge toda sua potência, manifestando-se como uma adoração divina do autor e do tratamento de sua obra como escritura sagrada, porém essa obra sagrada é continuada por seus seguidores que tentam superar a original (num processo que talvez até mesmo extrapole os mecanismos da “angústia da influência” de Harold Bloom<sup>9</sup>).

Lovecraft traz a possibilidade de um novo mundo, um mundo não humano que nos apresenta uma alteridade radical. Essa mitologia que o autor cria nos envolve de forma que consumimos seus produtos mesmo sem notar. A franquia “Alien” possui uma premissa muito similar à ideia proposta pelo *Cthuhu Mythos*. A recente produção

<sup>7</sup> A esse respeito, ver o ensaio de Michel Houellebecq “H. P. Lovecraft: Against the World, Against Life” (2005) sobre o inventor do mito de Cthulhu.

<sup>8</sup> O termo possui uma significação muito ampla, porém nesse estudo adotaremos a obra de JANCOVICH; *et al.* (2003) como referência.

<sup>9</sup> A “angústia da influência” é uma teoria desenvolvida pelo crítico literário Harold Bloom, segundo o qual todo autor “tardio” (*belated*) sente o peso de seus precursores e assim se vê obrigado a confrontar-se com sua obra “deslendo-a” (*misreading*) e reelaborando-a. Para mais detalhes ver: Bloom, 2002.

de Ridley Scott “Prometheus” (2012) seria uma *prequel*<sup>10</sup> para “Alien, o Oitavo Passageiro” (1979), do mesmo diretor. Em “Prometheus” fica mais explícita a influência da mitologia de Lovecraft e o lançamento do filme chegou a desanimar o diretor Guillermo Del Toro a dar continuidade ao seu antigo projeto de adaptar o conto “*At the Mountains of Madness*” para o cinema<sup>11</sup>.

Nesse caso, a relação de Lovecraft com um cinema mais *trash*, filmes de baixo orçamento e filmes B é emblemática. Não podemos compreender isso como uma regra geral, pois, inegavelmente, encontramos produções baseadas em sua obra que não se encontram nessas classificações, como os filmes produzidos pela *H. P. Lovecraft Historical Society* – “*The Call of Cthulhu*” (2005) e “*The Whisperer in Darkness*” (2011) – que possuem um caráter mais artístico, tendo sido feitos em preto e branco (o primeiro ainda mudo e o segundo já falado), de forma a ficar mais parecido com produções da década de 1920 e 1930 respectivamente. Por outro lado, ao fazermos um breve mapeamento de suas adaptações, percebemos os filmes dos diretores Stuart Gordon “*Re-Animator*” (1985), “*From Beyond*” (1986), “*Castle Freak*” (1995), “*Dagon*” (2001) e Daniel Haller de “*Die, Monster, Die!*” (1965), “*The Dunwich Horror*” (1970) entre as mais famosas, se enquadrando perfeitamente nas categorias apontadas acima.

Então, podemos perceber que os produtos Lovecraftianos possuem uma incrível ressonância na “cultura de massa”, contudo, o autor também figura atualmente como um importante personagem na chamada “alta cultura” ou “cultura erudita”.

---

<sup>10</sup> Utilizamos aqui a palavra “*prequel*” em inglês devido a uma ausência de uma palavra que possua o mesmo significado e seja usado da mesma forma no vocabulário cotidiano no português. A palavra “*prequela*” serviria inicialmente, porém é utilizada no português lusitano e não possui registro no site da Academia Brasileira de Letras.

(Site: <http://www.academia.org.br/abl/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=23>).

Outras possibilidades seriam as palavras “prólogo”, “prelúdio”, “prefácio”, “preliminar”, “preâmbulo” e “proêmio”, contudo são frequentemente utilizadas na música, teatro, literatura e esportes, ficando marcadas pelas suas utilizações mais comuns. “Introdução”, embora mais simples, não abarca exatamente a ideia necessária.

<sup>11</sup> Ver nota de rodapé 2.

## Lovecraft e a “Cultura Erudita”

O autor de Providence foi considerado durante sua vida, e um longo tempo após sua morte como um escritor inferior, e por muitas vezes sua obra era rotulada por críticos literários como “amadora”, “com uma escrita pobre” e “sem valor”. Embora suas histórias tenham alcançado certo público de nicho após sua morte e tenham gozado de certo prestígio na cultura de massa, Lovecraft experimentou, nos últimos dez anos, uma espécie de renascença cultural, que começou a legitimá-lo como artista digno de figurar no cânon da alta literatura, além de ser considerado um dos mestres do gênero do horror. Mais que isso, a filosofia apropriou-se dele, popularizando-o nos meios acadêmicos, graças a autores como Graham Harman (Weird Realism: Lovecraft and Philosophy, 2012) e Michel Houellebecq (H. P. Lovecraft: Against the World, Against Life, 2005), entre outros.

Graham Harman em seu livro “Weird Realism: H. P. Lovecraft and Philosophy” (2012) destaca a escrita de Lovecraft como uma importante forma de confirmar a sua “*object oriented ontology*” (ontologia direcionada aos objetos). Assim, utiliza o escritor de Providence como uma figura central do Realismo Especulativo.

Segundo Harman, Lovecraft pertence a uma corrente de pensamento que destaca a distância, a separação entre as coisas, ou melhor, um intervalo entre os objetos. Assim, se opõe a outra corrente que destaca a harmonia e as relações que são estabelecidas entre as coisas. Na perspectiva do filósofo, há um lado inacessível para tudo, onde não conseguimos contato de forma alguma, um lado que evita qualquer possibilidade de apreensão. Nesse intervalo entre o mundo que podemos observar e acessar e o mundo como ele realmente é, habita a estranheza inacessível. Lovecraft, com suas descrições elabora uma estética que corresponde à proposta da filosofia de Harman. Entretanto, o filósofo, mesmo apresentando uma perspectiva mais ampla que faz parte de uma nova proposta de abordagem filosófica, peca ao descartar o conteúdo das narrativas lovecraftianas e enfatizar apenas sua escrita.

Ainda seguindo novas abordagens filosóficas que se apropriam de Lovecraft, o filósofo Fabián Ludueña Romandini em seu livro “A Comunidade dos Espectros” (2012) descreve a religião como uma “antropotecnia”, ou seja, uma das inúmeras técnicas culturais usadas ao longo da história para modelar a noção de humano como ser separado da natureza e distinto dos outros animais. Em “Para além do princípio antrópico” (2012), ele retorna ao tema da religião, continuando uma discussão do livro anterior sobre a necessidade de uma filosofia que trate novamente dos temas de origem mais metafísica. Em seu último livro, “H. P. Lovecraft: a disjunção no ser” (2013) traz a figura de Lovecraft como “o mais genial mitógrafo do século XX” (p.12).

Seus mitos estão muito distantes das clássicas narrativas de esperança e salvação que Deus (ou os deuses do politeísmo) costumavam prometer à humanidade. Em vez disso, a Lovecraft pode provavelmente ser creditada a invenção da primeira mitologia legitimamente pós- ou anti-humanista (Cf. LUDUEÑA, 2013).

Lovecraft é um autor paradoxal. Sua mitologia, por si só, aponta uma erudição extrema do autor (que ainda escrevia ensaios sobre literatura e alguns outros assuntos), enquanto seus contos eram publicados em revistas amadoras<sup>12</sup> e as mais famosas versões cinematográficas de suas obras são filmes considerados “trash”.

Suas criações apontam um destino cruel para a humanidade, contudo, sublinham outro paradoxo ao pensarmos como consegue se estabelecer de forma tão poderosa na cultura contemporânea. Quanto mais aterrador e anti-humano é determinado aspecto do mito, mais nos sentimos atraídos por ele. E essa atração não se dá somente em um plano da curiosidade sobre sua obra, mas também através da propagação e contínua reelaboração desta.

---

<sup>12</sup> Para mais detalhes ver a biografia sobre o autor escrita por S. T. Joshi “A Vida de H. P. Lovecraft” (2014)



## Considerações Finais

Em um momento em que as fronteiras entre “cultura de massa” e “cultura erudita” são postas em cheque, o escritor de Providence ressurge com enorme potência transitando por ambos os lados e nos revelando que tal dualidade é uma polarização frágil e categorizante.

“Cultura de massa” e “cultura erudita” são noções que, embora sejam vistas como dicotômicas, se apresentam, comumente entrelaçados em um mesmo produto. As questões filosóficas, teológicas, sociologias que os filmes da franquia *Blockbuster* “Matrix” (1999, 2003, 2003) apresentam já resultaram em diversos livros e ensaios no meio acadêmico. O discurso final do replicante Roy Batty no filme “Blade Runner” (1982) poderia muito bem ser oriundo de um clássico livro de poesia e não da mente do ator Rutger Hauer.<sup>13</sup> Até as Tartarugas Ninja possuem nomes de pintores clássicos do renascimento (Leonardo da Vinci, Michelangelo, Donatello e Rafael Sanzio). E a *graphic novel* “Watchmen” (1986-1987) que foi um grande sucesso de vendas e críticas, recebeu, além de diversos prêmios na categoria HQs, uma honraria especial no tradicional Prêmio Hugo, voltado à literatura e está presente na lista dos 100 melhores romances eleitos pela revista *Time* desde 1923.

Em Lovecraft, essa relação é intrínseca. O alcance massivo que suas obras possuem e o diálogo com produtos comumente rotulados como “trash”, “pulp” ou “pop” parecem contrastar com a complexidade por trás de suas narrativas. Entretanto, vemos que o autor sempre apresenta perspectivas que se opõe a modelos dicotômicos imperantes.

A dualidade entre *Logos* e *Mythos*, razão e crença, não existe em sua obra. A mitologia é explicada e comprovada em suas histórias que costumam centrar-se em uma narração em primeira pessoa de um indivíduo ligado a razão (cientista,

---

<sup>13</sup> “Eu vi coisas que vocês não imaginariam. Naves de ataque ardendo no ombro de Órion. Eu vi raios-c brilharem na escuridão próximos ao Portão de Tannhäuser. Todos esses momentos se perderão no tempo, como lágrimas na chuva. Hora de morrer.”

Tradução da wikipédia de: “I’ve... seen things... you people wouldn’t believe. Attack ships on fire off the shoulder of Orion; I watched c-beams glitter in the dark near the Tannhäuser Gate... All those... moments... will be lost, in time, like tears... in... rain. Time... to die.”

historiador etc), descobrindo o horror sobrenatural através de investigações. “Também o mito encontra formas de expressão variadas, brechas por entre as quais flui para o interior do mundo racionalizado, mesmo nos mais fechados bastiões científicos.” (FELINTO, 2008, p.43)

Lovecraft surge em um momento altamente sintomático, marcado pela modernidade que tenta expurgar os últimos vetores míticos do pensamento. Tendo nascido no final do século XIX e começando a produzir seus contos no início do século XX, o autor retorna com as noções de mito em um período marcado por inovações tecnológicas como a fotografia, o cinema e as histórias em quadrinhos<sup>14</sup> que mais tarde, se apropriariam de elementos de suas narrativas, propagando sua mitologia na cultura midiática.

Atualmente, o *Cthulhu Mythos* se encontra espalhado por nossa cultura das mais diversas formas. Seja através do grimório *Necronomicon*, criado pelo autor, e que, além de utilizado em diversas outras histórias como um livro proibido capaz de despertar o mal, é tratado por alguns como um artefato que realmente existe. Seja pelas diversas apropriações de sua mitologia para contar histórias (ou até criar jogos) que conte com suas entidades malignas. Ou até em sua clássica divindade *Cthulhu* que conta com uma popularidade incrível aparecendo em diversas imagens em forma de brincadeira, reelaborações e tentativas de reprodução fiéis. Dentre elas, vale destacar rapidamente as ocorridas normalmente durante eleições presidências americanas: “Cthulhu para presidente: por que escolher o menos mal?”<sup>15</sup>

Assim, podemos perceber que a mitologia lovecraftiana povoa nosso imaginário de forma cada vez mais massiva. Sua aparição na cultura midiática se dá em diversos meios e em formas distintas. Enquanto seus monstros não despertam para acabar com nossa existência, basta olharmos para as redes sociais, filmes, games,

---

<sup>14</sup> Vale ressaltar aqui, que desde seu surgimento na década em que Lovecraft nascera (1890), as histórias em quadrinhos ainda eram, em geral, *comic strips*, encontradas dentro do jornal. A década de 1930 marca o momento em que surgem as *comic books*, uma versão encadernada e comercializada como revista, se tornando independente de outros suportes como o jornal para o seu consumo. Para mais detalhes ver: MESSIAS, 2012, p.39-41.

<sup>15</sup> “Cthulhu for president: why vote for lesser evil?”

HQs, livros e todos os meios possíveis para vermos o grande *Cthulhu* ganhando mais votos.

### Referências bibliográficas

- ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2006.
- BLOOM, Harold. *A Angústia da Influência*. Rio de Janeiro: Imago, 2002.
- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. The MIT Press, 2000.
- CHARTIER, Roger. *Práticas da Leitura*. São Paulo: Editora Estação Liberdade, 1996.
- COLAVITO, Jason. *The Cult of Alien Gods: H.P. Lovecraft and Extraterrestrial Pop Culture*. New York: Prometheus Books, 2005.
- DÄNIKEN, Erik Von. *Eram Deuses Astronautas?*. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2010.
- FELINTO, Erick. *Silêncio de Deus, Silêncio dos Homens: Babel e a sobrevivência do sagrado na literatura moderna*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- HARMAN, Graham. *Weird Realism: Lovecraft and Philosophy*. Zero Books, 2011.
- HOUELLEBECQ, Michel. *H. P. Lovecraft: Against the World, Against Life*. Believer Books (Division of McSweeney's Books), 2005.
- JANCOVICH, Mark; *et al.* *Defining Cult Movies: The Cultural Politics of Oppositional Tastes*. Manchester University Press, 2003.
- JOSHI, S. T.. *A Vida de H. P. Lovecraft*. São Paulo: Editora Hedra, 2014.
- KUTRIEH, Marcia G., "The Cosmology of H. P. Lovecraft". In: *Bulletin of the Faculty of Humanities and Social Sciences*, No. 8, p.37-49, 1985.
- LUDUEÑA ROMANDINI, Fabián. *A Comunidade dos Espectros. I. Antropotecnia*. Desterro, Florianópolis: Cultura e Barbárie, 2012.

\_\_\_\_\_. *Para além do princípio antrópico: por uma filosofia do Outside*. Desterro, Florianópolis: Cultura e Barbárie, 2012.

\_\_\_\_\_. *H. P. Lovecraft: a disjunção no ser*. Desterro, Florianópolis: Cultura e Barbárie, 2013.

McLUHAN, Herbert Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. Cultrix, 2007.

MESSIAS, José. *A construção da figura do herói nos mangás e comics: uma análise comparativa entre samurais e super-heróis*. 28 de Fevereiro de 2012. 151 folhas. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, 2012.

PEREIRA, Vinícius Andrade. *Estendendo McLuhan: da Aldeia à Teia Global – Comunicação, Memória e Tecnologia*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

REGIS, Fátima. Do Corpo Monstruoso ao Mito do Cyborg: os processos de construção de identidade e diferença no ocidente. In: VIII Encontro da Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 1999, Belo Horizonte. *Anais...* 8o. Encontro Anual da Compós. Belo Horizonte: Compós - UFMG, 1999. v. 1.

TAYLOR, Justin. A Mountain Walked or Stumbled: Madness, Apocalypse, and H. P. Lovecraft's "The Call of Cthulhu". *The Modern Word*, 2004. Disponível em: <[www.themodernword.com/scriptorium/lovecraft\\_taylor.pdf](http://www.themodernword.com/scriptorium/lovecraft_taylor.pdf)>

### **Referencias audiovisuais:**

*Alien*. SCOTT, Ridley. E.U.A.; Reino Unido: 1979. 117 minutos.

*Aliens*. CAMERON, James. E.U.A.; Reino Unido: 1986. 137 minutos.

*Alien 3*. FINCHER, David. E.U.A.: 1992. 114 minutos.

*Alien: Ressurrection*. JEUNET, Jean-Pierre. E.U.A.: 1997. 109 minutos.

*Blade Runner*. SCOTT, Ridley. E.U.A.; Hong Kong; Reino Unido: 1982. 117 minutos.

*Castle Freak*. GORDON, Stuart. E.U.A.: 1995. 90 minutos.

XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

*Dagon.* GORDON, Stuart. Espanha: 2001. 95 minutos.

*Die, Monster, Die!*. HALLER, Daniel. 1965. 80 minutos.

*From Beyond.* GORDON, Stuart. E.U.A.: 1986. 86 minutos.

*Lovecraft: Fear of the Unknown.* WOODWARD, Frank H.. E.U.A.: 2008. 90 minutos.

*Prometheus.* SCOTT, Ridley. E.U.A.; Reino Unido: 2012. 124 minutos.

*Re-Animator.* GORDON, Stuart. E.U.A.: 1985. 104 minutos.

*The Call of Cthulhu.* LEMAN, Andrew. E.U.A.: 2005. 47 minutos.

*The Dunwich Horror.* HALLER, Daniel. E.U.A.: 1970. 90 minutos.

*The Evil Dead.* RAIMI, Sam. E.U.A.: 1981. 85 minutos.

*The Matrix.* WACHOWSKI, Andy; WACHOWSKI, Lana. Estados Unidos; Austrália: 1999. 136 minutos.

*The Matrix Reloaded.* WACHOWSKI, Andy; WACHOWSKI, Lana. Estados Unidos; Austrália: 2003. 138 minutos.

*The Matrix Revolutions.* WACHOWSKI, Andy; WACHOWSKI, Lana. Estados Unidos; Austrália: 2003. 129 minutos.

*The Whisperer in Darkness.* BRANNEY, Sean. E.U.A.: 2011. 103 minutos.



## **Karen e a arte de comunicação telemática<sup>1</sup>**

Lucas Pereira Barros<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo tem por objetivo analisar o aplicativo Karen, desenvolvido pelo coletivo britânico Blast Theory. A obra, se valendo da comunicação telemática, problematiza a figura do artista na produção e a relação obra/público, onde a interatividade é posta em voga.

### **Palavras-chave**

Arte; Comunicação; Telemática; Espectatorialidade; Interatividade.

### **Introdução**

*Karen* é um aplicativo disponível para o sistema operacional iOS, desenvolvido pelo coletivo britânico Blast Theory e lançado em 2015. Faz parte da pauta dos artistas a criação de obras que explorem as tecnologias digitais, seja através da criação de novos dispositivos, seja através da exploração das possibilidades de tecnologias existentes (e o intercâmbio entre ambos). É neste contexto que se desenvolve *Karen*, trabalho que explora a interatividade dos espectadores com uma personagem através da plataforma iOS. O usuário com o aplicativo instalado é convidado a interagir com a personagem Karen, que propõe ser uma “life coach”. Após escolher um dos temas propostos (metas de vida, relacionamentos), uma série de perguntas pessoais passam a ser feitas, as quais, depois de respondidas, correspondem a interpelações específicas de Karen sobre o assunto.

O presente trabalho procura investigar as múltiplas questões suscitadas pelo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 - ARTE, ESTÉTICAS E TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduando em Cinema e Audiovisual pela Universidade Federal Fluminense (UFF).

aplicativo. Num primeiro momento, planejo examinar o aplicativo no âmbito do estatuto da imagem: sua origem, organização e apresentação, ou seja, sua representabilidade (inserida no contexto da arte que se vale da comunicação telemática) e as implicações oriundas desta interação aplicativo/usuário. Objetivo nesta parte adentrar em questões que vão desde a imersão até a dicotomia realidade virtual/realidade factual, na qual o aplicativo/obra artística *Karen* está inscrito, construindo um paradigma de mundo que tensiona os atuais aparelhos midiáticos/tecnológicos tão comumente usados no estabelecimento das relações e vínculos sociais.

Num segundo momento, pretendo focar na relação interatividade/narrativa, onde um estudo se faz urgente, uma vez que o aplicativo parte da premissa de uma participação extremamente ativa do usuário, cujas escolhas modificam o desenrolar da história. Comparações com experiências semelhantes na literatura e cinema serão feitas de forma a explicitar as múltiplas possibilidades da relação texto/leitor. De forma alguma se pretende sugerir uma "evolução" desta relação, sendo esta melhor ou pior do que aquela. Pelo contrário: pretendo suscitar como a especificidade de cada meio discursivo e/ou tecnológico, aliada ao seu momento histórico-social, é usada por diferentes artistas de forma a ampliar suas possibilidades e seu potencial intrínseco, fugindo de um uso comum ou padronizado.

### **Arte de comunicação telemática**

A contemporaneidade assiste à predominância da imagem informacional, aqui entendida como a imagem que resulta de processamentos numéricos gerados pelas tecnologias digitais. A “imagem de síntese” (ZANINI, 2003) suscita novas questões, e anuncia novas formas de percepção e cognição, modificando radicalmente a troca de informações e comunicabilidade na sociedade. Estamos falando da sociedade da informação, dominada pelas tecnologias comunicacionais que configuram no ciberespaço novas interações humanas/sociais.

O homem interage com a rede, que se configura enquanto extensão do seu corpo, um novo órgão indispensável. Conectividade é palavra de ordem nas relações sociais, onde o espaço virtual assume caráter tão importante quanto o espaço real para se efetuarem a comunicação e a troca de informações e afetos. O homem, então, passa a apreender o mundo na contemporaneidade pela imagem informacional, à disposição através dos dispositivos tecnológicos digitais. Essa passagem nada mais é do que uma consequência óbvia de um processo que se iniciou desde o surgimento da imagem técnica, mãe da imagem informacional. A imagem técnica vem modificar a relação do homem com a ressignificação do conceito 'imagem'. Se a imagem inicialmente é uma mediação entre o homem e mundo, ou seja, ela *representa* este último, a imagem técnica inverte esta lógica:

O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas. [...] Podemos observar, hoje, de que forma se processa a *magicização* da vida: as imagens técnicas atualmente onipresentes ilustram a inversão da função *imaginistística* e *remagicizam* a vida. (FLUSSER, 2011, p. 23-24)

Nesta fase, portanto, o homem passa a vivenciar o mundo pela imagem técnica (processo que se estende até a imagem informática), constituindo um homem-idólatra, onde, segundo Flusser, “a realidade reflete imagens” (FLUSSER, 2011, p. 23). A imagem, pois, perde seu caráter primário de compreensão do mundo para ser o mundo em si. Torna-se ‘janela’. A assimilação da imagem informática pela sociedade através das mídias comunicacionais cada vez mais popularizadas e consolidadas não deixariam de adentrar o pensamento artístico. O universo artístico encontra um novo nicho de desenvolvimento, onde artistas vão se valer das singularidades da comunicação telemática para criação de suas obras, com novas provocações e esteticidades.

Na arte de comunicação telemática, a tríade artista/obra/público é objeto de investigação e transformação. O artista dialoga com (ou é ele mesmo) a figura do

técnico/programador: as criações deixam de ser isoladas e individualizadas e passam a ser coletivizadas. Assistimos ao “desfazimento do clássico estado individualizador da criação” (ZANINI, 2003, p. 13), que se estende, em última instância (e não menos importante) na espectralidade das obras produzidas. Criadas neste e para o espaço multidimensional (ciberespaço), as obras são imagens de síntese que ocultam a intenção e subjetividade do artista, resultando numa distribuição e fruição espectral de outro caráter, pois “na imagem de síntese, o envolvimento do espectador é [...] de um alcance de natureza diversa de sua antiga participação em trabalhos artesanais ou de natureza eletro-mecânica ou em situações comportamentais” (ZANINI, 2003, p. 11).

Modificam-se, portanto, os conceitos de autoria e espectador e vemos emergir “outra formação criadora, inteiramente distinta da obra de arte tradicional” (ZANINI, 2013, p. 14) que resulta em experiências estéticas distintas. Artista e espectador adquirem novos papéis: o primeiro desaparece na obra em si e esta última assume natureza provisória e mutável, porque dependente da articulação de um segundo sujeito, os espectadores. Entender este contexto do estatuto da imagem informática e das mídias comunicacionais é de extrema importância para podermos ver *Karen*, objeto de estudo deste trabalho, enquanto obra artística.

### **Aplicativo artístico**

*Karen* é um aplicativo disponível para iOS onde o usuário passa a interagir com a personagem Karen. Quando abre o aplicativo pela primeira vez, o usuário se depara com a imagem de uma mulher caminhando por uma rua. Ela nota sua presença, olha diretamente para o obturador da câmera que segura enquanto caminha, e diz ser um prazer conhecê-lo. Diz estar ansiosa para o primeiro encontro e pede alguns segundos. Entra em casa, deposita a câmera em alguma superfície e senta num plano médio frontal. Karen se apresenta: será a “life coach” do usuário. Pergunta seu nome, e um espaço para o usuário escrever seu nome toma conta da tela. Em seguida,

Karen explica que fará uma série de perguntas, e baseado nas respostas, dará conselhos e organizará as discussões a serem feitas nas sessões seguintes. Web-psicóloga, o usuário terá encontros diários com ela, às vezes mais de uma vez ao dia. O usuário, ao final de cada sessão, é informado da data e horário do próximo encontro. Assim o jogo se desenrola. Perguntas são feitas e opções são dadas. Ao toque do dedo, o usuário escolhe a resposta que mais lhe convir, repercutindo em reações específicas da personagem, que simula um contato real e imediato (quando digo que fugi de casa, por exemplo, ela retruca também já ter fugido e como isso lhe afetou). Ao longo de cada episódio, os papéis vão se invertendo: o usuário é o “life coach” de Karen, cujas escolhas feitas irão dizer mais sobre ela do que o contrário: o objetivo não é aconselhá-lo, é descobrir quem é Karen, seus gostos, interesses, suas histórias e romances. Progressivamente, um arco narrativo desponta, construindo o universo da personagem de forma dinâmica e interativa. Mesmo quem escolhe respostas opostas (sim/não) será direcionado para o mesmo fim. O universo é dado, está completo, o destino é um só, mas o caminho é múltiplo.

Por ser desenvolvido como um aplicativo disponível para o sistema iOS, *Karen* facilmente pode ser visto somente desta forma – um aplicativo como outro qualquer –, disponível para todos aqueles munidos de um Iphone ou Ipad. Entretanto, as colocações anteriores já não deixam dúvidas: a arte telemática constitui novas formas de distribuição, e a de *Karen* é, justamente, um aplicativo. Ainda, outras formas estéticas despontam, justificando sua aproximação com o aspecto de jogo. *Karen* é uma provocação: imagem baseada na realidade factual, simulacro que imita as relações humanas contemporâneas, tão baseadas em trocas disponíveis nos mais diversos dispositivos comunicacionais que se tornaram “tecnologias do afeto”. Relações afetivas que são, afinal, trocas de dados: uma foto minha sorrindo, quando recebida no dispositivo do outro, são dados decodificados, lidos e convertidos em pixels, que formam minha imagem sorridente. Não sou eu, é um segundo, uma representação.



Como vimos, a sociedade moderna entende o simulacro enquanto a própria realidade, configurando “um mundo em que as fronteiras se misturam e em que o corpo se apaga, em que o outro existe na interface da comunicação, mas sem corpo, sem rosto, sem outro toque além do toque do computador, sem outro olhar, além do olhar da tela” (LE BRETON, 1999, p.142). *Karen* é, pois, esta representatividade do eu-real virtualizado. Porém, ficcionalizada, porque codificada, onde nossas escolhas funcionam como comandos que desencadeiam as possibilidades do universo criado pelo artista, estas já prontas e organizadas no plano virtual. As escolhas do espectador desencadeiam as potencialidades do programa e à medida que mais escolhas são feitas, o universo do programa vai se realizando. As reações de *Karen* não são, dessa forma, imediatas e/ou originais. Pelo contrário, simulam um plano material fatídico e uma falsa-espontaneidade, pois a personagem é dotada de uma consciência histórica generalizada, todos os futuros possíveis categorizados, só à espera do toque do dedo no vidro temperado que irá escolher quais dados numéricos serão ativados. Em última instância, e não menos importante, o aplicativo questiona através da sua construção narrativa via coleta de dados (respostas) dos usuários a realidade do universo das mídias comunicacionais, onde encontramos companhias como Facebook coletando e usando dados de seus usuários sem consentimento. *Karen*, além das provocações da relação real/virtual, pessoa/inteligência artificial, se consolida enquanto projeto político que problematiza este novo mundo onde tecnologias – das quais somos cada vez mais dependentes – são tão intrusivas.

### **Estrutura narrativa**

*Karen* pode ser visto como um filme, cuja estrutura transcende a narrativa tradicional ou questões de gênero. É uma obra-dispositivo, onde o espectador, aqui um usuário de aplicativo, é onipotente, instigado a fazer as escolhas que ditam o rumo da narrativa (mas não seu fim). O ato criador residindo no toque de um dedo, smartphones enquanto "tecnologias doméstico-industriais [que] transformam cada um de nós em unidades móveis de produção de imagens e informação que alimentam o

sistema de comunicação e o circuito de arte" (BENTES, 2005, p. 127). O projeto não é novo. Experiências semelhantes atravessam a história das artes como um todo, desde a literatura até o audiovisual. Exemplos como *Jogo da Amarelinha*, de Julio Cortázar (1963) e *Time Code*, de Mike Figgis (2000) demonstram diferentes caminhos encontrados por seus criadores de forma a expandir as possibilidades narrativas de quem lê/assiste.

Em *O Jogo da Amarelinha*, o leitor é convidado por Cortázar a escolher uma das seguintes possibilidades: ler o livro em sua forma corrente, linear, o qual termina no capítulo 56 (prescindindo do que virá depois) ou ler na ordem proposta pelo autor, começando pelo capítulo 73, encontrando-se ao final do mesmo o número do capítulo seguinte (no caso, o capítulo 01), processo que se repetirá até o fim. *Time Code* é um filme em quatro telas, cada qual acompanhando um núcleo narrativo que caminha para um mesmo fim. O foco narrativo é dado pelo som: o autor determina o intervalo de tempo em que o som de cada tela estará ligado. A interferência estabelece uma necessidade do autor em evitar uma cacofonia de sons sobrepostos, de forma a criar unidade num filme que se pretende múltiplo. De fato ele é, e a atividade do espectador é de caráter ocularcêntrico, sendo sua visão livre (apesar do som-guia-de-telas) para passear e focar nas outras telas, mesmo que mudas. Se *O Jogo da Amarelinha* joga com a literatura, *Time Code* com o cinema, *Karen* joga com a experiência da telepresença da imagem informática, onde imagens captadas em diferentes lugares são experimentadas num espaço virtual a partir do qual interagem (BENTES, 2005, p. 122). O aplicativo brinca com o estatuto do código videográfico, ficcionalizando a experiência da teleconferência, transformada em recurso para a construção da personagem Karen.

O uso da telepresença lembra o formato da (web) série de comédia *Web Therapy* (2008 – ), onde a protagonista, Fiona Wallice (Lisa Kudrow), desenvolve um novo método de consulta, feita via webcam e com somente três minutos de duração. Todas as sequências sugerem serem vídeos feitos pela webcam de computadores, sempre imagens onde os personagens estão em planos médios, frontais, olhando para

o obturador. O espectador assiste, assim, à alternância entre webcams diegéticas; ora a de Fiona toma conta da tela, ora a de um de seus pacientes. Toda a produção imagética é feita dessa forma, que encontra na potência dos códigos e estética dos dispositivos de co-presença a inovação na construção narrativa do produto audiovisual.

Os dispositivos de criação de co-presença e co-realidades, estou aqui e lá, propiciados pelas web-cams e dispositivos de telepresença, abrem um campo vastíssimo para estéticas e dramaturgias on-line, ou melhor cenas e situações virtuais, ambientes de co-presença que provocam distúrbios perceptivos. (BENTES, 2005, p. 125)

Cito *Web Therapy* como exemplo, única e simplesmente para destacar seu formato e a aproximação do mesmo da narrativa construída em *Karen*. A teleconferência é um elemento comum, além da figura central de uma suposta "psicóloga" (Fiona) ou "life coach" (Karen). Também há a quebra da expectativa, onde as personagens centrais delimitam seus papéis no início (terapia/life couch para o outro), porém, nunca se desdobram: em *Web Therapy*, temos tudo, menos terapia, pois Fiona é uma farsa (recurso para as gags da série); no caso de *Karen*, esta propõe dar sugestões de vida, mas acaba se voltando para a sua própria, expondo toda sua subjetividade e problemas no processo. Entretanto, o aplicativo dá um passo adiante, onde o paciente é o usuário. Diferentemente de *Web Therapy*, onde vemos o transcorrer de cenas, em *Karen* a fala é dirigida diretamente para nós. Não são cenas audiovisuais, mas acontecimentos "fatídicos", onde há pausas para interações com o usuário. De forma alguma quero sugerir a perspectiva de um evolucionismo da interatividade e imersão dos espectadores dentre os exemplos citados ("um passo adiante" dá um caráter pejorativo).

Cada exemplo funciona dentro de sua proposta. *Web Therapy*, por exemplo, é um produto audiovisual, com suas questões e demandas específicas, assim como *Time Code* apresenta outras especificidades, de origem cinematográfica; cada qual está inserido num espaço e tempo diversos, veiculando suas respectivas visões de mundo. Como bem lembra André Parente,

Cada dispositivo tecnológico veicula uma visão do mundo relativa à forma específica de modelagem do espaço e do tempo [...]. Cada tecnologia suscita questões relacionadas à sua consistência enunciativa específica que, em última instância, se articula com a produção cultural de uma sociedade em um determinado momento. (PARENTE, 1999, p. 64)

Talvez a provocação que podemos aqui colocar seria de que a interatividade nos exemplos anteriores é um processo posterior do meio específico em que foi desenvolvido. Literatura, cinema, séries televisivas, cada qual criou seus signos e formas que foram standardizadas. A interatividade parece vir como um segundo recurso que acrescenta a experiência, não sendo necessariamente intrínseco ao meio discursivo. *Karen*, porém, representa um segundo universo, puramente comunicacional, aquele da arte de comunicação telemática, e que brinca com a própria realidade transformada em jogo no ciberespaço, onde a interatividade tem papel crucial e inerente. Mais do que recurso dispensável, a interatividade em *Karen* é objeto de pesquisa.

## Conclusão

A imagem de síntese, resultado de processamentos numéricos, dita novas formas de percepção/cognição na sociedade. Dominado pelas tecnologias comunicacionais, o homem torna-as parte integrante da sua vivência, assumindo papel crucial na troca de informações e afetos e, conseqüentemente, na forma de apreensão do mundo e da realidade. Tais questões funcionam de alimento para o universo artístico, que extraem do campo da comunicação novas possibilidades estéticas no uso das mídias comunicacionais. A arte telemática configura um campo emergente, onde se problematiza questões de autoria – o artista se diluindo na obra a partir da sua tecnicização – e de público – onde o espectador colabora na criação. A partir destes questionamentos entendemos *Karen* enquanto obra artística, pois características como ‘aplicativo’ e ‘jogabilidade’ têm suas significações expandidas, assumindo novas esteticidades na arte de comunicação telemática.

*Karen* provoca o espectador/usuário por ser simulacro da realidade, ao imitar a experiência da teleconferência. Critica a virtualização cada vez maior do homem em detrimento de seu corpo e de experiências reais. As relações humanas e sociais se dão no espaço/tempo telemático (tecnologias de afeto) e não mais precisam ser pautadas na realidade factual. O termo (realidade) já se expande e abrange o ciberespaço, que elimina distâncias geográficas. A criação de uma personagem que reage segundo as respostas do usuário e que armazena todas as escolhas para criação de um perfil do mesmo faz a obra artística assumir um caráter político, problematizando o uso intrusivo dos dados de usuários pelas mídias comunicacionais. O aplicativo brinca com a experiência de uma teleconferência, através de uma produção imagética que simula dispositivos de co-presença. A obra artística foge às estruturas narrativas tradicionais, pois o usuário assume papel decisivo na organização narrativa; afinal, a interatividade é elemento indispensável nas obras de arte telemática.

### **Referências bibliográficas**

BENTES, Ivana. *Mídia arte: estéticas da comunicação e seus modelos teóricos*. In: *Corpos Virtuais*. Rio de Janeiro: Centro Cultural Telemar, 2005.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Annablume, 2011.

LE BRETON, David. *Adeus ao corpo*. Campinas: Papirus, 1999.

MELLO, Christine. *Ação colaborativa do vídeo nas novas mídias*. In: *Extremidades do vídeo*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008, p. 195-198.

PARENTE, André. *Cibercidade*, In: *O Virtual e o Hipertextual*. Rio de Janeiro: Pazulin, 1999, p. 46-64.

ZANINI, Walter. *A arte de comunicação telemática: a interatividade no ciberespaço*. São Paulo: Ars, vol. 1, no. 1, 2003, p. 11- 34.



## **Habilidades cognitivas nos rpgs de mesa<sup>1</sup>**

Mayara Fidalgo Pereira de Barros<sup>2</sup>

### **Resumo**

O artigo tem por objetivo analisar os RPG (*role-playing games*) de mesa sob a ótica da comunicação e do entretenimento na cibercultura. A questão é entender de que maneira o jogar RPG auxilia no desenvolvimento de habilidades cognitivas e pode ser usado como ferramenta de ensino. Para realizar a análise, fez-se uso das categorias propostas por Regis (2008) - cibertextualidades, logicidade, criatividade, sensorialidade e sociabilidade - para determinar as habilidades que os consumidores desse tipo de jogo utilizam nas diversas plataformas de comunicação em que os RPG estão inseridos. Partindo do contexto da cibercultura e aplicando os conceitos de cognição encorporada e letramento midiático, espera-se exemplificar como o lúdico pode auxiliar no aprendizado, inclusive dentro de sala de aula.

### **Palavras-chave**

tecnologias de comunicação; entretenimento; habilidades cognitivas; role-playing games;

### **Introdução**

Na cibercultura o entretenimento e o lúdico na comunicação de massa passaram a ser objeto de estudo de diversos pesquisadores. Ao estudarmos sobre cibercultura percebemos que o entretenimento contribui para o desenvolvimento de habilidades cognitivas dos usuários da comunicação de massa contemporânea. Portanto, na cibercultura os jogos começam a ser vistos não apenas como atividades recreativas, que tem a finalidade de divertir e relaxar os indivíduos em seus momentos de descanso. O jogo passa a ser tratado como um instrumento que é capaz de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 – Artes, Estéticas e Tecnologias da Comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)

colaborar com os processos de cognição do ser humano e formar conhecimentos mais interativos e intertextuais. Como afirma o autor Steven Johnson,

Esses registros deixam escapar a tendência mais interessante de todas: a cultura popular vem se tornando cada vez mais complexa nas últimas décadas, exercitando nossas mentes de maneiras novas e poderosas. (JOHNSON, 2012, p. 19)

Por muitos anos, e essa tendência persiste até hoje, acreditava-se que o entretenimento e a cultura de massa eram inferiores e que somente através do saber tradicional, logo superior, o indivíduo é capaz de desenvolver suas habilidades cognitivas. Como vemos no artigo de Fátima Regis e Letícia Perani,

Ao analisar os produtos de entretenimento sob as lentes da estética, da representação e da ideologia, diversas teorias (Escola de Frankfurt, Estruturalismo, Imperialismo Cultural e outras) classificaram o entretenimento de massa como culturalmente inferior, alienante e de baixo padrão estético e cognitivo. (REGIS, PERANI, 2010, p. 2)

Porém, com a tradição de estudos da cibercultura é possível uma nova percepção a respeito do entretenimento na cultura de massa. Podemos assim, compreender que os estudos da cibercultura oferecem um novo parâmetro de observação para a linguagem do entretenimento.

Ao evidenciar as atividades cognitivas presentes nas práticas culturais contemporâneas, a cibercultura parece produzir um reposicionamento das concepções de entretenimento e tecnologia. O entretenimento parece não se restringir aos seus predicados usuais de infantil, não-sério e escapista, aproximando-se assim da categoria de *lúdico*. Por sua vez, a tecnologia/mídia deixa de ser mera ferramenta, prótese ou extensão para tornar-se agente nos processos cognitivos. (REGIS, PERANI, 2010, p. 1)

Estabelecido o contexto de estudos pelo qual nos orientamos, este trabalho tem por objetivo analisar os jogos de RPG de mesa sob a ótica da comunicação e do entretenimento na cibercultura. Para realizarmos a análise utilizaremos as categorias propostas por Regis (2008) - cibertextualidades, logicidade, criatividade, sensorialidade e sociabilidade - para determinar as habilidades que os usuários dos jogos utilizam nas diversas plataformas de comunicação em que esses jogos estão inseridos.

## O que é RPG?

A sigla RPG significa *role-playing game* (jogo de interpretação de personagem, em português) e representa os jogos que consistem na criação de personagem pelo jogador para realizar as tarefas apresentadas no decorrer da história a ser jogada, dentro de um sistema pré-estabelecido de regras que ajudam a decidir se uma determinada ação foi um sucesso ou uma falha.

Existem vários tipos de RPG: os chamados RPG de mesa, jogados com base em sistemas de regras normalmente publicados em livros e com o auxílio de dados de faces variadas - desde dados de 4 lados a dados com até 100 lados (figuras 1 e 2); os *live-action* RPG, também chamados de LARPs, que consistem em atuação propriamente dita e exige maiores cuidados para evitar que os jogadores se machuquem quando estiverem encenando; e os RPGs em formato de videogame, que consiste desde os jogos lançados para consoles, como a série *Final Fantasy*, até os MMORPG (*Massive Multiplayer Online Role-Playing Games*, ou RPGs Multi-jogadores Massivos Online, em português).



Figura 1 – Dados de 4, 6, 8, 10, 12, 20 lados e um dado percentual



Figura 2 – Dado de 100 lados

É importante frisar que jogos de RPG muito dificilmente terão um vencedor ou perdedor, já que os jogadores costumam trabalhar em conjunto para construir uma experiência satisfatória e agradável para todos.

## RPGs de Mesa

Os RPGs de mesa, também chamados *tabletop*, em inglês, são assim chamados por serem jogados, majoritariamente, em volta de uma mesa. Eles se caracterizam pela existência da figura do Narrador, Mestre ou GM (Game Master, em inglês), responsável por administrar a narrativa. Em conjunto com os jogadores, o Narrador cria o cenário onde se desenrolará a história e fica responsável pelos personagens não-jogáveis (NPCs, non-playable characters, em inglês) que povoarão a história, além dos personagens interpretados pelos jogadores. O site RPGEduc descreve os jogos da seguinte maneira:

Em primeiro lugar, há um jogador que se chama Mestre do Jogo, Game Master, Narrador ou Juiz . Esse jogador contará uma história comprada ou criada por ele aos jogadores, que interpretarão personagens da história. Os personagens podem ter sido criados pelos jogadores ou pelo Mestre do Jogo. Essa narrativa é um processo de criação dinâmico, ou seja, a história na verdade vai sendo construída conforme o andamento do jogo.

Imaginemos um teatro improvisado ou um filme, onde a história vai sendo contada de acordo com as interações em cena. É isso que acontece no RPG: há uma premissa básica, um argumento para a história, porém ela não está definida, fechada ou acabada. Os jogadores, como atores principais, vão descrevendo o que querem fazer e o Mestre do Jogo, como um diretor, diz o que acontece após cada decisão dos jogadores. (Fonte: Site RPGEduc)

Pela necessidade da existência de um Narrador, os RPGs de mesa não são jogáveis sozinhos, é necessário pelo menos duas pessoas para que o jogo se realize. Além disso, o jogo precisa também dos livros de regra do sistema a ser usado - e existem vários sistemas diferentes<sup>3</sup> -, papel, lápis e os dados.

---

<sup>3</sup> Alguns exemplos: *Dungeons&Dragons*; *Shadowrun*; *Storytelling*; *Storyteller*; *GURPS*; *3D&T*; *Old Dragon*; etc.

É interessante notar que o tipo de dado varia com o sistema: *Dungeons&Dragons*, um dos sistemas mais famosos, mais comumente conhecido apenas como D&D, usa vários tipos de dados (os de quatro lados até os de 20 lados), enquanto o sistema *Storytelling* utiliza apenas dados de 10 faces e o sistema *Shadowrun* prioriza os dados de 6 lados. Os dados são um elemento fundamental no jogo, como está descrito no site RPGEduc: “os dados no RPG servem para dar um caráter de aleatoriedade, ou de acaso, para determinadas ações”.

### **A cognição nos RPGs de mesa**

Muitos dos elementos do jogo podem ser vistos como capacitadores cognitivos. Utilizando as categorias de criatividade, sociabilidade, logicidade, sensorialidade e cibertextualidade (REGIS, 2008, p. 19) para analisar esses jogos, percebemos que o aprendizado que se pode tirar deles é muito rico em todas elas.

Diversos pesquisadores destacam que os sistemas de mídia e o entretenimento contemporâneo estão mais complexos e demandam do usuário o desenvolvimento de práticas – participação, sociabilização e aprendizado de linguagens e interfaces – que requerem um refinamento de habilidades cognitivas. (REGIS, PERANI, 2010, p.1)

Jogos de RPG de mesa exigem a criação de uma narrativa, uma história que servirá de base para o jogo. Mesmo que o Narrador resolva por utilizar modelos de história prontos e disponíveis nos livros de regra, o processo do jogar será sempre criativo, por parte da interação entre os jogadores e o Narrador. Também enxergamos criatividade no ato de fazer um personagem e interpretá-lo. Assim como acontece com as histórias, os livros de regra fornecem personagens-modelo que podem ser usados pelos jogadores e pelo Narrador, mas o ato de interpretar sempre terá algo que é único do sujeito que interpreta e haverá sempre criatividade na maneira como os jogadores se relacionam com o jogo. Ainda é possível enxergar criatividade na maneira como os grupos de jogo se relacionam com as regras: elas não são fixas e incontestáveis, e



muitas das decisões dependem da maneira como o grupo as interpreta, oferecendo soluções criativas para problemas criados em torno dessas regras.

O elemento da sociabilidade também é muito forte nesses jogos, primeiro, porque é impossível jogar sozinho. A maneira como ele é organizado necessita de pelo menos duas pessoas dispostas a participar para que o jogo funcione. Mas o que realmente os caracteriza como jogos sociais é o fato de que o RPG de mesa pressupõe um trabalho coletivo do grupo para que a história aconteça. Os jogadores não são adversários tentando derrotar um ao outro - apesar de poderem interpretar personagens adversários -, eles são companheiros trabalhando juntos para criar uma experiência mais divertida para todos.

Quanto a categoria de logicidade, muitas das histórias narradas exigem que os jogadores resolvam algum tipo de problema, propostos por eles mesmos na criação de personagem ou propostos pelo Narrador. Essa resolução pode envolver pensamento lógico de diferentes formas: pode ser uma charada ou enigma, ou pode ser um problema social, que exija dos jogadores habilidades cognitivas para resolução de tais problemas. Há ainda, a questão de exploração do cenário e das regras, os jogadores são convidados a explorar os limites dos seus personagens, investigando o que realmente conseguem e não conseguem fazer. De acordo com Steven Johnson, essa exploração de cenário e regras são habilidades que ele denomina sondagem.

No mundo dos videogames [...] raramente as regras são estabelecidas por completo antes de o jogador começar a sessão. São oferecidas algumas instruções básicas sobre como manipular objetos ou personagens na tela e uma noção sobre algum tipo de objetivo imediato. Porém, muitas das regras – qual é seu objetivo principal e que técnicas estão disponíveis para alcançá-lo – só ficam claras à medida que se explora aquele mundo. Literalmente aprende-se jogando. [...] Deve-se sondar as profundezas da lógica do game para compreendê-lo, e, tal como a maior parte das expedições de sondagem, obtêm-se resultados por tentativa e erro, descobrindo coisas por acidente, seguindo palpites” (JOHNSON, 2012, p. 23-24).

As categorias de sensorialidade e cibertextualidade são intrinsecamente ligadas à criatividade do grupo que joga. O Narrador pode explorar o uso de música para ambientar o jogo, miniaturas que representem os personagens e mapas para ajudar a localização. Isso também pode ser incentivado pelo sistema, como é o caso de D&D:

muitos grupos constroem ou compram miniaturas não apenas dos personagens, mas também dos cenários. A cibertextualidade entra em cena quando o grupo faz referências internas ou externas enquanto jogam, mas também acontece quando elementos da cultura ou do contexto da realidade são incorporados no jogo, pelos jogadores ou pelo próprio Narrador.

Esses exemplos são tirados da maneira “clássica” de se jogar RPG de mesa, mas a cibercultura também altera a maneira como os jogadores se relacionam com o jogar. Os três processos indicados por Regis e Perani - digitalização, integração das mídias e redes - também tem sua influência no RPG de mesa.

Destacamos três processos da cibercultura imprescindíveis para esta revolução. O primeiro – digitalização – permitiu a transposição de códigos e linguagens provenientes dos diversos tipos de meios (analógicos e digitais) para a base digital, favorecendo as práticas de recombinações de textos, ilustrações, fotos, sons, músicas, animações e vídeos. A integração de mídias, decorrente do surgimento de equipamentos e tecnologias compatíveis entre si (Ipods, Iphones, Palm Tops, Celulares), favoreceu o amplo fluxo de circulação de conteúdos. O terceiro processo – redes – possibilitou a produção, troca e compartilhamento de produtos e informações, incrementando o surgimento de redes sociais, comunidades virtuais, sites de relacionamento, entre outros. (REGIS, PERANI, 2010, p. 2-3)

Com o advento da internet, os jogadores tem encontrado maneiras criativas de utilizar meios digitais de jogar - com a criação de plataformas e softwares que comportem as necessidades do jogo, como o RRPg<sup>4</sup>, um programa desenvolvido por brasileiros que possui ferramentas para a criação de mesas, num formato de sala de bate-papo, com as funcionalidades de criação de mapas, rolagem de dados virtual, suporte para fichas de vários sistemas e armazenamento de informações relevantes para acesso rápido. Muitas pessoas também se apropriam do Skype para jogar em conferência, seja de vídeo ou apenas áudio, quando a distância impede um encontro presencial. Há ainda os vários fóruns que incentivam o jogo de RPG de mesa, como o Myth-Weavers<sup>5</sup>, que também possui rolagem virtual de dados e um sistema para armazenar fichas de personagens. É importante notar que o jogar em fóruns é tão

<sup>4</sup> <http://www.rpg.com.br/>

<sup>5</sup> <http://www.myth-weavers.com/>

comum que se tornou um subtipo dos RPGs de Mesa, conhecido como PBF, ou *play by forum*, em inglês.

## Conclusão

Como vimos, cada uma das categorias está presente de uma forma ou de outra nos jogos de RPG de mesa, capacitando cognitivamente os jogadores, que aprendem a lidar com as mais diversas situações que surgem durante a história proposta ao grupo que joga, seja por meio do próprio jogar, seja pela interação com os outros jogadores fora do momento de jogo.

Os benefícios de se jogar RPG não passam despercebidos da comunidade acadêmica, que tem sido incentivada a adotar o modelo de jogo com objetivos didáticos, como pode ser notado em portais como os sites RPG na Escola e RPGEduc, além de aulas disponibilizadas no Portal de Professores do site do Ministério da Educação voltadas para o Ensino Fundamental, como *Criação de um Texto Cooperativo - RPG (Role Playing Game)*, *RPG - Criação de Personagem*, da professora Carmen de Oliveira; *Iniciação ao RPG: os contos de fada*, da professora Denise Leipziger; e *A narrativa e hipertexto nos jogos de RPG*, da professora Érika Mathias. De acordo com o site RPGEduc, o Brasil é pioneiro em aproveitar o RPG como ferramenta de ensino:

Já foram realizados três simpósios sobre RPG e educação em São Paulo, dois em Curitiba e dois no Rio de Janeiro. Há aproximadamente 6 dissertações e teses defendidas, bem como 6 livros sobre o assunto. Não há informações sobre trabalhos acadêmicos terem sido publicados em outros países. Há poucos artigos produzidos por pesquisadores e educadores de outros países disponíveis na internet sobre o tema. (Fonte: Site RPGEduc)

Entendendo o lúdico como “experiência exploratória” (REGIS, PERANI, 2010, p. 8), podemos perceber o porquê de o RPG se caracterizar, assim como o entretenimento, no geral, como uma rica ferramenta para a cognição:

Em sua acepção mais aceita, os jogos possibilitam a construção de uma experiência estética, vivenciada de forma diferente do dia-a-dia, a partir de

uma “separação” espaço-temporal; separação esta que nos traz a necessidade de assimilação das regras de funcionamento desse verdadeiro universo paralelo constituído nestes domínios. Por isso, o lúdico é também ambiente de explorações e descobertas, que permitem buscar informações sobre o meio, contribuindo para inúmeras aprendizagens e para o convívio social, demonstrando que os jogos podem servir como forma de compreensão e domínio de uma dada conjuntura, habilidades que posteriormente são aproveitadas para a produção de situações distintas, diferentes das iniciais. (REGIS, PERANI, 2010, p. 8)

Levando-se em consideração o conceito de letramento midiático, descritos por Fátima Regis, Gustavo Audi e Alessandra Maia (2014, p.2) como “uma abordagem aberta, mas que se especifica ao incluir não só o ato de ler/consumir, como também o de escrever/criar” e que “envolve mais que a leitura e a escrita tradicionais, engloba todas as tecnologias de informação e comunicação e suas peculiaridades formais e lógicas de utilização”, ou seja, um processo de capacitação cognitiva que ensina as variadas linguagens utilizadas pela mídia nos dias de hoje, pode-se concluir que o RPG é uma potente ferramenta neste processo.

## Referências bibliográficas

JONHSON, Steven. *Tudo que é ruim é bom para você*. Tradução de Sérgio Goés. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2012.

REGIS, Fátima. Da cultura de massa à cultura ciber: a complexificação da mídia e do entretenimento popular. In: *II Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação*; INTERCOM - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, 2007.

\_\_\_\_\_. Tecnologias de Comunicação e Novas Habilidades Cognitivas na Ciberultura. Projeto de Pesquisa apresentado à SR-2 / UERJ como parte dos requisitos para seleção do Programa Prociência. Rio de Janeiro, 2008.

REGIS, Fátima; AUDI, Gustavo; MAIA, Alessandra. Do letramento ao letramento midiático: práticas e competências cognitivas na ciberultura. In: *INTERCOM - XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Foz do Iguaçu, 2014.

REGIS, Fátima; PERANI, Leticia. Comunicação e entretenimento na ciberultura: repensando as articulações entre lúdico, cognição e tecnologia. In: *Revista da*

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

*Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (E-compós)*; v. 13, n. 2, maio/ago., p. 1-16. Brasília, 2010.

REGIS, Fátima; TIMPONI, Raquel; MAIA, Alessandra. Cognição integrada, encadeada e distribuída: breve discussão dos modelos cognitivos na cibercultura. In: *Comunicação, Mídia e Consumo*; ano 9, v. 9, n.26, nov., p. 115-134. São Paulo, 2012.

RPGEduc. Desenvolvida por Fabiano Silveira e Antônio Costa. Disponível em <<http://www.rpgeduc.com/>>



## **Afetividade em cena<sup>1</sup>**

A representação de experiências sensíveis de *Mensagem para você* a *Ela*

Naiara Evangelo<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo pretende refletir sobre a representação de experiências sensíveis suscitadas pela utilização de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), a partir das abordagens dos filmes *Mensagem para você* (1998) e *Ela* (2013). Apenas 15 anos separam o lançamento de ambos, porém as questões trazidas, por meio de seus personagens, demonstram os novos modos de afetação que emergem em decorrência da inserção das TIC no cotidiano das sociedades contemporâneas. Deste modo, a questão que surge é: em que medida a evolução das TIC influenciou em novas possibilidades de representação e na construção dessas narrativas? Para a reflexão, recorre-se aos debates sobre representação e o conceito de virtualização desdobrados pelos filósofos franceses Jacques Rancière e Pierre Lévy, respectivamente.

### **Palavras-chave**

Afetos; Experiência; Representação.

### **As experiências sensíveis na era da reprodutibilidade virtual**

A inquietação trazida pelo desenvolvimento das técnicas e das tecnologias, entre elas as de comunicação, ultrapassa gerações de estudiosos. Na década de 1930, Walter Benjamin produziu um de seus textos mais conhecidos *A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica*, no período em que o modo de produção capitalista impulsionou o desenvolvimento da técnica, e a mercantilização da arte e seu cunho político tornaram-se questões. Quase um século depois, a evolução de aparatos tecnológicos torna-se tema de debate em uma plataforma que causou tanta controvérsia: o cinema.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT G1 - Arte, estéticas e tecnologias da comunicação do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense. E-mail: [naiaraevangel@gmail.com](mailto:naiaraevangel@gmail.com).

O assunto tem interessado não só a estudiosos, mas também roteiristas e diretores de emissoras de televisão e de grandes estúdios de cinema. Na década de 60, a série *Os Jetsons* (1962) se popularizou ao retratar o cotidiano de uma família em 2062. O enredo era desenvolvido em uma cidade flutuante, onde se destacam os carros voadores e outros aparatos tecnológicos que compunham o dia a dia daquela sociedade futurista. Duas décadas depois, os ciborgues – seres compostos por características humanas e cibernéticas – foram retratados na franquia, lançada por James Cameron, *Exterminador do Futuro* (1984). Outro sucesso de bilheteria, a trilogia *Matrix* chamou atenção ao ter sua trama retratada dentro de um universo simulado. Os filmes também se notabilizaram por serem transmídias, com extensões desenvolvidas em obras literárias, HQ's e vídeo games.

Com foco na inserção das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no cotidiano de seus usuários, os filmes *Mensagem para Você* (1998), da diretora Nora Ephron, e *Ela* (2013), do diretor Spike Jozen, abordam questionamentos sobre os impactos da utilização desses aparelhos nas relações afetivas dos indivíduos das sociedades contemporâneas. Em distintos contextos, ambos desenvolvem narrativas em torno de experiências sensíveis suscitadas por dispositivos tecnológicos. Interessa a este artigo refletir se a evolução das TIC influenciou em novas possibilidades de representação e na construção dessas narrativas cinematográficas. Para tal, faremos uma análise comparativa entre as abordagens, com o olhar para a representação dentro do regime do pensamento da arte e também do conceito de virtualização dos filósofos franceses Jacques Rancière e Pierre Lévy, respectivamente.

Para a investigação, parte-se de uma breve apresentação dos filmes. A obra da década de 90 teve como desafio adaptar pela terceira vez para o cinema a peça de teatro *Parfumerie* (1937), do dramaturgo húngaro Miklós László. *Mensagem para você* tornou os protagonistas, Kathleen Kelly e Joe Fox, interpretados por Meg Ryan e Tom Hanks, inimigos de negócios. Kathleen é herdeira de uma pequena e tradicional loja de livros em Nova Iorque, que começa enfrentar problemas no mercado com a chegada da mega loja de livros Fox Books, de propriedade da família de Joe Fox. Sem se conhecerem pessoalmente e desconhecendo a identidade de cada um, Joe e

Kathleen iniciam uma relação virtual em uma sala de bate-papo *online* que, posteriormente, é deslocada para trocas de e-mails e mensagens instantâneas.

Quinze anos depois, interações humanas envolvendo as TIC também são abordadas no filme *Ela* (2013). Theodore, interpretado por Joaquin Phoenix, é um recém-separado que busca amenizar suas angústias e solidão por meio de interações com aparatos tecnológicos, seja computadores, *smartphones* ou vídeo games. Ao adquirir um novo dispositivo, o sistema operacional de inteligência artificial OS1, Theodore se envolve em uma relação amorosa com a máquina, que se autoneia Samantha, interpretada pela voz de Scarlett Johansson. O enredo mergulha sua trama no estreitamento, cada vez mais evidente, da relação entre humanos e máquinas, bem como nos questionamentos que emergem a partir dessas interações.

Ambas as narrativas são permeadas por questões polêmicas. que causaram e causam controvérsias. Elas enfrentaram o desafio de retratar novas experiências sensíveis suscitadas pela utilização das TIC, e é a partir delas que se dará essa análise.

### **Múltiplas conexões com o sensível**

“O que dizer exatamente quando se fala que certos seres, acontecimentos ou situações são irrepresentáveis pelos meios da arte?” (RANCIÈRE, 2012, p. 119). Rancière introduz a questão para refletir sobre a representação como regime do pensamento da arte. Inicia-se pela ambiguidade interpretativa causada pelo questionamento do filósofo, para compreender como um tema polêmico ou subjetivo, que poderia encontrar barreiras na irrepresentabilidade, é desenvolvido de forma assimilável para um determinado público.

Para o filósofo existem dois olhares diferentes para o problema. O primeiro diz respeito ao impoder da arte, na medida em que ela seria incapaz de tornar presente o caráter essencial da coisa em questão, ou seja, daquilo que se pretende representar. Em contrapartida, algo seria irrepresentável pela arte devido ao conjunto complexo de suas características, que incluem: excesso de presença – rebelde a qualquer apresentação sensível integral –; excesso de presença material – retirar da coisa ou

questão representada seu peso de existência – e, por fim, o jogo de excesso e da falta – que entrega o representado a afetos de prazer, de jogo ou de distância incompatíveis com a gravidade da experiência que ela contém (RANCIÈRE, 2012, p. 120). A partir desse raciocínio, ele evoca Jean-François Lyotard, e sentecia que a existência de acontecimentos que excedem o pensável clama por uma arte que testemunhe o impensável em geral.

Em 1998, as empresas de tecnologias sediadas no Vale do Silício, Califórnia, levavam para o mundo novas formas de trabalho, entretenimento e também de interações humanas mediadas por computadores. As poucas referências daquelas tecnologias causavam inúmeras contrariedades, pois elas também impactavam nas vidas pessoais e sociais de seus usuários. E foram justamente essas interrogações, que se tornaram plano de fundo no roteiro de *Mensagem para você*.

A voz do pessimismo em relação às tecnologias ficou em cargo de Frank Navasky, interpretado por Greg Kinnear. Na sequência de abertura do filme, o diálogo entre Kathleen e ele, o então namorado da protagonista, mostra como as tecnologias suscitavam um olhar ainda apocalíptico. Frank lê uma notícia no jornal que relatava que funcionários do Estado da Virginia tiveram o jogo Paciência retirados de seus computadores, após seis semanas sem trabalharem. Para ele, a difusão dessas tecnologias seria o fim da civilização ocidental que eles conheciam.

Em contrapartida, Kathleen mostrava entusiasmo com seu computador. Posicionado na mesa central de seu apartamento, em momentos a sós, era lá que a empresária se refugiava e trocava mensagens via e-mail e instantâneas, com seu rival nos negócios, Joe Fox. Inimigos, é exatamente no espaço virtual que as diferenças ideológicas e de personalidades dos protagonistas se desfaziam a ponto de não se reconhecerem. O casal de protagonistas, ainda que comprometidos com outras pessoas, nutriam uma nova relação no âmbito virtual. A hipótese inicial é de que a distinção entre as experiências nos planos real e virtual seria o caminho encontrado para a empatia do público com Kathleen e Joe, que a princípio seriam adúlteros e poderiam desafiar o conservadorismo dos mais tradicionais.

Medo, entusiasmo, receio ou fascínio. Percebe-se que foi primordialmente no âmbito sensível que as trocas humanas mediadas por tecnologias foram representadas, e que as experiências suscitadas por elas foram construídas. Para Rancière, para superar a barreira de uma possível irrepresentabilidade na arte é preciso “transformar os problemas de regulação da distância representativa em problemas de impossibilidade de representação”. Para exemplificar o assunto, o filósofo utiliza o desafio do dramaturgo francês Pierre Corneille na composição do teatro/tragédia Édipo. Ele era irrepresentável na cena francesa, pois seria impactante para o público assistir a clássica cena dos olhos furados do protagonista Édipo. Sendo assim, o fato diz respeito à representação. Nas palavras do filósofo, concerne à *mimesis* como relação entre dois termos: uma *poesis* (uma maneira de fazer) e *aisthesis* (economia dos afetos) (RANCIÈRE, 2012, p. 122). Deste modo, para tornar Édipo representável era preciso encontrar um ajuste/regulação entre ambos os aspectos.

Em *Ela*, além das questões sensíveis já abordadas em *Mensagem para você*, o aspecto sensorial fica ainda mais evidente nas trocas humanas entre as personagens e os aparatos tecnológicos. Para tal, na narrativa, a máquina ganha voz humana e a própria discorre sobre suas angústias. Ao questionar Samantha como ela opera, Theodore recebe a seguinte resposta: “O que me torna única é que amadureço com minhas experiências. A todo minuto evoluo, exatamente como você”. Existia a possibilidade do enredo se tornar inverossímil, ou até mesmo caricato, porém as escolhas feitas na construção da narrativa permitiram uma regulação da realidade para construção de um relacionamento entre um homem e uma máquina.

Em uma das cenas, na qual é retratada a primeira relação sexual de Theodore e o sistema operacional Samantha, essa regulação fica clara. Entre os estímulos exigidos dos expectadores, o visual muitas vezes é recorrido em primeira instância, porém nessa sequência foi a audição que venceu na representação. A escuridão, por meio da ausência de imagens e luz, evidenciou as vozes dos atores. As respirações ofegantes dos personagens permeavam o diálogo durante a relação, o que tornou a sequência notável ao explorar a sensorialidade dos expectadores para alcançar o objetivo proposto.



Ao debater sobre representação como modo específico da arte, Rancière fala em três obrigações representativas: um fazer ver – dependência do visível em relação à palavra –; à relação entre saber e não saber, entre agir e padecer e, por último, a regulação da realidade.

Trata-se do terceiro aspecto da obrigação representativa. Ela define uma determinada regulação da realidade. Essa regulação toma a forma de uma dupla acomodação. De um lado, os seres da representação são fictícios, independentes de todo julgamento de existência, portanto escapam à questão platônica acerca de sua consistência ontológica ou de sua exemplaridade ética (RANCIÈRE, 2012, p. 126).

De acordo com o filósofo francês, um regime específico da arte merece uma denominação para encarar possíveis dificuldades de seus autores, é ela a de regime representativo. “Esse sistema regula as relações entre o dizível e o visível entre o desdobramento de esquemas de inteligibilidade e o das manifestações sensíveis. Podemos deduzir que, se o irrepresentável existe, é precisamente nesse regime” (RANCIÈRE, 2012, p. 127).

Percebe-se, assim, um contraste entre os regimes representativos que se apresentam nas obras. Em *Mensagem para você* há uma representação sobretudo mimética das experiências sensíveis mediadas por computadores. Por sua vez, em *Ela* se prioriza uma representação estética na medida em que máquinas, assim como humanos, são capazes de viver também essas experiências sensíveis.

### **Virtualização do real e/ou realidade virtual?**

É possível notar que há uma fragilidade afetiva comum entre os personagens principais dos filmes, que é evidenciada em momentos de solidão. Em *Ela*, esse traço do protagonista surge durante um processo de divórcio. Após o reencontro com sua ex-mulher, Catherine, Theodore começa a se questionar sobre o namoro com o sistema operacional Samantha. Na ocasião, Catherine diz que o novo relacionamento de Theodore seria ideal, pois ele não saberia lidar com emoções reais.

A oposição entre experiências reais e virtuais é uma questão latente quando se fala em TIC. Mesmo os 15 anos que separam a produção de *Mensagem para você* e

*Ela* e a expressiva evolução dos aparatos técnicos utilizados de um filme para outro, em um determinado momento, o questionamento é levantado em ambos. Porém, ao contrário da obra de 1998, os protagonistas de *Ela* não fazem essa distinção e é justamente por isso que a relação entre eles é possível de ser representada como a de um casal qualquer.

Pierre Lévy (1997) traz como título de uma de suas obras a pergunta: o que é virtual? Para respondê-la, ele desenvolve o conceito de virtualização e busca respostas em diversos âmbitos, entre eles o corporal. Para Lévy, é preciso combater a demonização do virtual, pois ele não é o contrário do real, ainda que o uso corrente do termo nos leve a uma interpretação de “ausência de existência”. De acordo com o filósofo, se existe uma oposição ela é entre o virtual e o atual, na medida em que ambos são duas maneiras de ser diferentes.

Lévy apresenta, assim, o conceito de virtualização que consiste, em suma, em uma passagem do atual ao virtual. Destaca-se nesse contexto a questão das percepções, que por meio de aparatos tecnológicos, como a máquina fotográfica e gravadores, por exemplo, é possível captar as sensações de outra pessoa, em outro momento e em outro lugar. Em suas palavras, “os sistemas ditos de realidade virtual nos permitem experimentar, além disso, uma integração dinâmica de diferentes modalidades perceptivas. Podemos quase reviver a experiência sensorial completa de outra pessoa” (LÉVY, 1997, p. 28).

Em ambos os filmes, a percepção compõe de forma determinante os aspectos sensíveis e sensoriais destacados em cenas. A medida que a relação *online* entre Kathleen e Joe se fortalece surge a necessidade de se conhecerem pessoalmente, possibilitando, assim, interações que envolvam outros aspectos da sensorialidade, como audição, olfato e tato. Já com Theodore e Samantha, o avanço tecnológico do sistema operacional mina a questão auditiva, por exemplo, porém a falta de tatibilidade entre eles incomoda, sobretudo, a máquina.

As características dessas relações, nas quais afetividades e artefatos tecnológicos se mesclam, encaminham a discussão para o debate proposto por Muniz Sodré. O pesquisador retoma o conceito do filósofo Aristóteles *bios* para desenvolver

a ideia de uma nova forma de vida contemporânea, que ele denomina de *bios virtual* ou *mediático*. “(...) O bios virtual, uma espécie de comunidade afetiva de caráter técnico e mercadológico, onde impulsos digitais e imagens se convertem em prática social” (SODRÉ, 2006, p. 99). Para Sodré, dentro dessa esfera existencial, há uma intervenção profunda na dimensão espaço-temporal clássica, na medida em que seja retirado o que é chamado de real o espaço e o tempo, emergiria o virtual (SODRÉ, 2006, p. 100).

Nesse cenário, é debatido se o novo *bios* teria como suporte o plano da representação. Sodré ressalta que alguns teóricos acreditam que a lógica da representação está ultrapassada, pois o objeto duplicado em imagens sintéticas pelas novas tecnologias de comunicação leva também a uma nova experiência perceptiva, que não depende de uma anterior.

A representação, ou ‘quase-representação’, agora se pretende real ou quase-real – de qualquer forma, ‘integral’ em seus efeitos – apoiado no novo estatuto semiótico ou cognitivo da imagem, em que a visibilidade incorpora facetas sonoras e táteis, incrementando a potência interativa do sistema comunicacional e, por consequência, dos sujeitos sociais quem ‘imergem’ sensorialmente nos fluxos mediáticos (SODRÉ, 2006, p. 103).

Em outra definição, Sodré sentencia que o *bios virtual* é caracterizado por uma realidade imaginariza, isto é, feita por fluxos de imagens e dígitos, que reinterpretem continuamente com novos suportes tecnológicos as representações tradicionais do real. (SODRÉ, 2006, p. 122). A partir desse olhar, conseguimos refletir sobre os incômodos abordados por Samantha, em *Ela*. O sistema operacional, ainda que estivesse se tornando uma versão muito similar ao humano, uma representação quase-real, não conseguia uma definição para todas aquelas novas funcionalidades, que envolviam experiências humanas afetivas. Em uma cena Samantha questiona: “Os sentimentos que sinto são reais ou são apenas programados?”.

Retoma-se a diferenciação entre experiências reais e virtuais. Para que a relação entre homem-máquina fosse verossímil era preciso embaçar as barreiras entre as ambiências, na medida que o aparato tecnológico incorpora características humanas e o homem é imerso em trocas no universo virtual. Por sua vez, percebe-se que para que houvesse a empatia do grande público com o casal protagonista de *Mensagem para*

*você*, a diferença entre as experiências reais e virtuais foi usada. O argumento foi crucial para história inicialmente pois ambos viviam outros relacionamentos e escaparam, assim, do julgamento dos expectadores mais conservadores. E no desenrolar da história, a naturalização das trocas vividas pelos protagonistas desmonta o olhar dos pessimistas em relação as tecnologias com o desfecho “final feliz”.

As obras claramente consideram a sociedade em que estão inseridas, bem como o possível público que os filmes poderiam atrair. *Mensagem para você* foi lançado em um momento de grandes incertezas a cerca das TIC, por isso há um respaldo em relação a abordagem e é necessário fazer uma comparação entre ambiências. Em *Ela*, já inicialmente é possível ousar devido o grau de avanço de inclusão dessas tecnologias na vida de possíveis expectadores.

## Conclusão

É notável que os aparatos tecnológicos são determinantes na composição dos filmes, ainda que em posições de destaque distintas. As plataformas de trocas de mensagem – e-mails e salas de bate-bapo –, em *Mensagem para você*, surjem como coadjuvantes, enquanto o sistema operacional de inteligência artificial OS1, em *Ela*, como protagonista. De formas particulares, essas tecnologias compõem o enredo como dispositivos capazes de suscitar novas formas de subjetividade e de sociabilidade.

Assim, a partir da análise comparativa entre as abordagens, constatou-se que os enredos se aproximam na medida em que apresentam tecnologias como dispositivos capazes de suscitar novas experiências sensíveis, por meio de relações afetivas. Porém, ao mesmo tempo, distanciam-se ao opor ambiências reais de virtuais. Conclui-se que essa oposição está ligada, sobretudo, aos avanços das tecnologias em questão, que, a partir de suas funcionalidades, permitiu retratar uma máquina dotada de inteligência artificial, com capacidade de desenvolver sentidos e sentimentos – nas palavras de Sodré, uma representação quase-real.

Kathleen e Joe encontraram em um ambiente de trocas *online* a possibilidade de se afastarem de seus problemas, e construírem uma relação paralela aquelas que levavam no âmbito presencial. Era no ambiente virtual que as diferenças ideológicas e de identidade desapareciam. Já Theodore e Samantha fizeram da ambiência virtual condição necessária para assumirem uma relação amorosa, e viverem os dilemas afetivos de um casal, que foram contornados a partir das condições humanas e maquíneas. E era nessa ambiência que as semelhanças e conexões eram feitas.

Considerando a complexidade do assunto, o objetivo deste artigo não é esgotar possíveis análises interpretativas em relação às obras em questão. Mas, sim, propor um olhar para as representações das experiências suscitadas pela utilização de tecnologias que ao mesmo tempo fascinam e angustiam ao impactar cada vez mais as interações humanas. Os desafios enfrentados nas representações evidenciam os dilemas de cada contexto de produção, seja na década de 90 ou nos anos 2000. Ainda que apenas 15 anos separem as produções, percebe-se que o rápido avanço tecnológicos das TIC impactam não só no cotidiano de seus usuários, mas também em possíveis formas de representações no campo da arte.

## **Referências bibliográficas**

BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas I: Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Editora Brasiliense, 2012.

*Ela*. JONZE, Spike. Estados Unidos: 2013. 126 minutos.

*Mensagen para você*. EPHRON, Nora. Estados Unidos: 1998. 119 minutos.

LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: Editora 34, 1997.

RANCIÈRE, Jacques. *O destino das imagens*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2012.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis: Editora Vozes, 2006.



**Meu nome é multidão<sup>1</sup>:**  
poesia em conexão em movimentos sociais

Talita Vieira Barros<sup>2</sup>

**RESUMO:**

O presente artigo investiga as relações existentes entre a experiência em rede e os modos de integração da política e da poesia, que se faz a partir da rapidez, ao rés do chão dos acontecimentos, em que a composição poética autoral ganha expressão quando se apresenta coletivamente ao público. O artigo analisa as ruas de Paris no século XIX e o poeta que atravessa uma multidão permeada de tipos sociais a serem representados, segundo concepção de Charles Baudelaire, e faz um paralelo com a formação da multidão do século XXI (de acordo com o estudo de Antonio Negri), quando os poetas, a partir das redes sociais, não mais representam papéis, mas se irmanam para propor uma construção coletiva, como a coletânea *Vinagre – uma antologia de poetas neobarracos*.

**Palavras-chave:** poesia; política; multidão.

**Introdução**

Neste artigo, pretendo esmiuçar alguns conceitos que ajudam a compreender nosso contexto histórico no que diz respeito às questões política e econômica, a partir das insatisfações que levaram milhares de brasileiros às ruas em junho de 2013. Para o embasamento teórico, inicio com a transição da modernidade para a pós-modernidade, até chegar à conceituação de Antonio Negri e Michael Hardt sobre o atual estágio do capitalismo.

No entanto, o conceito primeiro a ser utilizado será o do poeta Charles Baudelaire sobre a modernidade. Ele fala da modernidade em contraposição ao antigo. O poeta francês do século XIX servirá como ponte para a compreensão dos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT-1 (Arte, estéticas e tecnologias da comunicação) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestra em Cognição e Linguagem pela Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF), especialista em Literatura, Memória Cultural e Sociedade pelo Instituto Federal Fluminense (IFF), licenciada em Letras (Português-Literatura) pela Universo, graduada em Comunicação Social – habilitação Jornalismo – pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

poetas que tiveram seus poemas compilados na coletânea *Vinagre – uma antologia de poetas neobarracos*, que é objeto deste estudo.

Baudelaire viu uma sociedade em mutação, com a formação da multidão. Em seus versos, demonstrou apurada observação dos tipos sociais. Ele flanava por essa multidão, representando papéis, ora se portando como o trapeiro ora como o dândi e tantos outros, como bem observou Walter Benjamin no estudo intitulado *A modernidade e os modernos*. Atualmente, experimentamos um novo modelo de multidão, configurada a partir das redes, que nos ajuda a compreender a composição de poemas durante as Jornadas de Junho.

### **A multidão e a modernidade**

No livro *Sobre a Modernidade*, Baudelaire (1996) apresenta um pintor, identificado por G., amante das experiências vivenciadas nas ruas de Paris do século XIX. Analisando a paixão do pintor, Baudelaire reporta-se a ele como alguém que escolheu o “desposar da multidão”, da vida urbana que se delineava.

Para Baudelaire, no entanto, G. não é mero *flâneur*. “Ele busca esse algo, ao qual se permitirá chamar de Modernidade; pois não me ocorre melhor palavra para exprimir a ideia em questão. Trata-se, para ele, de tirar da moda o que esta pode conter de poético no histórico, de extrair o eterno do transitório” (BAUDELAIRE, 1996, p. 22).

Para o poeta, era preciso revolver o submundo, com destaque, por exemplo, para as figuras do poeta, da prostituta, da lésbica, do trapeiro, do proletário e do suicida, destacando o caráter heroico de cada um desses tipos. Do choque urbano, Baudelaire desfere seus golpes tal como um esgrimista para perpassar/atravessar uma multidão dos passantes. A cada encontro revelava-se uma nova personalidade do poeta. “Assumia sempre novas personagens porque não tinha uma convicção própria. *Flâneur, apache, dandy, trapeiro*, eram para ele apenas diferentes papéis” (BENJAMIN, 2000, p. 29).

Na verdade, o herói moderno é uma representação. Baudelaire extraiu dessa experiência urbana a modernidade dos novos hábitos da Paris do século XIX. E o poeta era peça fundamental ao atravessamento da multidão.

Nessa relação de Baudelaire com a multidão, percebemos as mudanças na identidade, a partir de uma perspectiva “errante”, em que o poeta é ele mesmo e também o outro. A partir da Modernidade, tal como aqui apresentada sob o olhar do poeta que atravessa a multidão, o germen da instabilidade e da fragmentação, características fundamentais à pós-modernidade, é inserido nas questões identitárias.

O ondulante, que é captado pelo poeta e pelo pintor G. na multidão, torna-se uma característica importante já na Modernidade. A França de Baudelaire, por exemplo, passa pela alteração da paisagem urbana com as intervenções de Georges-Eugène Haussmann, político e administrador que reformulou o centro de Paris a partir do final do século XIX, impactando as relações sociais.

Essas mudanças urbanas, segundo a concepção de Bauman (1998), alteram também as relações sociais em seus aspectos identitários. A favor do novo e do progresso, ruas e nomes eram refeitos “enquanto se seguia”. Assim, “o tipo miúdo do importante e moderno Ato de Emancipação continha uma injunção contra o sossego da certeza” (BAUMAN, 1998, p. 94).

### **A multidão e a pós-modernidade**

Em um mundo globalizado, segundo Negri e Hardt, as fronteiras para a produção e a troca diminuem, permitindo maior fluxo de dinheiro, bens e pessoas. Nesta conjuntura que se forma sob o Império, definida pelos autores como uma nova forma global de economia, os Estados-nação não conseguem controlar mais os fluxos. No entanto, eles chamam a atenção para uma característica: a queda da soberania dos Estados-nação não implica queda da soberania, mas uma alteração desta a partir de uma conjuntura de controles nacionais e supranacionais.

Com o enfraquecimento dos Estados-nação (e o consequente enfraquecimento da política de bem-estar social), novas configurações são feitas no aspecto econômico:

a produção imaterial ganha espaço, criando outro modelo de atuação. As divisões entre os três mundos (Primeiro, Segundo e Terceiro) não são rígidas. Assim, as formas de atuação do Império se reconfiguram, posto que é mais facilmente confrontado com a força social da multidão, visto que não há mediadores, o que torna a capacidade de revolução muito maior que durante o período moderno.

Ainda segundo Negri, multidão é a multiplicidade das singularidades, sendo um conceito de classe, sob um ponto de vista diferente do conceito de classe trabalhadora, que se torna limitado para o novo contexto, tanto no que tange à produção (já que inclui um núcleo determinado, como operários de fábrica), quanto no que diz respeito à cooperação social, uma vez que compreende apenas uma pequena parcela de trabalhadores que operam no conjunto da produção social.

### **A multidão e as redes sociais**

As manifestações iniciadas em junho de 2013 em diversas cidades brasileiras possibilitaram uma fecunda produção narrativa e poética sobre o que acontecia no Brasil. Os protestos eram mostrados em diversas mídias, tradicionais ou não, apontando para as disputas simbólicas no campo jornalístico. Instituições de ensino superior produziram debates, apresentando correntes sociológicas que poderiam explicar o movimento que tinha como premissa o apartidarismo, fato que despertou não só o gigante, mas também um viés direitista, contribuindo para um esfriamento de algumas alas da esquerda tradicional. Neste contexto, em que as notícias chegam até nós segundos depois de um clique, é que foi lançada, em formato PDF, a coletânea *Vinagre – uma antologia de poetas neobarracos*, acompanhando o ritmo dos protestos brasileiros.

Esse dissabor que levou milhões de brasileiros às ruas também atingiu os cidadãos de muitos países com perfis político-econômicos bem variados, perpassando democracias e derrubando regimes ditatoriais. Ao analisar as manifestações que vêm acontecendo no mundo há alguns anos, Castells (2013, p. 161) argumenta sobre a formação de “espaço da autonomia, que é a nova forma espacial dos movimentos

sociais em rede”. Muito além de descrever os movimentos, o sociólogo apresenta novas relações sociais formadas a partir das redes.

Segundo Castells (2013), a internet foi criada sem um centro de comando. É descentralizada em sua concepção. Qualquer indivíduo pode interagir, sendo sujeito de seus próprios projetos e sem se pautar por programas institucionalizantes. Isso se reflete na falta de lideranças dos protestos mundiais, incluindo as manifestações brasileiras. Todos revelam um caráter pontual e espontâneo.

Esse novo modo de interação acarreta ainda outras modificações: “Há uma íntima conexão entre as redes virtuais e as redes da vida em geral. O mundo real em nossa época é um mundo híbrido, não um mundo virtual nem um mundo segregado que separaria a conexão on-line da interação off-line” (CASTELLS, 2013, p. 169).

Nesse sentido, há a compreensão de que os cidadãos experimentam um novo bios social, em que processos humanos e não humanos romperam o muro que ainda pudesse existir entre espaço urbano e internet. “Não 'entramos' mais na internet, ela nos atravessa de diferentes formas em conexões a céu aberto que lutamos para democratizar e acessar. 'Nós somos a rede social', como disseram os manifestantes brasileiros nas ruas” (BENTES, 2013, p. 10).

A rede permite a construção de uma trama de subjetividades que tenta subverter o capitalismo, incapaz de controlar todos os fluxos de conteúdo na internet. “O capitalismo não se expande – multiplicando os canais, penetrando nos níveis mais moleculares, dilatando-se complacente para admitir o que quer neutralizar, inventando, reutilizando – sem oferecer perigo para si mesmo” (CAIAFA, 2000, p. 61).

Na experiência urbana contemporânea, atravessada pela internet, surgem novos modelos de atuação e de pressão às instituições. Não se faz necessária a entrada em um partido político ou sindicato para protestar, haja vista que nossos modelos estão em crise. Há um protagonismo que não quer mais o que é imposto por governos e modelos que ignoram o bem viver de seus cidadãos. E estes passam a entender que as ruas são de todos, assim como a rede que os atravessa e a arte.



## COMEÇO DO MUNDO

O que pode um corpo  
Morto que se  
Descobre vivo?

Como se dobra  
o sufoco? Como  
se alça o asfalto?

Tudo está à flor  
da pele e  
subterrâneo

Rua, começo do mundo.  
O que pode um corpo?  
O que pode um povo?

Nenhuma tropa  
de choque esmaga  
a resposta que somos.  
(Eduardo Sterzi)

Com a facilitação para a veiculação de textos e imagens via internet, a construção de significados na sociedade se diluiu em rede, por meio da qual se estabelece um novo processo de ressignificação. Indo além, na reflexão da linguagem em um contexto permeado por novas tecnologias da informação, Lyotard (1988, p. 4) declara:

[...] hoje em dia já se sabe como, normalizando, miniaturizando e comercializando os aparelhos, modificam-se as operações de aquisição, classificação, acesso e exploração dos conhecimentos. É razoável pensar que a multiplicação de máquinas informacionais afeta e afetará a circulação dos conhecimentos, do mesmo modo que o desenvolvimento dos meios de circulação dos homens (transportes), dos sons e, em seguida, das imagens (media) o fez.

A novidade de nosso tempo está no fato de que cada leitor, ao atualizar o texto/dar uma resposta criativa ao nó que surge a sua frente de forma mais rápida, pode, por meio do hipertexto, multiplicar sentidos, a partir das construções realizadas, não apenas modificando ligações, mas também podendo acrescentar nós, ocorrendo a virtualização do texto e da leitura.

Enfim, os leitores podem não apenas modificar as ligações mas igualmente acrescentar ou modificar nós (textos, imagens, etc.), conectar um hiperdocumento a outro e fazer assim de dois hipertextos separados um único documento, ou traçar ligações hipertextuais entre uma série de documentos [...] Os hiperdocumentos acessíveis por uma rede informática são poderosos instrumentos de *escrita-leitura coletiva*. Assim a escrita e a leitura trocam seus papéis. Todo aquele que participa da estruturação do hipertexto, do traçado pontilhado das possíveis dobras do sentido, já é um leitor. Simetricamente, quem atualiza um percurso ou manifesta este ou aquele aspecto da reserva documental contribui para a redação, conclui momentaneamente uma escrita interminável. (LÉVY, 1996, p. 45 e 46)

Nesse ambiente virtual, o leitor escolhe se vai clicar ou não em um hipertexto, se vai abrir ou não outra janela, se vai se deixar levar a esmo pelos links que surgirem ou pelas marcas que podem funcionar como hipertextos. O leitor vai percorrer o texto aleatoriamente, distraíndo-se com os “índices prescritos intencionalmente por um autor ou editor” (VILLAÇA, 2002, p. 109), comportando-se como um dândi, ou vai caminhar tendo consciência desses pulos para não se perder na infinidade de possibilidades colocadas diante dele pela internet? A resposta se define pelas escolhas do próprio leitor.

Passando à análise de quem produz um texto literário, Barbosa (2012), em seu estudo sobre *blogs* literários, reflete sobre as novas formas de circulação dos textos com o advento da internet, onde a literatura busca o espaço que fora perdido com o advento do rádio e da televisão.

Segundo a pesquisadora, ao se pulverizar no ambiente digital, “a literatura fraturou a sua aura – sua aparição singular –, abandonando os rituais que contribuíram para sua institucionalização, entre eles: a sacralização, a individualização na concepção e produção dos textos e a cultura do livro, afastando-se do cânone” (BARBOSA, 2012, p. 40), o que significa dizer que a literatura passou a ser “lugar de todos”.

E nesse lugar de todos, em que muitos – centenas de milhares de cidadãos – se mobilizaram para protestar em junho de 2013 é que apareceu a coletânea *Vinagre – uma antologia de poetas neobarracos*. Sem pedir licença aos meios tradicionais de produção – editoras, jornais e revistas, duas edições em PDF reunindo mais de 150

poetas e poemas foram lançadas na internet como um gesto de solidariedade aos protestos. Esta explosão poética também compôs uma mesa extra na edição de 2013 da Festa Literária Internacional de Paraty (FLIP).

*Vinagre* é um típico projeto/obra de uma experiência em rede, afetiva, que grita por mudanças na ordem vigente, feita por poetas que se irmanaram a tantos outros cidadãos. De cunho político (só poemas ligados ao pensamento de esquerda foram compilados), a obra reúne diferentes matizes dos protestos. Tem cheiro de rua, protesta contra os dissabores enfrentados no espaço urbano: o choque da polícia, a mídia tradicional minando significados/construções.

Desse espaço de expropriação, os poetas-cidadãos reverterem seu uso a favor da coletividade. Organizador da *Vinagre*, o poeta Fabiano Calixto reforça a possibilidade de rápida propagação pela internet. Eles tencionam agir como poetas-cidadãos, irmanados, cada qual com sua própria subjetividade ou subjetividades, por uma conjuntura social que se apresentava, não vagueando e observando, mas atuando de dentro da multidão.

Diante de todas as alterações, rupturas vivenciadas neste período chamado pós-modernidade, o comportamento do poeta para a produção de um poema, principalmente com um propósito político, não se isenta da rapidez e da facilitação permitidas pela internet. Portanto, o crítico literário na contemporaneidade não pode desconsiderar esses rearranjos e mesmo o papel das redes que altera, de forma drástica, os modos de escrita, de leitura e de circulação.

A perda da credibilidade de espaços de ampla circulação e as aberturas para a publicação na internet também acabam por interferir no papel do crítico, que também perdeu sua aura de grandiosidade e autoridade. Cabe a ele, agora, “contentar-se com o seguinte ponto de partida: existem os poemas, ponto. Pontos. Pontos de interesse, alguma luz, grumos do belo, do belo-irônico” (MORICONI, 2014, p. 83).

## **Conclusão**

Ainda é difícil apontar os caminhos abertos pelos protestos, afinal, nossas referências estão em mutação. As manifestações de 2013 foram muito mais uma explosão de sentimentos e insatisfação do que um projeto bem arquitetado do que se quer alcançar ou modificar. Os cidadãos mostravam esgotamento com o modelo que se segue, emperrando a vida urbana. Há um desejo potente pelo novo, sem preocupações com a permanência.

Em janeiro de 2015, ainda havia rumores – a crise social longe está de resolução, visto que em São Paulo o Movimento Passe Livre, que deflagrou as manifestações de 2013, continuou a protestar e a reunir pessoas nas ruas, mesmo não tendo a mesma intensidade das Jornadas de Junho. O novo pregado e desejado pelo poeta ainda não se concretizou.

A vida social ainda está em meio ao nevoeiro, sem certezas, e mesmo assim produz-se, escreve, age, o que pode favorecer a frivolidade e a fragilidade de muitas ações e produções artísticas. A rapidez do mundo, facilitada pela internet, nos impulsiona. Para onde? Não sabemos, mas prosseguimos, algumas vezes perigosamente, visto o crescimento da extrema-direita na França e de grupos que pedem intervenção militar no Brasil, por exemplo.

E nessa falta de projeto para o futuro, a poesia é capaz de apontar respostas? Além do extravasamento das emoções dos poetas, também (em alguns casos) manifestantes, as palavras, os versos parecem querer impulsionar os cidadãos, empurrá-los à ação. Mesmo que haja o reforço do caráter político do aqui e agora de *Vinagre*, os aspectos estéticos não devem ser desconsiderados. Sua pujança está no fato de justamente, pelo menos aparentemente, não reivindicar a permanência.

### **Referências bibliográficas**

BARBOSA, D. A. **Literatura e internet**: uma via de mão dupla entre o impresso e o digital. Campos dos Goytacazes: UENF, 2012 (dissertação de mestrado).

BAUDELAIRE, C. **Sobre a Modernidade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

BAUMAN, Z. **O mal estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BENJAMIN, W. **A Modernidade e os modernos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2000.

CAIAFA. Arte, Mídia e Subjetividade In: **Nosso século XXI: Notas sobre Arte, Técnica e Poderes**. Rio de Janeiro: Reluma Dumará, 2000.

CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

\_\_\_\_\_. Disponível em: <http://www.acessepiaui.com.br/vc-no-acesse/sociologo-manuel-castells-analisa-protestos/23162.html>. Acessado em agosto de 2013.

HARDT, M; NEGRI, A. **Império**. Rio de Janeiro: Record: 2001.

HARVEY, D ET AL. **Cidades rebeldes: passe livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. São Paulo Boitempo, 2013.

LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996.

LYOTARD, J. F. **O pós-moderno**. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1988.

MALINI, F; ANTOUN. H. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MORICONI, Í. Poesia e crítica, aqui e agora In: **Possibilidades da nova escrita literária no Brasil**. Rio de Janeiro: Faperj, 2014.

OBRA COLETIVA. **Vinagre – uma antologia de poetas neobarracos**. Disponível em [https://www.mediafire.com/view/8xo1155vho004ir/VINAGRE\\_UMA\\_ANTOLOGIA\\_DE\\_POETAS\\_NEOBARRACOS\\_junho2013.pdf](https://www.mediafire.com/view/8xo1155vho004ir/VINAGRE_UMA_ANTOLOGIA_DE_POETAS_NEOBARRACOS_junho2013.pdf). Acessado em agosto de 2013.

VILLAÇA, N. Impresso ou eletrônico? In: *Impresso ou eletrônico: um trajeto de leitura*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002, p 101 – 112.



# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — LFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

+

## XII PósCom

|| Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio ||

# GT 2

# Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som

## Anais

COMUNICAÇÃO

E SUAS

INTERLOCUÇÕES

21, 22, 23 de outubro de 2015

PUC-RIO

ISSN: 2176-610x

## **Memória e Audiovisual** <sup>1</sup>

Panorama geral dos últimos 5 anos de pesquisa no Intercom e na Compós  
Ana Clara Campos dos Santos<sup>2</sup> e Maria de Oliveira Barra Costa<sup>3</sup>

### **Resumo**

Este trabalho visa analisar os artigos relacionados, principalmente, ao Super 8, cinema amador e memória, apresentados no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) e na Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). O período abordado é de cinco anos (2010-2014). As considerações finais foram embasadas em teorias de pesquisadores dos campos de história oral, memória e comunicação.

**Palavras-chave:** Super 8; cinema amador; memória; Intercom; Compós

### **Introdução**

Nas pesquisas de mestrado em andamento das autoras, são objetos de estudo a memória audiovisual de filmes amadores na cidade de Juiz de Fora (MG): uma mostra de Super 8 realizada na cidade, na década de 1970, e filmes de família realizados na mesma película.

Para este trabalho, buscaram-se artigos com temas similares nos últimos cinco anos de dois congressos de Comunicação importantes no Brasil: o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) e a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Como o Intercom ainda não teve sua edição deste ano (2015), foram pesquisados os anos de 2010 a 2014. Na Compós, apesar de já ter disponibilizado os trabalhos de 2015, foi analisado no mesmo período que o Intercom, de 2010 a 2014.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 - Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail para contato: anaclaracs91@gmail.com

<sup>3</sup> Mestranda. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail para contato: mariabarracosta@gmail.com

Procurou-se pelas seguintes palavras-chave no título dos artigos: memória; cinema; amador; vídeo amador; Super 8; cineclube. A pesquisa foi feita nos Grupos de Trabalho relacionados a cinema e audiovisual. O intuito foi encontrar trabalhos que abordassem a memória de meios audiovisuais. No Intercom, foram encontrados 72 artigos com as palavras-chave pesquisadas e na Compós, 17 artigos. Destes, os trabalhos foram separados nas oito categorias definidas abaixo, a partir da leitura dos mesmos:

INTERCOM		COMPÓS	
Temática	Nº de trabalhos	Temática	Nº de trabalhos
Cinema brasileiro	19	Cinema brasileiro	06
Cinema contemporâneo	08	Cinema contemporâneo	03
Estética do cinema	10	Estética do cinema	05
Cinema e memória	13	Cinema periférico ou alternativo	03
Tecnologias no cinema	05	Total de trabalhos Intercom: 72 Total de trabalhos Compós: 17	
Cinema como produto midiático e de consumo	05		
Personagens no cinema	06		
Cinema periférico ou alternativo	06		

Dentre os trabalhos sobre do Intercom, foram selecionados seis artigos que podem ser úteis com a questão da memória nos trabalhos das autoras e que serão analisados no presente trabalho. Como na Compós não foi localizado número significativo de trabalhos que abordam a memória, não separou-se uma categoria somente nesse tema, mas analisou-se um trabalho, que foi categorizado como cinema periférico ou alternativo.

Os trabalhos analisados foram divididos em quatro itens: Memórias; História Oral; Cinema amador e recepção; Estética do Cinema. A pesquisa se baseia na análise de conteúdo dos trabalhos que compõem o *corpus*. De acordo com os pesquisadores Mônica Capelle, Marlene Melo e Carlos Gonçalves (2011), a análise de conteúdo pode conter um enfoque quantitativo (frequência com que aparecem determinados elementos) e qualitativo (atenção para a presença ou ausência de elementos). Segundo os autores,

a contagem da manifestação dos elementos textuais que emerge do primeiro estágio da análise de conteúdo servirá apenas para a organização e sistematização dos dados, enquanto as fases analíticas posteriores

permitirão que o pesquisador apreenda a visão social de mundo por parte dos sujeitos, autores do material textual em análise. (CAPELLE; MELO; GONÇALVES, 2011, p.4)

Neste trabalho, fez-se uma abordagem mista. A parte quantitativa pode ser analisada a partir dos gráficos e informações relativas à quantidade de trabalhos em determinada categoria levantados, enquanto a parte qualitativa é de análise geral do conteúdo dos artigos. A partir da análise, pretende-se responder às seguintes questões: Qual a metodologia mais utilizada nos artigos avaliados? Quais autores são mais utilizados e que poderiam ser considerados essenciais para os estudos de memória e audiovisual?

Capelle, Melo e Gonçalves, baseados nas teorias de análise de conteúdo das pesquisadoras Laurence Bardin e Maria Cecília de Souza Minayo, descrevem três etapas para a pesquisa: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados obtidos e interpretação, que constará nas considerações finais de nosso trabalho. Conforme os autores, na terceira fase,

os dados brutos são submetidos a operações estatísticas, a fim de se tornarem significativos e válidos e de evidenciarem as informações obtidas. De posse dessas informações, o investigador propõe suas inferências e realiza suas interpretações de acordo com o quadro teórico e os objetivos propostos, ou identifica novas dimensões teóricas sugeridas pela leitura do material. Os resultados obtidos, aliados ao confronto sistemático com o material e às inferências alcançadas, podem servir a outras análises baseadas em novas dimensões teóricas ou em técnicas diferentes. (CAPELLE; MELO; GONÇALVES, 2011, p.6)

Dessa forma, o objetivo do presente trabalho é identificar os elementos em comum entre os artigos analisados e considerar se existe um padrão entre eles, como a metodologia utilizada, e as questões e os conceitos dos estudiosos mais citados. Se for identificado um padrão, este artigo poderá contribuir com estudos futuros de pessoas interessadas no âmbito da memória e do audiovisual.

## **Filmes de família x cinema amador**



É interessante citar duas referências quando se estuda o Super 8 e o cinema amador no Brasil: especificamente sobre a bitola, o professor Rubens Machado Jr., curador da mostra artística e cultural *A Marginalia 70 e o Experimentalismo no Super 8 Brasileiro*, realizada em 2001 pelo Itaú Cultural. O autor tem diversos trabalhos (entre eles, principalmente capítulos de livros) sobre o movimento superoitista no Brasil. De acordo com Machado Jr:

Com os anos 1970 chegam às lojas os projetores e câmeras Super 8, tornando mais acessível econômica e tecnicamente o registro doméstico ou a realização de experiências criativas como “cineasta”. Sua rápida apropriação por artistas plásticos, e inesperados jovens cineastas mais ou menos selvagens, vão aos poucos afigurar aventuras pessoais ou coletivas um tanto contraditórias e, contudo, promissoras. Este movimento era silencioso, subterrâneo de início, e sua inquietude só foi ganhar espaços de repercussão mínima na recepção de alguns festivais e sessões de certos cineclubes mais para a segunda metade dos anos 1970. Se não foi muito exibido, foi realizado com maior liberdade que os outros tipos de produção audiovisual, já pelo seu caráter independente e amadorístico, constituindo experiências marcantes para públicos específicos. Os festivais de Super 8 ao longo da década se proliferariam em mais de meia dúzia. (MACHADO JR, 2013, p.36)

Como se vê, a tecnologia do Super 8 foi utilizada tanto para filmes de família quanto para que os amantes de cinema tivessem a possibilidade de explorar seu potencial em produções amadoras de filmes documentais e de ficção. Para os considerados cineastas amadores mostrarem seus trabalhos, eram realizados os festivais e mostras de Super 8 pelo Brasil.

Acerca de filmes amadores e domésticos, é referência no Brasil a pesquisadora Lila Silva Foster, editora do dossiê “Pensar o cinema amador” da Revista Laika (publicação do Laboratório de Investigação e Crítica Audiovisual da USP). Foster defendeu a dissertação *Filmes domésticos: uma abordagem a partir do acervo da cinemateca brasileira* (2010), trabalho pioneiro entre os filmes domésticos no Brasil. A autora faz um histórico sobre câmeras, películas e projetores amadores quando discorre sobre a indústria, a democratização dos equipamentos e a formação do campo amador e sobre o cinema brasileiro e o conceito de amadorismo. Segundo ela:

Em todas as campanhas publicitárias, a família era o alvo principal para a produção de filmes de preservação da memória e a casa se tornaria um espaço de exibição dos filmes de família ou de filmes comerciais disponíveis em formatos não-profissionais. (FOSTER, 2010, p.42)



Como pode-se observar em Foster (2010) e no próprio site da Kodak, as publicidades dos equipamentos amadores eram direcionadas para o consumo doméstico e não exatamente para os aficionados por cinema.

As diferenças entre cineastas amadores e de família são comentadas por Roger Odin. Os cineastas amadores só o são por questões econômicas, pois, se tivessem a oportunidade, seriam profissionais – ao contrário de quem registra a família apenas para guardar os arquivos para a memória. Para Odin, “filmar sua vida como cineasta é excluir a si mesmo da família, transformar a vida familiar em espetáculo” (ODIN, 1999 *apud* LINS; BLANK, 2012, p.7). Um membro da família pode ser um cineasta doméstico ou amador. Segundo Thais Blank e Consuelo Lins, ambos registram a história cotidiana, mas o cineasta de família acompanha os passos dos filhos, registrando os acontecimentos que consideram mais marcantes, enquanto o cineasta amador se preocupa em fazer cinema preocupado com a técnica, como os cineastas de carreira, não se contendo à simples filmagem de seus familiares.

## Memórias

Na primeira categoria, “Memórias”, foram analisados dois artigos que abordaram o tema durante o período selecionado, começando pelos mais recentes até aqueles publicados anteriormente.

No ano de 2012, depara-se com o artigo *Audiovisual e memória: refletindo sobre algumas imagens-tempo contemporâneas*, de Nina Velasco e Cruz (Universidade Federal de Pernambuco). Ela discute a “cultura da memória” por meio de três filmes – *Tourist of Memory* (2010) de Penny McCann, *O Tempo não Recuperado* de Lucas Bambozzi e *Aujourd'hui* (2006-2011) de Claire Savoie. Para tanto, Cruz cita Andreas Huyssen e Beatriz Sarlo como autores que vêm trabalhando o conceito na sociedade contemporânea.

Além disso, Cruz aborda também as imagens-tempo de Deleuze (1990), aquelas que não se apoiam apenas no movimento, no sensório-motor, mas rompem com esse esquema e constituem uma “situação puramente ótica e sonora” (DELEUZE, 1990, p. 12). Com esses dois conceitos, a autora traça um “breve panorama das diferentes maneiras em que o audiovisual produz imagens-tempo na contemporaneidade” (CRUZ, 2012, p. 9).

Não se deve deixar de falar que Cruz procura relacionar ainda o conceito de “memória mediada”, que seriam “atividades e objetos que produzimos e dos quais nos servimos, através das tecnologias midiáticas, para criar e recriar um sentido de passado, presente e futuro de nós mesmos em relação aos outros” (DIJCK, 2007 *apud* CRUZ, 2012, p. 2). Portanto, a autora pontua que suportes como o cinema, o vídeo, a fotografia e a rede digital são plataformas que servem como mediadoras da relação do indivíduo com o passado e condensadoras de “determinadas concepções de memória historicamente localizadas e socialmente construídas” (CRUZ, 2012, p. 2).

Já no Intercom de 2011, o trabalho acerca de memória analisado é o da pesquisadora Talitha Ferraz, da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que apresentou o artigo *Cinemas MGM, monumentalidade e lugar de memória: o caso do Cine Centímetro*. No artigo, pode-se conhecer a história do Cine Centímetro, cinema criado em 2005 na cidade de Conservatória (RJ), uma réplica do Cinema Metro-Tijuca, da cidade do Rio de Janeiro, demolido em 1976.

A autora defende que Conservatória possui “uma forte ligação entre (1) combate ao esquecimento e a *estados de dizimação*, (2) recuperação da memória e (3) tributo ao passado, em dinâmicas que fomentam e negociam as sociabilidades, os espaços construídos e o turismo local.” (FERRAZ, 2011, p. 7-8), de forma que a cidade acabou sendo o lugar ideal para a réplica de um cinema antigo.

A pesquisadora articula conceitos do crítico de arte Andreas Huyssen e do historiador Pierre Nora. O alemão Andreas Huyssen afirma que a sociedade atual se encontra obcecada pela memória. Segundo Ferraz,

[...] o Centímetro guarda sinais do sintoma de recusa à amnésia, o qual procede pela via do revigoramento do museu, do monumento e do

memorial, e desempenha, no urbano e na vida das pessoas, a garantia de que os vestígios do passado, às vistas do presente, tenham lugar no tempo e no espaço. (FERRAZ, 2011, p.11)

A autora se apropria também da criação do francês Pierre Nora, o termo “lugar de memória”, para definir o Cine Centímetro, “na medida em que vestígios, peças de ruínas, remontagens, reproduções fiéis dão o caráter memorialístico a essa edificação.” (FERRAZ, 2011, p.11) A noção de lugar de memória perpassa pela ideia de Nora de que não existe memória espontânea e de que é preciso criar arquivos e documentos para que seja suscitado nos indivíduos aquilo que têm necessidade simbólica de lembrar.

## **História oral**

No segundo item, “História oral”, apenas um dos artigos consultados discorre sobre o conceito de história oral. Nesta categoria, optou-se por analisar, primeiramente, o trabalho que usa o conceito de história oral, e, depois, o artigo, que, apesar de não adotar a conceituação em si, utiliza parâmetros da história oral ao longo do texto. Portanto, a análise segue a ordem cronológica, do mais antigo para o mais novo.

As autoras do trabalho *Identidade e Memória: Narrativas orais sobre o Cinema da Floresta* (Intercom, 2011), Raruza Keara Teixeira Gonçalves e Christina Ferraz Musse (ambas da Universidade Federal de Juiz de Fora), utilizam a técnica de entrevista da história oral para tratar sobre o Cinema da Floresta, fundado na região rural de Juiz de Fora, na década de 40.

Dessa forma, as pesquisadoras empregam depoimento de seis fontes (Margarida Maria Assis de Oliveira Ferraz; Márcio Alcântara Assis; José Luiz Neto; Manoel Alonso Vilas Boas; Moacyr Andrade e Cosme Ricardo Gomes Nogueira) para “recuperar” a história do cinema em questão.

No artigo, a dupla pontua que, pela falta de material oficial, como documentos e registros da época, sobre o objeto de pesquisa, valeu-se das memórias e impressões dos seis personagens. Gonçalves e Musse observam ainda que “as memórias particulares, como fator constituinte da memória coletiva, fortalecem aspectos identitários” (GONÇALVES, MUSSE, 2011, p. 2), fazendo com que o Cinema da Floresta seja apontado como lugar de memória, ou seja, um símbolo de representação da comunidade local.

O trabalho aborda ainda outra questão importante: a relação de Juiz de Fora com o cinema. Sendo a primeira cidade de Minas Gerais a ter uma sessão cinematográfica em 1897, o município apresentou certa tradição nos anos seguintes, com a criação da Carriço Film (década de 20) e o desenvolvimento de cinemas de rua em vários bairros da cidade, por exemplo. A dupla, nas considerações finais, aponta a repercussão da história do Cinema da Floresta para “a preservação do patrimônio cultural e oral de Juiz de Fora. O que em certa medida traz novos elementos e expectativas sobre a constituição identitária local” (GONÇALVES, MUSSE, 2011, p. 14).

Apesar de não utilizar o conceito de história oral no artigo, o especialista em História Oral pela Universidade Federal de Goiás (UFG), Alenor Alves da Silva Júnior trabalha, em seu texto *Identidade Brasileira: Memória recriada a partir do cinzel fílmico de Vladimir Carvalho* (Intercom, 2014), os depoimentos do filme *Conterrâneos Velhos de Guerra* (1990) para reconstruir a história de Brasília. O intuito é desconstruir o “discurso oficial enquanto matéria bruta, para obter a riqueza dos relatos dos brasileiros que verdadeiramente ergueram a nova capital federal” (SILVA JÚNIOR, 2014, p. 1). No filme, são abordadas as décadas de 60, 70 e 80.

O autor trabalha com cinema e documentário, utilizando conceitos de Ismail Xavier, Amir Labaki e Jean-Claude Bernardet. Segundo Silva Júnior (2014), o filme não apresenta um “protagonista, o enredo se desenvolve a partir dos relatos das personagens que dividem a criação coletiva da nova capital”. Como base nisso, ele introduz o significado de cinema documentário:

É reportagem, resgate histórico, metacinema, traz a voz do outro, a intertextualidade. É um corpo a corpo com a experiência que não exclui, em sua intervenção aberta no momento vivido, um movimento de síntese que lhe é possibilitado pela situação nuclear nele encarnada. (XAVIER, 2001, p. 124-125 apud SILVA JÚNIOR, 2014, p. 2)

Na conclusão do trabalho, o autor afirma que o documentário *Conterrâneos Velhos de Guerra* é uma maneira de “rememorar” o período de construção de Brasília, por meio dos dois lados – os depoimentos daqueles que participaram efetivamente do processo de construção, os trabalhadores, e o discurso oficial –, além da utilização de imagens de arquivo (foto e audiovisual).

### **Cinema amador e recepção**

Na terceira categoria, “Cinema amador e recepção”, estão dois artigos, analisados do mais recente para o mais antigo. No ano de 2013, foi apresentado no Intercom o trabalho *Notas sobre vídeos amadores de ficção no Brasil: o “cinema de bordas”*, de Laura Loguercio Cánepa, vinculada à Universidade Anhembi Morumbi e à Universidade de São Paulo. No artigo, Cánepa discute os conceitos de cinema de bordas, em diálogo com os de cinema amador e cinema doméstico, com o intuito de ampliar o debate sobre o cinema periférico de bordas e sobre sua importância na produção cinematográfica nacional.

A pesquisadora cita um autor que norteia seu trabalho acerca do cinema de bordas: o pesquisador brasileiro Alfredo Suppia, cujos estudos abordam produções audiovisuais menos visíveis aos acadêmicos, que geralmente estão voltados aos estudos do cinema comercial ou artístico. O cinema de bordas trata-se de um fenômeno acontecido no mundo todo, composto de produções “com base nos princípios do comportamento trivial de lazer (entendido como aquele voltado ao entretenimento descompromissado) e dos contratos da cultura midiática e massificada” (CÁNEPA, 2013, p.7).



O foco de Laura Cánepa é se aprofundar no cinema periférico de bordas – periférico porque foi considerado amador, sem intuito comercial. Para falar desse cinema, a autora perpassa conceitos de importantes autores sobre os filmes amadores domésticos ou de família, baseada na comparação de Suppia entre os dois estilos. A pesquisadora aponta diversas características comuns entre os realizadores do cinema periférico de bordas, como a precariedade das produções, as colaborações de parentes e amigos, a exibição e distribuição informais, a inexperiência dos atores e a intimidade entre eles.

Em 2012, outro trabalho sobre cinema amador foi apresentado, desta vez na Compós. O artigo *Filmes de família, cinema amador e a memória do mundo*, de autoria de Thais Blank e Consuelo Lins, ambas vinculadas à Universidade Federal do Rio de Janeiro, fala sobre a utilização de filmes amadores e de família em documentários contemporâneos, analisando três obras do cineasta húngaro Péter Forgács - *Queda Livre* (1996), *O Turbilhão – uma Crônica Familiar* (1997) e *Miss Universo 1929* (2006) – à luz de autores do livro organizado pelo francês Roger Odin, *Le film de famille: usage privé, usage public*.

Com base em Odin, as pesquisadoras diferenciam os cineastas amadores (aqueles que se preocupam com a questão técnica dos filmes, simulando o modo profissional) dos cineastas de família (os que se preocupam apenas em registrar os momentos em família), mas afirmam que ambos fazem “o registro da história cotidiana, do movimento das multidões.” (BLANK, Thais; LINS, Consuelo, 2012, p.6)

Ainda citando Odin, que afirma que os comentários durante a exibição dos filmes são essenciais para a reconstrução da memória familiar, Blank e Lins também refletem sobre o espectador dos filmes de família. Elas comentam um trabalho do pesquisador Eric de Kuyper: “nos filmes familiares ele [o espectador] deve se identificar com o sujeito que está atrás da câmera, com quem é partilhada a comunicação da intimidade.” (BLANK, Thais; LINS, Consuelo, 2012, p.9) Se não

houver identificação com o cineasta, o espectador torna-se apenas um *vouyer* da intimidade alheia.

## Estética do cinema

A última subdivisão, “Estética do cinema” apresenta um artigo, o de Luciana Almeida (Universidade Federal de Pernambuco), *O cinema de Exceção: a Metalinguagem no Super 8 Brasileiro* (Intercom, 2012). Ela pondera sobre o grande número de produções superoitistas durante o período da ditadura (1964 a 1985), focando na linguagem experimental, e como essas produções se relacionam com o período (arte e política). Ela também aplica os estudos do professor de cinema brasileiro Ismail Xavier para buscar a explicação para o aumento da experimentação e da produção do cinema alternativo.

Almeida esclarece que o artigo tentou compreender a “apropriação do experimental como vida e a arte como experimento durante o surto superoitista no Brasil” (ALMEIDA, 2012, p. 2). Para ela, o percurso do criador da trama experimental é percebido, como fica claro no trecho:

A câmera que se aproxima também resvala, anuncia um jogo excitante de repulsão, reflexão e invenção. Artistas e cineastas experimentais investem por uma nova cartografia imagética. O autor experimental é um proponente de elaborações e de um alfabeto próprio de problematização do mundo. Ele avilta a totalização das explicações cartesianas sobre o mundo e seus estados de sensação. (ALMEIDA, 2012, p. 12)

A autora defende que os primeiros superoitistas não seguiram nenhuma hierarquia de representação, nem tampouco, uma ideologia. Por outro lado, o pensamento estético desses cineastas foi uma espécie de “trama inventiva”, em que os filmes configuravam seus próprios estilos e ideias. Para embasar teoricamente, Almeida utiliza Ligia Canongia, Paulo Reis, Marília Andrés Ribeiro, Paul Wood, Michel Foucault, Jean-François Lyotard, entre outros autores que abordam o cinema brasileiro e a estética.

## Considerações finais

Com o objetivo de traçar um panorama da metodologia e dos enquadramentos de pesquisa utilizados em trabalhos que abordam como temas, o Super 8, os filmes amadores e a memória, o presente artigo teve como recorte a análise aprofundada de sete textos apresentados em dois congressos nacionais: o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom) e a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Para tanto, o período de recorte foi de cinco anos (2010-2014), por se tratar de um intervalo recente.

Pelo viés quantitativo, chegou-se ao número total de 89 trabalhos que abordaram os temas citados, sendo que a maioria tratou, de acordo com a categorização, o “Cinema brasileiro” (25), seguido por “Estética do cinema” (15) e “Cinema e memória” (13). Entretanto, a maior parte deste texto foi dedicada a fazer a análise de artigos com a temática “Cinema e memória”, com a finalidade de verificar as metodologias empregadas para que elas possam ser adotadas nas pesquisas de mestrado das autoras.

Conforme observou-se, o interesse pela temática da memória é recorrente, tanto no contexto da academia, quanto na política e na cultura. Citando o autor Andreas Huyssen, a memória é uma forma de não haver alienação devido ao presente e à aceleração do tempo com a globalização, mas a vê também como meio de garantir o futuro. Outro ponto de Huyssen a ser destacado é que a memória

é sempre o passado presente, o passado comemorado e produzido no presente, que inclui, de forma invariável, pontos cegos e evasões. [...] toda lembrança está sujeita a interesses e usos funcionais específicos. [...] Os usos do passado são sempre presentes e tardios (HUYSEN, 2014, p. 181)

Por esse trecho, é possível compreender que a memória está sujeita a mudanças, sendo afetada pelo transcorrer do tempo. Por isso, é tão importante que os trabalhos que abordam questões do passado sejam feitos – para que não se perca a história. Além do próprio Huyssen, os autores frequentemente empregados nos artigos desse tipo são: Maurice Halbwachs, Michael Pollak e Ecléa Bosi. Isso leva às

metodologias usadas pelos autores dos artigos, como a entrevista de história oral, fundamental para a recuperação do passado recente. A história oral propicia ainda a multiplicidade de pontos de vista sobre o mesmo objeto, e as entrevistas são feitas com o objetivo de reconstituir os fatos e compreender o que passou.

A análise fílmica foi outra metodologia empregada pelos pesquisadores que produziram textos sobre objetos audiovisuais. A perspectiva analítica norteia a maneira de olhar a obra cinematográfica e seu discurso. De acordo com Gomes,

[...] pode-se considerar análise fílmica qualquer texto que fale de filmes e do que neles está contido, não importando propriamente o seu foco, alcance, profundidade e rigor, num arco que inclui desde o mero comentário, passando-se pela chamada crítica de cinema de tipo jornalístico, incluindo, por fim, até mesmo o estudo acadêmico, em toda sua variedade. Cada analista vê o que pode ou quer e, pelo menos em princípio, poderia falar de uma coisa diferente do quealaria um outro analista, segundo a ordem que lhe agrade e com a ênfase que deseje. (GOMES, 2004, p.100)

Outro aspecto que deve ser salientado é a carência de trabalhos acadêmicos em congressos nacionais, durante o recente período levantado, sobre os filmes domésticos e sobre as repercussões do movimento superoitista em Minas Gerais, o que reforça a importância das pesquisas de mestrado das autoras (festival de Super 8 realizado em Juiz de Fora, na década de 1970, e filmes de família produzidos na mesma película). Apenas um artigo tratou o Super 8 (*O cinema de Exceção: a Metalinguagem no Super 8 Brasileiro*), e dois sobre filmes amadores (*Notas sobre vídeos amadores de ficção no Brasil: o “cinema de bordas” e Filmes de família, cinema amador e a memória do mundo*).

Como síntese, o “boom da memória”, ou retorno à memória, vem sendo percebido no âmbito acadêmico, constantemente atrelado ao produto audiovisual, seja no trabalho que estuda produções audiovisuais que problematizam a memória e a imagem (*Audiovisual e memória: refletindo sobre algumas imagens-tempo contemporâneas*), ou naquele que trata sobre a construção de um cinema para que se evite o esquecimento (*Cinemas MGM, monumentalidade e lugar de memória: o caso do Cine Centímetro*).

## Referências

ALMEIDA, Luciana. O cinema de Exceção: a Metalinguagem no Super 8 Brasileiro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012. Universidade de Fortaleza. *Anais...* Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1556-1.pdf>> Acesso em: 08 jul. 2015

BLANK, Thais Blank e LINS, Consuelo. Filmes de família, cinema amador e a memória do mundo. In: ENCONTRO NACIONAL COMPÓS, 21., 2012. Universidade Federal de Juiz de Fora. *Anais...* Disponível em: <

<http://www.compos.org.br/biblioteca.php>>. Acesso em: 14 ago. 2015.

CÁNEPA, Laura Loguercio. Notas sobre vídeos amadores de ficção no Brasil: o “cinema de bordas”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., 2013. Universidade Federal do Amazonas. *Anais...*

Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0274-1.pdf>> Acesso em: 08 jul. 2015.

CAPELLE, Mônica Carvalho Alves; MELO, Marlene Catarina de Oliveira Lopes; GONÇALVES, Carlos Alberto. Análise de conteúdo e análise de discurso nas ciências sociais. In: *Organizações Rurais e Agroindustriais*. v. 05, n. 24, 2003.

Disponível em: < <http://revista.dae.ufla.br/index.php/ora/article/view/251/248> >. Acesso em: 15 ago. 2015.

CRUZ, Nina Velasco. Audiovisual e memória: refletindo sobre algumas imagens-tempo contemporâneas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012. Universidade de Fortaleza. *Anais...* Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1393-1.pdf>> Acesso em: 08 jul. 2015.

DELEUZE, Gilles. *A imagem-tempo*. Tradução Eloisa de Araujo Ribeiro. Revisão filosófica Renato Janine Ribeiro. 1.ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

FERRAZ, Talitha. Cinemas MGM, monumentalidade e lugar de memória: o caso do Cine Centímetro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011. Universidade Católica de Pernambuco. *Anais...*

Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1733-1.pdf>> Acesso em: 08 jul. 2015.

FOSTER, Lila Silva. *Filmes domésticos: uma abordagem a partir do acervo da Cinemateca Brasileira*. 2010. Dissertação (Mestrado em Imagem e Som) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2010.



GOMES, W. S. Princípios de poética (com ênfase na poética do cinema). In: PEREIRA, M.; GOMES, R.; FIGUEIREDO, V.. (Org.). *Comunicação, representação e práticas sociais*. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora PUC, 2004.

GONÇALVES, Raruzá Keara Teixeira e MUSSE, Christina Ferraz. Identidade e Memória: Narrativas orais sobre o Cinema da Floresta. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011. Universidade Católica de Pernambuco. *Anais...* Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1367-1.pdf>> Acesso em: 08 jul. 2015.

HUYSEN, Andreas. *Culturas do passado-presente: modernismos, artes visuais, políticas da memória*. Coordenação Tadeu Capistrano. Tradução Vera Ribeiro. 1. Ed. Rio de Janeiro: Contraponto: Museu de Arte do Rio, 2014.

MACHADO JR, Rubens. A experimentação cinematográfica superoitista no Brasil: espontaneidade e ironia como resistência à modernização conservadora em tempos de ditadura. In: AMORIM, Lara Santos de; FALCONE, Fernando Trevas (org.). *Cinema e memória: o Super 8 na Paraíba nos anos 1970 e 1980*. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

SILVA JÚNIOR, Alenor Alves. Identidade Brasiliense: Memória recriada a partir do cinzel fílmico de Vladimir Carvalho. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014. Unicentro Paraná. *Anais...* Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1505-1.pdf>> Acesso em: 08 jul. 2015.

## **Imagens de um arquivo emocional<sup>1</sup>**

A construção da narrativa do filme *Viajo porque preciso, volto porque te amo*  
Ana Paula Daudt de Lima Brandão<sup>2</sup>

### **Resumo**

O objetivo deste artigo é analisar o processo peculiar utilizado por Karim Aïnouz e Marcelo Gomes para a realização do longa ficcional *Viajo porque preciso, volto porque te amo* (2009). Usando filmagens recolhidas em sua viagem pelo sertão em 1999, Aïnouz e Gomes fizeram inicialmente *Sertão de acrílico azul piscina* (2004), um curta-metragem com características de documentário. A revisitação de um material que pode ser considerado de arquivo, captado pelos próprios cineastas sem que houvesse uma finalidade clara para sua utilização, e seus posteriores usos traz a possibilidade de uma discussão sobre o próprio conceito de imagem de arquivo bem como as relações entre documentário e ficção. O foco principal do artigo está na construção da narrativa e sua relação com os desafios de utilizar este tipo de imagens.

### **Palavras-chave**

Cinema; Karim Aïnouz; Marcelo Gomes; imagens porosas; Ficção.

Um filme para ser lido, ou uma leitura para ser vista<sup>3</sup>.

### **Imagens que suscitam um texto**

Em 1999, sem conseguirem levantar recursos para seus primeiros longa-metragens<sup>4</sup>, os cineastas Karim Aïnouz e Marcelo Gomes fizeram um projeto em conjunto e conseguiram apoio do Itaú Cultural. Partiram para uma viagem de 40 dias

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Comunicação Social da PUC-RJ. Contato: apdaudt@hotmail.com.

<sup>3</sup> Crítica de Emanuela Siqueira ao filme *Viajo porque preciso, volto porque te amo*. Disponível em: <http://interrogacao.com.br/2010/06/critica-viajo-porque-preciso-volto-porque-te-amo/>. Acesso em 18/06/2015.

<sup>4</sup> Ambos eram cineastas desconhecidos, tendo feito apenas curtas até então. Karim Aïnouz pretendia filmar *Madame Satã* (2002) e Marcelo Gomes *Cinema, aspirinas e urubus* (2005). Os dois filmes quando realizados posteriormente tiveram sucesso, o que aumentou as possibilidades de patrocínio para projetos de seus diretores.

pelo sertão de Pernambuco, Paraíba, Ceará, Alagoas, Sergipe e Bahia, com o objetivo inicial de fazer o registro de feiras locais. Porém logo no segundo dia decidiram filmar tudo que os emocionasse. O material rendeu inicialmente um curta-metragem chamado *Sertão de acrílico azul piscina*, finalizado em 2004. Apenas em 2009 foi feito o longa ficcional *Viajo porque preciso, volto porque te amo*, que utilizou essencialmente as imagens capturadas em 1999 com apenas algumas inclusões de material posterior necessárias para a narrativa.

*Viajo porque preciso, volto porque te amo* nasce de uma filmagem sem roteiro, guiada pelas emoções dos cineastas, que tiveram uma observação do sertão de uma maneira completamente nova, destruindo os próprios estereótipos sobre o que era o sertão para eles.<sup>5</sup> A peculiaridade do filme está em que as imagens capturadas servem de inspiração para a construção de uma narrativa ficcional. O processo todo, que durou 10 anos, passando por uma proposta inicial que foi deixada de lado (filmagem de feiras), por uma primeira montagem com caráter de colagem (o curta) até chegar a uma ficção (longa), é uma experiência peculiar que abre espaço para uma análise das possíveis relações entre as imagens e seus usos e desdobramentos. Se o cinema é rico em adaptações de livros e na utilização de imagens de arquivo, na maioria das vezes há um distanciamento entre o autor (do livro ou das imagens) e o cineasta. No caso do filme analisado neste ensaio há a peculiaridade de serem os mesmos sujeitos que captam as imagens brutas e que as retrabalham dando um novo significado com a distância temporal de 10 anos. Ao mesmo tempo em que é possível reconhecer uma coerência entre o objetivo inicial da filmagem e o resultado final tanto do curta quanto do longa, também é interessante perceber como Karim Aïnouz e Marcelo Gomes realizaram a transposição de imagens fragmentárias, de caráter documental, para uma narrativa ficcional. O fato da adaptação ser feita pelos mesmos cineastas que participaram da captura das imagens possibilita que o resultado final tenha em tese a capacidade de propiciar as mesmas emoções que os dois sentiram no momento da filmagem, o que foi um objetivo declarado por eles:

---

<sup>5</sup> Entrevista de Marcelo Gomes. Disponível em: <http://contraplano.sesctv.org.br/entrevista/marcelo-gomes/>. Acesso em 18/06/2015.

A primeira questão que surgiu é por que não trazer o sentimento que tivemos nesses 40 dias de viagem, de viver à flor da pele, de se emocionar com as coisas e ao mesmo tempo de perguntar o que essas pessoas estão fazendo aqui no meio do sertão.<sup>6</sup>

Seria impossível e inútil tentar descobrir se o resultado sairia diferente se feito por pessoas externas ao processo. Ao mesmo tempo em que a experiência pessoal da filmagem condicionaria de alguma forma a edição final, os resultados possíveis eram infinitos: se o recorte utilizado foi exatamente a emoção do momento da filmagem nem por isso deve-se pensar em limitação, mas antes em uma tomada de posição escolhida dentre tantas outras possíveis. O filme traz portanto a curiosidade de uma revisitação do próprio trabalho, diferente de uma adaptação de trabalhos de terceiros. A peculiaridade está na não existência de um roteiro inicial, em um texto que será construído em função das imagens captadas mas que buscará trazer de volta as emoções do momento da captura.

## Um filme para ser lido

O objetivo dos cineastas com as filmagens de 1999 fica claro na entrevista que concederam a Jean-Claude Bernadet:

[Marcelo Gomes] – Queríamos filmar, mas não existia um projeto claro de que filme era este. Teríamos um arquivo de material e depois veríamos se haveria filme a partir dali. Era um desejo de se perder naquele lugar, de pegar pedaços daquele lugar. Esse foi o primeiro passo mas não se tinha o desejo de se chegar a algum lugar lá na frente (...). Em 1999 tínhamos umas 40 horas de material, as entrevistas tinham 2 ou 3 horas, com pessoas que a gente encontrava, com artesãos, com gente da rua, um caminhoneiro... existia um desejo de tentar compreender. Desconstruímos um monte de clichês que nós próprios tínhamos sobre o sertão. Fomos desconstruindo a romantização do sertão aos poucos, compreendemos que o sertão não é só aquele sertão arcaico, quase mitológico. (...) Por trás daquela simplicidade existe uma complexidade muito grande. (...) É romântico morar num lugar esquecido pelo desenvolvimento econômico, pela classe política, com um clima extremamente árido, onde se anda horas pra se conseguir água potável e cozinhar um feijão? É uma vida dura. E eu pensava, por que essas pessoas não se revoltam e não vão embora?

---

<sup>6</sup> Declaração de Marcelo Gomes em entrevista a Jean-Claude Bernadet. Disponível em: [http://jcbernardet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02\\_2010-05-08.html](http://jcbernardet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02_2010-05-08.html). Acesso em 18/06/2015.

[Karim Aïnouz] – Um aprendizado do cotidiano. Como não tínhamos plano de filmagem, estávamos de fato fazendo uma viagem de descoberta, podíamos observar as coisas com um outro tempo, não tinha objetivo concreto. Isso foi bacana porque permitia que ficássemos olhando.<sup>7</sup>

O resultado das filmagens reflete essa postura de “ficar olhando” já que o material utilizado tanto para o curta quanto para o longa-metragem mostra o recurso de câmera fixa: ou está fixa no veículo em que se encontra, mostrando o que o motorista estaria vendo, ou está fixa no chão, fitando quem é entrevistado ou vendo os acontecimentos. Em vários momentos inclusive são mostradas imagens imóveis, como fotografias ou pinturas, ou a cena fica por algum tempo em pessoas que estão posando para a câmera e percebe-se apenas o movimento dos cabelos com o vento ou um leve balançar de pernas, como se estivessem diante de uma câmera fotográfica e não de um aparato de filmagem. Quando listou o tipo de equipamento levado para a gravação, com uma equipe pequena e poucos recursos técnicos, Karim Aïnouz citou que tinham alguns slides<sup>8</sup>. Porém, mais do que uma limitação, percebe-se que o uso de imagens fotográficas é um recurso narrativo voluntário, principalmente na comparação entre o curta e o longa.

O curta *Sertão de acrílico azul piscina* (2004) começa com a estrada durante o dia, com a câmera fixa, mostrando a visão do motorista em um veículo em movimento. Depois dos créditos iniciais e do título do filme, há a uma sequência de imagens estáticas, como fotografias, com cada uma durando cerca de 3 segundos. Apesar de estáticas, as imagens trazem uma noção de movimento, com os quadros mostrando uma certa continuidade espacial e fazendo com que o olhar venha de longe até chegar a uma pessoa que dorme na rede, passando pela lanchonete e terminando do outro lado do posto de gasolina, onde um caminhão está estacionado. A câmera, ainda fixa, “atravessa a rodovia” e começa a mostrar o fluxo de veículos pela estrada, agora com imagens em movimento. Em alguns momentos não há tráfego nenhum, até

---

<sup>7</sup> Entrevista a Jean-Claude Bernadet. Disponível em: [http://jcbernadet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02\\_2010-05-08.html](http://jcbernadet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02_2010-05-08.html). Acesso em 18/06/2015.

<sup>8</sup> “Tínhamos uns slides, uma Super-8, duas câmeras 16mm, uma Bolex e uma câmera tcheca, ‘Minockner’, e também uma mini-DV VX1000 da Sony, que hoje em dia nem se fabrica mais.” Idem.



um porco atravessa a pista com seu som inconfundível, o ponto de vista muda um pouco de uma tomada para outra, até acontecer o pôr do sol, quando há um corte desta sequência para uma procissão diurna (a percepção da passagem do tempo se dá pelas sucessões de dias e noites) em que os participantes são levados em caminhões decorados com motivos religiosos. O curta continua entremeando imagens estáticas (que remetem mais à fotografia que ao cinema) com imagens em movimento e o som captado no momento das filmagens. Os poucos depoimentos são ouvidos em *off* como, por exemplo, os de pessoas explicando o motivo por estarem participando da celebração religiosa enquanto as imagens mostradas são as de uma capela com fotografias e oferendas, ou as de fiéis circulando e comprando lembranças na frente da igreja.

O curta tem caráter documental, não procura contar uma história coerente mas é uma colcha de retalhos, que apresenta o sertão visitado sem grandes explicações: é como se os diretores quisessem que o público passasse por uma experiência parecida com a deles, tirando as próprias conclusões. Nas palavras de Karim Aïnouz:

Esse roteiro não tinha uma organização narrativa nem episódica. Ele era organizado por temas. Eu prefiro pensar numa instalação com várias telas, uma maneira randômica, um ir pra frente ou pra trás sem nenhuma organização linear.<sup>9</sup>

O roteiro feito para o curta, portanto, serviu como guia de montagem mas deixou a interpretação totalmente a cargo do espectador. As imagens falam por si só, há poucos momentos em que surgem vozes, depoimentos e não há a figura de um narrador. Segundo Aïnouz, um roteiro é um mapa de possibilidades, que exclui algumas e elege outras (2013, p.33). A montagem inicial de *Sertão de acrílico azul piscina* seguiu o “gosto” do cineasta e da montadora, o que levou a um resultado que “não comunicava o suficiente, porque era difícil de acessar” e o roteiro então serviu “para estruturar essa massa dentro de uma lógica” capaz de manter a atenção do público (AÏNOUZ, 2013, p. 38-39).

---

<sup>9</sup> Idem.

Já em *Viajo porque preciso, volto porque te amo* (2009) os créditos têm o som de fundo de um rádio mudando de estação até chegar na música “Sonhos”, de Peninha. Assim como o curta, o filme começa com o deslocamento na estrada, a câmera captando o que o motorista estaria vendo, porém é uma filmagem noturna. Quando a música é interrompida, a imagem muda para a viagem diurna e aparece pela primeira vez a voz do narrador e protagonista José Renato, geólogo, listando o material que levou para uma expedição. O mesmo posto de gasolina do início do curta reaparece, porém com imagens em movimento, e as palavras do narrador dão um sentido preciso a elas:

Hoje parei num posto e vi uma coisa pintada na parede.

Momentaneamente aparece a única imagem estática na sequência do posto: uma parede com dois desenhos. Um indica onde são os sanitários. O outro é a silhueta escura de um casal e de coqueiros sobre um fundo vermelho que forma um coração, com os dizeres “viajo porque preciso, volto porque te amo”.

José Renato continua a narração que acaba por explicar o título do filme:

Meio hippie, nem tinha reparado. Quando saí é que me caiu a ficha da frase que estava escrita: viajo porque preciso, volto porque te amo. Mal comecei a viajar e tudo já me irrita. A paisagem não muda. É sempre a mesma coisa. Parece que não saio do lugar.

Após estas palavras um porco atravessa a pista, como em *Sertão de acrílico azul piscina*. A ilustração com o título do filme também aparece no curta, sem um sentido definido, portanto sem a mesma importância. Este exemplo mostra como as mesmas imagens e as mesmas circunstâncias (o posto de gasolina) trazem um sentido completamente distinto nas duas obras dos mesmos cineastas. São feitas duas formas de adaptação: uma, o curta, em que a organização das imagens leva a uma leitura aberta por parte dos espectadores. A outra, o longa, traz um personagem que conduz a leitura.

Se no curta a câmera é qualquer um, é um olho que capta imagens e situações do sertão, no longa participamos das experiências do protagonista/narrador, que aos poucos vai contando algo de sua história pessoal. O processo de criação do roteiro durou seis meses, com a construção do personagem e do percurso que ele faria em sua

viagem: sairia de Fortaleza, estaria sofrendo uma desilusão amorosa, passaria um tempo sozinho até procurar o contato com pessoas em uma cidade de romeiros, procuraria prostitutas. Marcelo Gomes explica:

(...) fomos revendo e pensando o material filmado em função daquele personagem. Como o material ia se adequar a ele. O que não fosse adequado não interessava. O que nos emocionava era o que emocionava o Zé Renato porque agora não era mais a gente. Isso foi uma loucura porque não era eu, nem o Karim, nem o documentário.<sup>10</sup>

Ou seja, há uma questão de dupla dependência entre as imagens e o texto: o roteiro foi escrito em função das imagens de arquivo, seu objetivo era trazer à tona as emoções dos cineastas durante as filmagens, mas ao mesmo tempo o roteiro acaba por definir quais das imagens capturadas fazem sentido na ficção e serão utilizadas no filme. José Renato é um geólogo que faz a pesquisa prévia à transposição de um rio da região. Foram necessárias algumas imagens complementares relacionadas ao trabalho dele e que foram filmadas posteriormente.

A necessidade de criar um personagem<sup>11</sup> é explicada pelos cineastas:

[Marcelo Gomes] – (...) conhecíamos aquele material de trás pra frente, são imagens com que tivemos uma relação afetiva por dez anos. Tínhamos uma memória muito forte daquele tempo. A gente tava muito à flor da pele quando viajamos nesses 40 dias. Foi aí que decidimos construir esse personagem ficcional (...) que desse conta de todos esses elementos sobre os quais refletimos nesses 40 dias e que as imagens refletem. O Karim sugeriu que redimensionássemos essas imagens construindo um personagem ficcional à flor da pele, viajando pelo sertão, que não entende direito o que é aquele sertão e tá vivendo um drama interior e ao mesmo tempo vê aquela paisagem solitária. Ele vira reflexo da paisagem e a paisagem vira reflexo dele. (...) De uma forma ou de outra tínhamos sentido o que era um documentário com aquelas imagens. Então por que

<sup>10</sup> Entrevista a Jean-Claude Bernadet. Disponível em: [http://jcbernardet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02\\_2010-05-08.html](http://jcbernardet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02_2010-05-08.html). Acesso em 18/06/2015.

<sup>11</sup> Definir um personagem narrador não seria obviamente a única maneira possível de contar uma história, foi apenas a escolhida pelos cineastas. As imagens captadas têm a possibilidade de narrar uma história por si próprias, como explica Bernadet: “dizemos que a câmera ‘mostra’, mas há toda uma literatura voltada para o seu papel como narrador no cinema, que nos permite dizer que a câmera narra (*tell*), e não apenas mostra. Isso porque ela tem prerrogativas de um narrador que faz escolhas ao dar conta de algo: define o ângulo, a distância e as modalidades do olhar que, em seguida, estarão sujeitas a uma outra escolha vinda da montagem que definirá a ordem final das tomadas de cena e, portanto, a natureza da trama construída por um filme. Portanto, dizer que um filme ‘mostra’ imagens é dizer pouco e muitas vezes elidir o principal.” (2003, p. 73-74)

não redimensionar e trabalhá-las de outra forma? Nos nossos filmes bagunçamos a linguagem cinematográfica no melhor sentido.<sup>12</sup>

Assim o material de arquivo dos cineastas levou a um trabalho intenso de criação textual, diversas soluções foram pensadas para que houvesse uma coerência na história. Aïnouz afirma que “o roteiro não é um fim em si, ele é só um mapa de voo” (2013, p. 33), tem uma função organizadora do todo e transforma o filme num discurso (2013, p. 38). Houve várias etapas no processo: o texto acabou sendo cortado para que fosse o mínimo indispensável para a compreensão, para que não ficasse redundante, para que houvesse inclusive momentos de silêncio, essenciais à narrativa. Novamente as imagens captadas e o clima do momento definiram como seria o texto final:

[Karim Aïnouz] – O texto é milimetricamente pensado.

[Marcelo Gomes] –Tivemos a primeira reunião em março. A montagem começou em outubro. Foram quase sete meses de trabalho nesse roteiro. Além do que eu reescrevi depois do filme montado.<sup>13</sup>

O texto criado por Marcelo Gomes e que se transforma em narração é essencial para a compreensão de *Viajo porque preciso, volto porque te amo*. Mas é um texto que também se transforma em som e, portanto, o trabalho de gravação da voz de Irandhir Santos, que faz o papel de José Renato, também foi bastante cuidadoso para que houvesse verossimilhança. É exatamente no personagem narrador que Roberta Veiga reconhece com força o traço ficcional do filme: para ela, as imagens do Sertão “foram resgatadas, são retomadas e tomadas pelo gesto ficcionalizante, pelo eu lírico criado, pela *mise-en-scène* da voz de Zé” (2012, p. 46). A mesma autora sinaliza a constante oscilação, em cada cena, entre documentário e ficção promovida pela forma com a qual o filme é construído:

A cada camada de significação, extraída do mecanismo do filme, é possível flagrar o movimento oscilatório entre ficção e documentário, personagem e cineasta, interior e exterior, imaginário e real. Ao contrário de um procedimento comum ao cinema de Bresson, a um realismo como o de De Sica, ou ao cinema moderno (...) não se trata apenas de (...) um real que vem fender a cena pronta da representação, mas de uma ficção que

---

<sup>12</sup> Idem.

<sup>13</sup> Idem.

vem fraturar o real que parece lá estar, na cena documentada. (VEIGA, 2012, p.46)

Veiga sublinha assim o processo pouco usual utilizado pelos cineastas que, ao mesmo tempo em que procuram uma linguagem mais acessível do que a do curta de 2004 (*Sertão de acrílico azul piscina*) e utilizam recursos como o relato em forma de diário para organizar a narrativa, mantêm características e pistas que lembram insistentemente do caráter documental do filme. Utilizam a ficção como recurso para aproximar o público da experiência real que os dois tiveram na viagem pelo sertão. E a decisão de não mostrar em nenhum momento o protagonista teve uma função precisa, segundo Karim Aïnouz:

Não pode revelar esse homem. Porque aí você ancora o significado. (...) A literatura tem isso. No cinema fomos perdendo. Não é que ele não pode, mas a imagem passou a ser sinônimo de ancoragem em vez de ser sinônimo de decolagem, acho isto tão bacana. Isso é inerente à literatura. Às vezes a gente esquece que o cinema tem essa potência, da gente poder fazer imaginar. O próprio processo da construção de uma narrativa cinematográfica a partir do momento que a narrativa se torna de fato o discurso master do cinema, quando vai desaparecendo a primeira *Nouvelle vague* e a narrativa vai ficando cada vez mais preponderante, a sensação que eu tenho é que as imagens vêm pra cumprir um texto. Acho um tesão ter feito esse filme porque as palavras vêm de alguma maneira iluminar uma imagem.<sup>14</sup>

O filme, assim, abre espaço para a decolagem, para a imaginação. São imagens que “pedem” um texto, as palavras vêm iluminar as imagens. No filme foi um texto específico, mas poderiam ter sido tantos outros. O próprio movimento contrário da narrativa, de um texto que vem para cumprir as imagens, é o que faz com que *Viajo porque preciso, volto porque te amo* seja um filme para ser lido: mesmo no resultado final, as imagens são privilegiadas e convidam à leitura.

### **Uma leitura para ser vista**

Em particular, a narração no cinema deve ser articulada com a “mostração” ligada à natureza icônica da imagem e situada na história de todo processo

---

<sup>14</sup> Entrevista a Jean-Claude Bernadet. Disponível em: [http://jcbernadet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02\\_2010-05-08.html](http://jcbernadet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02_2010-05-08.html). Acesso em 18/06/2015.



narrativo: um filme mostra antes de tudo, ele pode (ou não) em seguida usar essa mostra para contar. A esse primeiro nível narrativo (o do plano), o filme acrescenta um segundo nível, o da articulação dos planos (a montagem). (AUMONT; MARIE, 2003, p. 208)

Aumont faz uma distinção entre mostra e narração pois, entre outras características, há dois níveis potenciais de narratividade ligados à imagem: o primeiro na imagem única, isolada, o segundo na sequência de imagens (1993, p. 245). No filme analisado percebemos uma recorrência de imagens fotográficas ou com pouco movimento, além da já comentada câmera fixa. Ou seja, de acordo com estes conceitos, há um forte caráter de mostra. Mas a mostra também é utilizada para contar através da montagem e da voz do narrador. Vale aqui novamente comparar o curta com o longa e a utilização das mesmas imagens nos dois filmes. Sobre esta questão, Jean-Claude Bernadet utiliza o conceito de imagem porosa:

O mesmo material do colchão e da oficina se reveste não só de tonalidade mas de significado diferente nos dois filmes. Conforme a ordenação da montagem e o contexto sonoro e verbal, o mesmo plano, com a mesma duração (uns 40”), não é o mesmo plano nos dois filmes. Essa imagem – e muitas outras usadas em ambos os filmes – tem a capacidade de se relacionar com o contexto visual e sonoro gerando significações diferenciadas. Ela tem essa disponibilidade, essa abertura para o contexto. Podemos dizer que são IMAGENS POROSAS. (BERNADET, 2010b)

Ou seja, a mesma imagem mostrada de uma forma em *Sertão de acrílico azul piscina* em um contexto sonoro e verbal distinto recebe uma nova significação em *Viajo porque preciso, volto porque te amo*. Em outro momento, Bernadet pretende compreender o que faz com que uma imagem seja porosa:

Gostei da expressão “imagem porosa”. Uma imagem é porosa em si? Acredito que é o entorno audiovisual que cria a porosidade. A imagem deve se encontrar num contexto imagético heterogêneo, materiais de várias fontes, várias texturas. A relação entre imagens, sons e palavras deve manter uma margem de ambiguidade. Não criar uma relação precisa entre imagem e palavra, para que uma não se torne explicação da primeira e esta, ilustração da segunda. É esse tecido, complexo porém de malhas abertas, que permite que imagens possam ser contaminadas por outras, por ruídos, música e palavras. (BERNADET, 2010c)

Assim, a premissa inicial de Karim Aïnouz e Marcelo Gomes de captar em película tudo o que os emocionasse, sem um roteiro predefinido acabou gerando imagens soltas, sem uma relação definida com a palavra. Isso fez com que,

posteriormente, as imagens tivessem diversas possibilidades por não estarem engessadas a uma certa narrativa. Com a definição do roteiro e a inclusão do texto narrado, o espectador passa a seguir um texto que deve ser visto. E visto de uma forma mais específica. Vale frisar que a criação de um roteiro não é um empobrecimento que prende as imagens que antes seriam porosas, mas é porque as imagens são porosas que se abrem a várias possibilidades. E o texto que guia os espectadores tem a riqueza de poder transparecer algo que pode parecer opaco sem ele. Quando Karim Aïnouz diz que Zé Renato “vira reflexo da paisagem e a paisagem vira reflexo dele”<sup>15</sup> é porque o personagem personifica a desolação, a solidão, o abandono. Mais ainda, utilizando o exemplo da imagem do colchão analisada por Bernadet:

Em *Viajo* o personagem se relaciona com prostitutas. A última é Claudia Rosa, ele diz que a caminho do motel ele desistiu do programa. Aí entra o primeiro plano de colchão, silencioso. Esse objeto, num lugar inesperado, se carrega da melancolia da noite de sexo que não houve, e da melancolia da perda da mulher amada, problema central de Zé Renato. A longa duração do plano e o silêncio contribuem para construir essa melancolia. No segundo plano somos informados que o colchão está exposto ao sol para secar as manchas úmidas do amor. (...)

Em *Sertão de acrílico* os planos do colchão estão desprovidos de qualquer melancolia, eles provocam estranheza pela inesperada disposição do objeto na terra seca. (BERNADET, 2010b)

A única coisa que sabemos por certo é que Zé Renato vê um colchão ao sol. A ideia de que está neste local para “secar as manchas úmidas do amor” é uma interpretação no narrador, que filtra todas as imagens a partir de sua própria situação: a recente separação conjugal. Ou seja, a imagem continua porosa pois o que vale é o estranhamento em relação ao objeto que não sabemos se de fato está naquele local inusitado para tirar mofo ou se simplesmente foi descartado pelo dono. A interpretação de Zé Renato é apenas uma dentre tantas outras possíveis.

A forma como a câmera é utilizada viabiliza que o público veja o que o protagonista vê e os enquadramentos facilitam esta percepção. Logo no início de *Viajo porque preciso, volto porque te amo* aparece um casal que será desalojado no

---

<sup>15</sup> Entrevista a Jean-Claude Bernadet. Disponível em: [http://jcbernardet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02\\_2010-05-08.html](http://jcbernardet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02_2010-05-08.html). Acesso em 18/06/2015.

processo da transposição do rio e, quando o marido sai do enquadramento para desligar o rádio, o narrador diz que esperou sua volta pois não quis filmá-los separados. Esta fala abre espaço para que a câmera possa ser tanto o olho de José Renato quanto um aparato que ele utiliza em seu trabalho, captando imagens. Em ambos os casos é a visão do narrador que prevalece ao longo de todo o filme, apesar de ser impossível saber se vemos o que ele vê ou o que ele filma:

A mobilidade da câmera e o caráter centrado (focalizado) do que ela mostra fizeram com que ela fosse, frequentemente, comparada com um olho no exercício do olhar. Por ser o enquadramento, além disso, o vestígio de uma escolha naquilo que é mostrado, procedendo de uma intencionalidade, a analogia entre quadro e olhar foi com frequência prolongada pela assimilação de um plano a uma visão subjetiva (no sentido neutro: relacionada com um sujeito).

Essa visão pode ser a do cineasta – e a subjetividade traduz-se, então, geralmente, por um suplemento de expressividade (...).

Ela pode ser também a de uma personagem da diegese, e o caráter subjetivo é, então, apreciável de maneira mais contextual, em razão dos outros planos e das relações estabelecidas pela montagem; existem, todavia, tentativas de tornar mais absoluto e evidente esse caráter subjetivo (...), em que a subjetividade é salientada pelo fato de o herói não aparecer, e de, portanto, tudo ser visto “por seus olhos”. (AUMONT; MARIE, 2003, p. 279)

O protagonista jamais aparece, o que ajuda a perceber que vemos tudo por seus olhos. Mas a câmera tem pouquíssima mobilidade. Assim parece que o narrador fica contemplando as pessoas e paisagens apesar de reclamar da monotonia. Ou melhor, a monotonia aparece mais nas imagens de estrada, que captam a paisagem árida e repetitiva em movimento, passando em velocidade. Assim como os cineastas, Zé Renato se detém nas pessoas, nas histórias particulares, contempla; o tempo longo de cada tomada mostra curiosidade, desejo de decifrar. Narra suas impressões e sentimentos. Jean-Claude Bernadet assinala como as mesmas imagens, em função da montagem, podem dar uma ideia de narrativa em primeira pessoa, com câmera subjetiva em *Viajo porque preciso, volto porque te amo*, enquanto são mais descritivas e formam uma narrativa em terceira pessoa no curta *Sertão de acrílico azul piscina*:

*Viajo* é um filme na primeira pessoa. A primeira pessoa verbal usada no monólogo contamina as imagens. A rigor *Viajo* é um filme em câmera subjetiva: potencilamente tudo o que é visto no filme é visto por Zé

Renato que fala na primeira pessoa. As mesmas imagens, quando montadas em *Sertão de acrílico*, são mais descritivas, estão mais na terceira pessoa, embora o filme deixe perceber o olhar errático de cineastas viajantes e não o narrador positivista.

(...) *Viajo* afirma uma subjetividade que não apenas usa a primeira pessoa no texto mas impregna a imagem. (BERNADET, 2010c)

No jogo entre texto e imagem, a subjetividade é um traço marcante no filme. O filtro da narração de Zé Renato é o que direciona o olhar. A leitura que ele faz das imagens é o que acaba sendo visto pelo público. O trabalho dos cineastas, portanto, partiu de um material de arquivo que, apesar de possuir uma identidade (imagens do sertão que de alguma forma os emocionaram), era, de certa forma, indecifrável:

Mas o que é um arquivo? Um testemunho? Uma memória? Um ato de imaginação? Arquivo é um conjunto de documentos manuscritos, gráficos, fotográficos, fílmicos que é, de modo geral, destinado a permanecer guardado e preservado. Para o historiador de arte Didi-Huberman (2004), trata-se de uma imagem indecifrável e sem sentido enquanto não for trabalhada na montagem. (CURSINO; LINS, 2010, p. 91)

Na primeira montagem, a de *Sertão de acrílico azul piscina*, foram privilegiados o visual, o plástico, as sensações. Os espectadores eram convidados a uma viagem sensorial pelo sertão, fragmentária, que os próprios cineastas afirmaram que faria sentido se exposta em um museu como videoarte, mas preferiram a projeção em salas de cinema<sup>16</sup>. *Viajo porque preciso, volto porque te amo* traz uma narrativa construída em função das imagens, que as decifra através do olhar de Zé Renato. A montagem utiliza slides e imagens captadas com câmeras com características técnicas bastante distintas, inclusive alguns trechos de película que se deterioraram com o tempo foram utilizados pois, como o personagem, parecia que a imagem estava chorando.

Essa mistura resulta numa bonita colagem e visões sensoriais intensas a quem assiste. *Viajo por que preciso, volto por que te amo* é simples de

---

<sup>16</sup> A explicação é de Karim Aïnouz: “Poderíamos facilmente pegar o *Sertão de acrílico azul piscina* e decupá-lo em telas de projeção ou em televisão de plasma. Eu imaginava um espaço como o segundo andar da Bienal inteiro com dez telas. Trabalhar realmente com a sensação do vazio, da rarefação. Mas acho mais bonito que a gente esteja presente numa sala escura por uma hora e dez e que aquela sensação seja mais direcionada, aí ela se dá de forma mais efetiva do que num acesso randômico.” Disponível em: [http://jcbarnadet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02\\_2010-05-08.html](http://jcbarnadet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02_2010-05-08.html). Acesso em 18/06/2015.

concepções técnicas, porém se mostra carregado de uma narrativa intensa. Um filme para ser lido, ou uma leitura para ser vista.<sup>17</sup>

O material de arquivo emocional não pôde ser esquecido e materializou-se de uma forma diferente 10 anos depois. Nas entrevistas com Karim Aïnouz e Marcelo Gomes vê-se que as imagens chamavam por eles, pediam uma revisitação. Clamavam por um texto que propiciasse uma nova leitura... para serem vistas. Mas com uma liberdade ímpar em todo o processo, como declara Marcelo Gomes:

Eu acho que a gente se emocionou muito com as imagens, acreditávamos nas imagens, é por isso que trabalhamos tanto tempo com elas até chegar a um longa. Nos emocionávamos toda vez que as víamos. Existia uma grande liberdade quando fazíamos aquelas imagens. Uma liberdade que sabíamos que não teríamos quando fôssemos realizar nossos longas. Ali foi a grande escola de cinema pra mim e pro Karim. Foi ali que aprendemos a imaginar dentro de um cenário de filmagem, a colocar a imaginação diante de qualquer plano de filmagem, de qualquer roteiro e lembrar que existe espaço para a invenção na hora em que você está desenvolvendo um filme. Esses 40 dias passados no sertão foram uma grande escola. Aprendi mais que nos dois anos de escola de cinema na Inglaterra.<sup>18</sup>

## Referências bibliográficas

AÏNOUZ, Karim. Roteiro, um mapa de voo – Uma conversa com Karim Aïnouz. In: MUNHOZ, Marcelo; URBAN, Rafael (orgs.). *Conversas sobre uma ficção viva*. Curitiba: Imagens da Terra, 2013, p. 32-61.

AUMONT, Jacques. *A imagem*. Campinas: Papirus, 1993.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Dicionário teórico e crítico de cinema*. Campinas: Papirus, 2003.

\_\_\_\_\_. *A análise do filme*. Lisboa: Edições Texto e Grafia, 2008.

BELLO, Maria do Rosário Leitão Lupi. *Narrativa Literária e Narrativa Fílmica – O caso de Amor de Perdição*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian / Fundação para a Ciência e Tecnologia, 2008, p. 71-251.

<sup>17</sup> Crítica de Emanuela Siqueira ao filme *Viajo porque preciso, volto porque te amo*. Disponível em: <http://interrogacao.com.br/2010/06/critica-viajo-porque-preciso-volto-porque-te-amo/>. Acesso em 18/06/2015.

<sup>18</sup> Entrevista a Jean-Claude Bernadet. Disponível em: [http://jcbernadet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02\\_2010-05-08.html](http://jcbernadet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02_2010-05-08.html). Acesso em 18/06/2015.



BERNADET, Jean-Claude. Entrevista com Karim Aïnouz e Marcelo Gomes. Blog do Jean-Claude Bernadet. 06/05/2010a. Disponível em: [http://jcbernetdet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02\\_2010-05-08.html](http://jcbernetdet.blog.uol.com.br/arch2010-05-02_2010-05-08.html). Acesso: 18 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Viajo porque preciso, volto porque te amo – 2. Blog do Jean-Claude Bernadet. 09/05/2010b. Disponível em: [http://jcbernetdet.blog.uol.com.br/arch2010-05-09\\_2010-05-15.html](http://jcbernetdet.blog.uol.com.br/arch2010-05-09_2010-05-15.html). Acesso: 18 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Viajo porque preciso, volto porque te amo – 3. Blog do Jean-Claude Bernadet. 10/05/2010c. Disponível em: [http://jcbernetdet.blog.uol.com.br/arch2010-05-09\\_2010-05-15.html](http://jcbernetdet.blog.uol.com.br/arch2010-05-09_2010-05-15.html). Acesso: 18 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Viajo porque preciso, volto porque te amo – 4. Blog do Jean-Claude Bernadet. 11/05/2010d. Disponível em: [http://jcbernetdet.blog.uol.com.br/arch2010-05-09\\_2010-05-15.html](http://jcbernetdet.blog.uol.com.br/arch2010-05-09_2010-05-15.html). Acesso: 18 jun. 2015.

\_\_\_\_\_. Do texto ao filme: a trama, a cena e a construção do olhar no cinema. In: PELLEGRINI, Tânia [et al.]. *Literatura, cinema e televisão*. São Paulo: Editora Senac / Instituto Itaú Cultural, 2003, p. 61-89.

CRUZ, Nina Velasco. Entre cinema, fotografia e pintura: o uso de imagens com movimentos mínimos em *Melancolia*. In: *Revista Ecopós – Transformações do visual e do visível*, v. 17, n. 2, 2014, Dossiê, p. 1-11.

CURSINO, Adriana; LINS, Consuelo. O tempo do olhar: arquivo em documentários de observação e autobiográficos. In: *Conexão – Comunicação e Cultura*, UCS, Caxias do Sul, v. 9, n. 17, jan./jun. 2010, p. 87-99.

GIMFERRER, Pere. *Cine y Literatura*. Barcelona: Seix Barral, 2005, p. 7-87.

VEIGA, Roberta. Lampejos da aura em *Viajo porque preciso volto porque te amo* e a “metáfora do documentário”. In: DEVIRES – cinema e humanidades, UFMG, v.9 n.1, 2012, p. 30-49.

## Referências audiovisuais

*Sertão de acrílico azul piscina*. AÏNOUZ, Karim; GOMES, Marcelo. Brasil: 2004. 26 minutos.

*Viajo porque preciso, volto porque te amo*. AÏNOUZ, Karim; GOMES, Marcelo. Brasil: 2009. 75 minutos.

## Filmar o possível<sup>1</sup>

Busca e experiência no documentário *Em Seus Braços* (1992), de Naomi Kawase

Breno Almeida Brito Reis e Eduardo dos Santos Oliveira (autores)<sup>2</sup>

### Resumo

Nosso interesse é investigar como o dispositivo de busca atravessa a composição do documentário *Em Seus Braços* (*Ni Tsutsumarete*, 1992), da realizadora japonesa Naomi Kawase: agenciamentos que acontecem na (e com a) imagem. Em um primeiro momento, aproximamos o filme à categoria “documentários de busca”, concebida por Bernadet (2014). Em seguida, tratamos do conceito “imagem-experiência” assinalado por Migliorin (2008) para pensar como a procura pelo pai biológico, experiência pessoal, é também experiência estética. Finalmente, desenvolvemos uma breve análise do filme com a ajuda dos estudos de Michael Renov (2004) sobre o audiovisual autobiográfico independente e nos baseamos em Comolli (2008) para estudar a relação entre corpo e quadro fílmico.

### Palavras-chave

Documentários de busca; experiência; dispositivo; Naomi Kawase; cinema

### De que adianta se aventurar no desconhecido?

O vento sopra e toca flores em imagens que tendem ao branco. Utensílios de cozinha também são tornados cena. Em seguida, o ambiente interno de um apartamento é filmado. Uma mulher canta num karaokê. Uma frase interrompida, uma fotografia borrada, gestos singelos: toques e olhares. É um inventário íntimo esse *Em Seus Braços* (*Ni Tsutsumarete*, 1992), da realizadora japonesa Naomi Kawase. Pelo modo como a montagem opera — mistura de registros, sobreposições e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduandos em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará. Agradecemos a Anna Hirata pelas traduções japonês-português, que muito nos auxiliaram na análise do filme.

fragmentações de imagens — o filme se aproxima de uma colagem. Um álbum de família.

Algumas filmagens não começam a partir de um roteiro a ser seguido. Ou tendo como base a elaboração minuciosa de personagens, situações e arcos dramáticos. Às vezes há simplesmente uma regra a ser seguida, um espaço a ser percorrido, um limite temporal a ser obedecido. Ou uma pergunta a ser respondida na companhia de uma câmera. Há obras que implicam uma pesquisa construída na medida em que imagens são produzidas. A câmera é máquina que dispara modulações e acasos que se atualizariam de outra forma caso não houvesse filmagem: agenciamentos e acontecimentos que surgem na (e com a) imagem. É o caso de *Em Seus Braços*, documentário de média-metragem realizado por uma mulher que resolve ir em busca do próprio pai empunhando uma máquina filmadora. No decorrer dos trinta e nove minutos de duração do filme, Naomi Kawase filma sua certidão de nascimento, fotografias antigas e espaços já habitados por seus pais biológicos, além inserir gravações telefônicas e diálogos com pessoas sobre a própria vida. Um exercício de experiência e descoberta não apenas com aqueles e daqueles que a rodeiam, mas de si.

A realizadora japonesa parece fazer uso do ato de filmar em razão de uma urgência pelo sentir. “Filmo para me sentir viva”, diz Naomi Kawase em Carta de Uma Cerejeira Amarela em Flor (Tsuioku no Dansu, 2003), afirmando a relação visceral com seu ofício. Tomar a câmera e filmar é para ela uma necessidade vital. De fato, desde que começou a filmar, ainda aos 18 anos, Kawase se situou no ponto de confluência entre cinema e vida. Pontuada por dramas familiares, a história pessoal de Kawase tem uma potência narrativa que a realizadora passa a explorar mais profundamente em documentários autobiográficos. Ela construiu, ao longo de sua carreira, um cinema que emprega e convoca um olhar íntimo, cuidadoso, “um olhar próximo, atento aos pequenos detalhes, aos pequenos eventos que emergem na superfície da imagem” (REIS FILHO, 2010, p. 77).

E há filmes que nunca terminam. Reverberam em outros projetos de seus realizadores. Aqui, por exemplo, as questões com o pai biológico retornam em outras

películas de Naomi Kawase, como em *Céu, Vento, Fogo, Água, Terra* (Kya Ka Ra Ba a, 2001), obra repleta de encenações e performances com a câmera.

## Busca e dispositivo

*Em Seus Braços* tem como base a situação familiar de Naomi Kawase. O pai a abandona antes do nascimento, e ela é entregue pela mãe aos cuidados dos tios-avós. Kaneichi Kawase, o tio-avô, morre quando Naomi contava 14 anos de idade. A família da garota, então, passa a ser uma única pessoa: Uno Kawase, mãe adotiva, tia-avó biológica, a quem Naomi chama resumidamente de avó. O abandono afetivo do pai biológico e a convivência com Uno são temas recorrentes nos documentários pessoais da realizadora, produções independentes e intimistas que não foram descontinuadas mesmo após o ingresso de Kawase no circuito cinematográfico com o longa-metragem *Suzaku* (*Moe no Suzaku*, 1997).

*Em Seus Braços* começa a se delinear no momento em que Naomi, aos 23 anos, empunha a câmera com um objetivo em mente: procurar o pai biológico. Tal propósito desencadeia uma jornada pessoal, um processo de busca que se coaduna à filmagem. Assim sendo, *Em Seus Braços* se aproxima de um conjunto de filmes que Bernardet (2014) reúne sob a nomenclatura de “documentários de busca”, termo forjado para sistematizar as características em comum de dois documentários brasileiros: *Um passaporte húngaro* (2001), de Sandra Kogut, e *33* (2002), de Kiko Goifman.

[...] são projetos que partem de um alvo bastante preciso, bastante determinado, mas os cineastas não sabem se esse alvo será atingido. Portanto, a filmagem tende a se tornar a documentação do processo. Não há uma preparação do filme (a preparação é a própria filmagem), não há uma pesquisa prévia; a pesquisa, que frequentemente no documentário é anterior à filmagem, é a própria filmagem. (BERNARDET, 2014, p. 210)

Kogut filma-se ao longo do percurso burocrático para obter passaporte e nacionalidade húngaros, o que a leva também a vasculhar o passado de sua família. Goifman, com intuito similar ao de Kawase, procura a mãe biológica. Os realizadores

têm um desígnio definido, mas percorrem um caminho de incógnitas e indeterminações ao persegui-lo, evidenciando a dinâmica de “atualização de virtualizações” que caracteriza o cinema documentário (REZENDE, 2013, p. 19).

Nesses projetos audiovisuais tão pessoais e autobiográficos, a filmagem, ato produtor de subjetividade, permite que o realizador engendre processos de diferenciação, inventando-se e experimentando-se com a imagem. O sujeito, transitório e moldável, se ultrapassa a cada contato com as forças e afetos que o atravessam (MIGLIORIN, 2015, p. 67). Conclui-se, a partir de Bernardet, que a filmagem é o momento crucial desses filmes. A câmera, mais que aparato de registro, assume um poder catalisador, explorando a dimensão virtual do mundo, disparando subjetividades, provocando acontecimentos. Foi Jean Rouch um dos pioneiros a reconhecer o caráter estimulante e as potências subjetivas da câmera, aspectos explorados explicitamente em *Crônica de um verão* (*Chronique d'un été*, 1961) (RENOV, 2004, p. 178). Kawase se posiciona de forma similar a Rouch ao descrever o papel que a câmera assume na realização de seus documentários, especialmente naqueles em que ela filma a tia-avó:

NK [Naomi Kawase]: (...) Comecei a filmar com a consciência de que a câmera estava ali. De modo que a Naomi Kawase de todos os dias, que casualmente carregava uma câmera e casualmente captava algumas coisas interessantes em celuloide, começou pouco a pouco a criar conscientemente com a câmera. Esse é o enfoque que adotei. Há um olhar adicional, que surge quando me dou conta de que “estou olhando de determinada maneira” ou “minha tia-avó está olhando de determinada maneira”.

AG [Aaron Gerow]: O que significa que, em vez de gravar objetivamente uma relação que já existe, você cria uma relação distinta usando a câmera como uma espécie de mediador?

NK: Sim, em certo sentido sinto que superei algo. Essa espécie de preocupação, de ansiedade. Tinha mais determinação, sentia que se conseguia algo distinto, era excitante. Pensei “tenho uma câmera” (risos). Deixei de pensar em como seria se a câmera não estivesse ali, e tentei conseguir isso com a postura de quem efetivamente tem uma câmera.

AG: Nesse sentido, em vez da ideia, bastante corrente na teoria documental, segundo a qual a câmera destrói a realidade ao interferir nela, você usa a câmera como uma ferramenta positiva, não para destruir, mas para criar uma realidade.

NK: Sim, é exatamente assim. Ainda que seja certamente um documentário, desde Caracol [*Katatsumori*, 1994] tive a convicção de que o resultado era um mundo que eu mesma havia criado. Creio que



isso é perceptível tanto nos documentários quanto nos filmes de ficção que vieram depois. (GEROW, 2008, p. 115)

Sob essa perspectiva, o documentário desvia das pretensões de representação e passa a operar mecanismos de atualização, através dos quais “algo que não existia, ou que existia como virtualidade, ganha uma forma atual e concreta, material” (REZENDE, 2013, p. 19). Essa operação se dá no momento da tomada; portanto, para além de uma análise do documentário como produto audiovisual, precisamos considerar sua dimensão processual, isto é, as circunstâncias da filmagem e as questões éticas e estéticas que conduzem a aproximação entre realizador e assunto filmado.

No emaranhado de virtualidades em que o realizador se embrenha, faz-se necessário criar um dispositivo de filmagem para gerir o fluxo de controle e descontrole entre filme e mundo. Entendendo *dispositivo* como “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes” (AGAMBEN, 2005, p. 13), compreende-se que instituir um possível para filmar — no sentido de inventar condições, regras e modulações para que imagens surjam — é dispositivo fundante de *Em Seus Braços*. Naomi Kawase cria uma espécie de jogo, estipula regras e condições autoimpostas, de modo a cumprir a tarefa neguentrópica de conformar o imprevisível em narrativa.

Ao trazer o conceito de imagem-experiência em *Eu Sou Aquele Que Está de Saída* (2008), Cezar Migliorin explica que criar um dispositivo de filmagem faz com que o realizador opere forças que extrapolam o cinema e apareça como experimentador (MIGLIORIN, 2008, p. 12). Para ele, a imagem-experiência é antes de tudo um convite ao lugar de incertezas e imprecisões da experiência. É um “encontro com um não-sei-o-que de possibilidades” (Idem, p. 113) Um conjunto de sons, planos, gestos, coreografias, seres, corpos que se relacionam.

Ainda que Kawase faça eventuais confissões sobre a filmagem, o dispositivo de busca de *Em Seus Braços* não é descrito explicitamente. Podemos inferi-lo, considerando-o operacionalmente como o conjunto de diretrizes que orientam a trajetória da realizadora. Assim, o dispositivo de busca se manifesta de forma mais concreta quando Kawase obtém o registro civil do pai. A partir deste documento, que contém todos os dez endereços em que o pai morou nos últimos 20 anos, ela cria um itinerário e se submete a percorrê-lo. Através desse périplo pelas antigas residências do pai, espalhadas pelas províncias de Osaka e Hyôgo, Kawase empreende um acercamento tímido. Caso apresentasse qualquer urgência pelo encontro, seria mais útil para o processo de busca que Kawase se dirigisse ao endereço mais recente. Mas ela tinha outras intenções, como revelou posteriormente em *master class* proferida no Festival de Cine 4+1:

Depois de se separar de mim, meu pai se mudou para dez lugares diferentes. Durante 20 anos, viveu em várias casas. Eu fui a cada uma delas. Evidentemente, meu pai já não estava lá. O que eu buscava eram apenas suas memórias e o rastro de que ele havia estado ali. Tratava de sentir o que ele havia vivido. Eu ia de cidade em cidade. E filmava o pôr do sol, uma árvore balançando ao vento, escutava as crianças brincando. Filmar esse tipo de cenas era o importante para mim. Provavelmente as memórias de meu pai e de minha mãe sejam iguais ao que eu gravei. Fui recriando-as. Como dizia inicialmente, eu havia experimentado a beleza de gravar o tempo com a câmera 8mm. Portanto, não é que meus pais tenham me dito pessoalmente, eu simplesmente fui a esses lugares e tratei de recuperar e regenerar esse tempo perdido que eles viveram. Para mim, esse tempo nunca existiu. Não pude conviver com eles, portanto eu mesma regenei esse tempo. (FESTIVAL DE CINE 4+1, 2011)

Compreende-se, então, que Kawase não busca imediatamente o pai em sua materialidade, o encontro físico. Ela hesita frente à possibilidade de encontrá-lo e não ser reconhecida, o que significaria para ela a negação de sua própria existência (FESTIVAL DE CINE 4+1, 2011). Ao percorrer as casas do pai, Kawase pretende atualizar em imagens as memórias que os locais suscitam. Filmar os ambientes em que ela poderia ter convivido com os pais é uma forma de experimentar passados contingentes. Ela também explora essa “memória dos objetos”, a “sobrevivência de seu passado em seu presente” (REZENDE, 2013, p. 20), ao visitar uma antiga residência da mãe e os locais onde foram tiradas algumas de suas fotos de infância. Ela superpõe

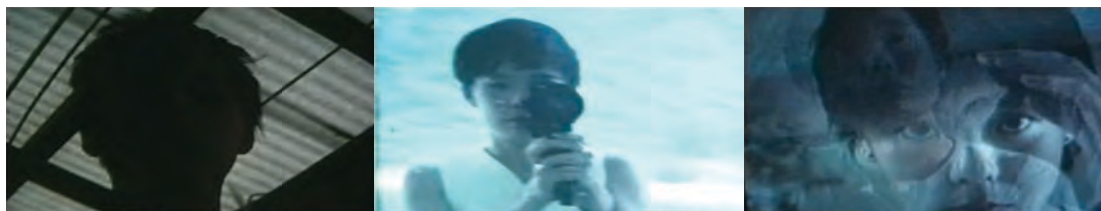
as fotos a esses ambientes e, ao passo que estes permanecem inalterados, as pessoas fotografadas desaparecem. O filme de Kawase fala mais de memórias fragmentadas e do sentimento de ausência, em vez de descrever propriamente a história pessoal do pai e da mãe. Ela efetua, dessa forma, a passagem do particular ao universal.

### **Concatenando a busca**

O gesto de montar o filme também nos parece relevante ao considerar um filme fundado por um dispositivo de busca. Como a luz se inscreve na película, a montagem também é uma escritura, campo em que os descontroles permanecem. De acordo com Migliorin, a montagem é o lugar de manutenção do dispositivo como seara em que acontecimentos podem se dar. Isto é, a montagem mantém a potência do dispositivo respeitando a sua contingência temporal ou apresentando o germe de desestabilização no processo mesmo de organização das imagens. Montagem como modo de conhecimento, lugar que permite acesso ao dispositivo numa instância para além do visível (MIGLIORIN, 2008, p. 33). Portanto, resta-nos identificar quais outros materiais Kawase utiliza para concatenar seu filme, e que sentidos eles agenciam.

É a partir do gesto de montar *Em Seus Braços* que a realizadora empreende diversas colagens e sobreposições ao longo de todo o filme. Vozes em off, gravações telefônicas, relatos pessoais. O som quase nunca coincide com a imagem. Miranda explica que o que se extrai dessa composição assíncronica gira em torno não de uma complexidade suscetível de interpretação, mas de um sensível equilíbrio entre contrastes e deslizamentos “entre a série de buscas de uma mulher jovem que deseja resolver o quebra-cabeças de sua própria origem e seu impulso de completar a si mesma naquilo que não pode ser narrado: naquilo que simplesmente é” (MIRANDA, 2011, p. 103).

Timelapse, contraluz, sombras, imagens fragmentadas (figuras 01, 02 e 03). A realizadora implica o próprio corpo em jogos de enquadramento com a câmera que remetem a um processo de autoconhecimento e investigação. Como se pudéssemos ver os rastros de uma presença fantasmagórica que busca atestar a própria existência.



Figuras 01, 02 e 03: Naomi Kawase implica o próprio corpo na filmagem como parte de um processo de investigação. Fonte: Reprodução.

Certidão de nascimento, fotografias do passado: memórias de infância. Feridas na pele. Para dar a ver o processo de busca pelo pai (e por si mesma) no filme, Kawase constrói uma espécie de inventário de si e do que a rodeia. Há casas, há natureza, há o vento. De modo semelhante às obras em que a realizadora filma sua tia-avó, Uno Kawase, há gestos simples, como o de cantar e o de aguar as plantas do jardim. Há também o que Renov chama de “câmera compartilhada”, nos momentos em que Naomi e Uno enquadram uma a outra e propõem expressões, atividades, encenações, brincadeiras com a máquina filmadora. De acordo com o autor, esse agenciamento tensiona a autoria da obra e produz descontroles na direção, produzindo e reafirmando redes subjetivas entre os participantes do filme (RENOV, 2004, p. 224). Essa relação orgânica com a câmera potencializa a dinâmica de atualização de virtualidades, sobretudo o “eixo da trans-subjetividade”, relacionado às questões que regem a interação entre a pessoa que filma e a pessoa filmada (REZENDE, 2013, p. 21). O diálogo entre Naomi e Uno, mediado pela câmera, faz germinar novos acontecimentos e situações.

É por esta aproximação entre Naomi e Uno que *Em Seus Braços* se alinha ao conceito de *etnografia doméstica*, termo com o qual Renov caracteriza uma prática autobiográfica que une interrogações ou motivações pessoais ao interesse etnográfico de documentar a vida de pessoas próximas ao realizador: parentes, familiares. Ao contrário dos filmes etnográficos que se interessam pelo Outro exótico ou pelo Outro de classe, na etnografia doméstica “o Outro é um membro da família que desempenha

mais o papel de contraponto ou espelho de si do que fonte para pesquisa social ou científica” (RENOV, 2004, p. 216).

Nos momentos interativos em que Uno toma a câmera e filma Naomi, o corpo da realizadora se inscreve na imagem, remetendo ao princípio de “coimplicação” que a etnografia doméstica pressupõe. Em diversos outros planos, Kawase enquadra seu reflexo ou a própria sombra. A presença visível da realizadora funda um circuito de legitimação recíproca entre filme e corpo filmado, de modo que a filmagem seja, antes de tudo, uma experiência à qual o corpo é submetido (COMOLLI, 2008, p. 283). De acordo com Comolli (Idem, p. 285), esta é uma forma de o cinema se distanciar do “devir-espetáculo do mundo”, na medida em que o filme escapa da lógica representativa mimética, sendo, na verdade, o registro da afetação que a filmagem suscita. Neste caso, o documentário é o registro dos acontecimentos disparados por ele mesmo, colocando em cena o corpo atravessado pelas circunstâncias da filmagem, em vez de se fundar na representação de uma realidade preexistente. Com efeito, nos documentários de Kawase – seja abordando as complexas relações com o pai e a tia-avó, ou até mesmo no filme em que ela grava o próprio parto –, a realizadora se submete a experiências pessoais que lhe escapam ao controle e se coadunam à filmagem. Portanto, através dos dispositivos que elabora para se aproximar do Outro familiar e de si mesma, Kawase encara o cinema como a criação de formas de sentir.

## Referências

AGAMBEN, Giorgio. **O que é um dispositivo?** In: outra travessia: Revista de Literatura do Programa de Pós-Graduação em Linguística UFSC. Florianópolis, 2005.

BERNARDET, Jean-Claude. Documentários de busca: 33 e Passaporte Húngaro. In MOURÃO, Maria Dora; LABAKI, Amir. (orgs.). **O cinema do real**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

COMOLLI, Jean-Louis. **Ver e Poder**: A inocência perdida: cinema, televisão, ficção, documentário. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.



FESTIVAL DE CINE 4+1. **Master Class: Naomi Kawase (Festival de Cine 4+1, 29/10/2011).** Vídeo (127min14s). Disponível em: <<https://youtu.be/sQm2a6WsjdU>>. Acesso em 25 ago. 2015.

GEROW, Aaaron. El tema soy yo: Entrevista con Naomi Kawase (1988-2000). in LÓPEZ, José Manuel (Org.). **El cine en el umbral**. Madri: T&B Editores, 2008.

MIGLIORIN, Cezar Avila. **Eu sou aquele que está de saída**: dispositivo, experiência e biopolítica no documentário contemporâneo. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, CFCH/ECO, 2008.

\_\_\_\_\_. **Cartas sem resposta**: A internet, a educação, o cinema e o Luciano Huck. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

REIS FILHO, Osmar Gonçalves. **Reconfigurações do olhar: o háptico na cultura visual contemporânea**. In: Visualidades: Revista do Programa de Mestrado em Cultura Visual I Faculdade de Artes Visuais I UFG. – V. 10, n.2 (2012). Goiânia: UFG/ FAV, 2012.

MIRANDA, Luis. Dar à luz. Naomi Kawase. In: MAIA, Carla e MOURÃO, Patrícia (org.): **O cinema de Naomi Kawase**. Rio de Janeiro: CCBB RJ, 2011.

RENOV, Michael. **The subject of documentary**. Minnesota: University of Minnesota, 2004.

REZENDE, Luiz Augusto. **Microfísica do documentário**: ensaio sobre criação e ontologia do documentário. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2013.

## **Imagens que falam: narrativas visuais e complexidade no documentário televisivo de Fernando Gabeira<sup>1</sup>**

**Bruno Teixeira Chiarioni<sup>2</sup>**

### **Resumo**

O artigo tem como propósito refletir sobre a escritura da subjetividade no documentário televisivo de Fernando Gabeira. A partir da teoria da *escritura* de Roland Barthes, que remete à palavra problemática e intransferível do escritor moderno, busca-se surpreendê-la na subjetividade, nas inesperadas pautas e no caráter não-assertivo do discurso de Gabeira. Busca-se também identificar o conceito de *imagem complexa*, empreendido por Josep Maria Català, a partir da hipótese que esta narrativa gaberiana sugere elementos de complexidade na narrativa televisual, estabelecendo novas interpretações entre as linguagens verbais e visuais.

### **Palavras-chave**

Imagem; Narrativa; Escritura barthesiana; Complexidade; Fernando Gabeira.

### **I. Introdução**

Gente do Brasil era uma categoria que entrava suavemente em nosso vocabulário para nunca mais sair, até o fim do exílio. Eram chamados de gente do Brasil ou gente da terra. Você passa grande parte da vida esperando a chegada de gente do Brasil, da opinião de gente do Brasil ou mesmo das notícias que vieram com um cara da terra. Porque na terra, amigo, é que se sabe de tudo; na terra, amigo, é que está na realidade: de que adianta fazer castelos no ar aqui no exílio, de que adianta traçar estratégias mirabolantes em bares cercados de neve, se tudo terá de ser resolvido na terra, se a resposta para todas as perguntas se encontram na terra? De que adianta, inclusive, pensar alguma coisa que não seja a terra, imaginar a felicidade fora da terra (GABEIRA, 1980, p.41).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 - Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação e Semiótica. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)  
Contato: emaildochiarioni@gmail.com

O excerto que abre este artigo consta em *O Crepúsculo do Macho – depoimento*, escrito por Fernando Gabeira, e publicado em 1980. O trabalho é uma reportagem reflexiva sobre toda a experiência dos que viveram os duros anos da ditadura militar.

No exílio, a vida enquanto recomeço. Longe da terra, é preciso reaprender a respirar, com o ar quente dos pensamentos, e povoar-se novamente no desconhecido a desbravar. Em suas escritas, Gabeira:

Ouvia tudo com muita atenção. A quantidade de informações que uma pessoa recolhe quando chega ao país é sempre muito grande. Minhas cadernetas estavam cheias de rabiscos até que um dia decidir perdê-las. O que ficar na memória, ficou porque mereceu (GABEIRA, 1980, p. 53).

Memórias. Trajetórias. Experiências. Os acontecimentos nas dobras da vida.

Setembro de 2013. Depois de décadas na política, atuando como deputado federal, além de candidato a presidente da República, prefeito e governador do Rio de Janeiro, Fernando Gabeira decidiu voltar a se dedicar exclusivamente ao jornalismo, com o qual sempre manteve ligação afetiva. Ele estreou um programa semanal de grandes reportagens e entrevistas no canal a cabo Globo News.

O jornalista que um dia descuidou da reportagem por uns tempos para ocupar o tempo de outros jornalistas com suas histórias exilares passou a debater temas ligados a interesses de brasileiros nas edições de seu programa televisivo dominical. A atração homônima abarca reportagens de que diríamos que são narrativas intimistas voltadas ao interesse comum mas também ao indivíduo, pautadas por longas entrevistas, em torno de assuntos insólitos, que diríamos conversas criticamente distanciadas das imposições do noticiário, ainda que afetivas, pausadas, orquestradas por uma voz inconfundível e uma enunciação própria.

*Fernando Gabeira* apresenta pautas variadas: os andarilhos da Via Dutra, rodovia que liga São Paulo ao Rio de Janeiro; os percalços e os improvisos dos candidatos à presidência de partidos menores; o retorno à Ilha Grande, onde ele ficou preso na ditadura militar; o naturismo como fonte de turismo em cidades litorâneas – movimento que Gabeira engajou como luta política; a grande seca que assola a

produção agrícola; os mineiros do sonho americano; a crise em Macaé, cidade considerada capital brasileira do petróleo; a trajetória do homem que vive há 30 anos em praia deserta, debaixo de uma pedra; a história de Noiva do Cordeiro, cidade das belas agricultoras, entre tantos outros temas.

Nas reportagens que conduz, Gabeira é repórter e também escritor. Como destaca Fernanda Torres:

Gabeira sempre se manteve à margem, no acostamento, cruzando a pista vez por outra, mas no contra-fluxo, na contracorrente. Vendo-o na TV, interessado por uma escolha tão radical de vida, me veio a sensação de que a obra era um elogio ao livre-arbítrio. Uma quase autobiografia” (TORRES, *Folha de S.Paulo*, 04/10/2013).

Na atração, notadamente tem-se o resgate do repórter às antigas, um sábio das palavras, que une a experiência às narrativas dos outros, tendo a influência nobre do *New Journalism* americano da década de 1960, que revolucionou o jeito de se fazer reportagens ao resgatar as técnicas da literatura na maneira de se produzir histórias. O movimento trouxe frescor ao quebrar os padrões formais da reportagem clássica ao permitir um aprofundamento dos assuntos a partir de uma narrativa mais complexa, viva, agora capaz de propor uma aproximação verdadeira entre o repórter e o fato reportado.

Para Tom Wolfe, era:

absolutamente importante estar ali quando ocorressem cenas dramáticas, para captar o diálogo, os gestos, as expressões faciais, os detalhes do ambiente. A ideia era dar a descrição objetiva completa, mais alguma coisa que os leitores sempre tiveram de procurar em romances e contos: especificamente, a vida subjetiva ou emocional dos personagens (WOLFE, 2005, p.37).

Norman Mailer, Truman Capote e Gay Talese também propunham um jornalismo mais visceral, vívido, circunstanciado a partir de uma rigorosa apuração e compreensão das múltiplas realidades de um fato. O caráter subjetivo das personagens, a reprodução de diálogos, a descrição minuciosa das cenas, a atuação do

repórter enquanto autor presente, além da valorização das condições de produção de uma história eram pontos essenciais na condução dessa escrita então insurgente.

As coisas mais importantes que se tentava em termos de técnica dependiam de uma profundidade de informação que nunca havia sido exigida do trabalho jornalístico. Só através das formas mais investigativas de reportagem era possível, na não-ficção, usar cenas inteiras, diálogo extenso, ponto de vista e monólogo interior. Por fim, eu e outros seríamos acusados de “entrar na cabeça das pessoas”... Mas exatamente! Entendi que essa era mais uma porta em que o repórter tinha de bater (idem, *ibidem*, p.38).

No prólogo para a edição espanhola de *El nuevo Nuevo Periodismo*, Robert Boynton, coordenador do programa de pós-graduação da Universidade de Nova York, sentencia que num futuro próximo, o jornalismo será voltado a notícias breves ou para reportagens de profundidade. Ele define que a “grande reportagem deve seduzir, convencer e cativar seus consumidores. E, por conseguinte, a forma como se apresenta é extremamente importante” (BOYNTON, 2005, p.13).

Em entrevista ao programa *Diálogos*, também exibido pela Globo News, e comandado por Mario Sérgio Conti, o diretor da Fundação Gabriel García Marquez, Jaime Abello, reforça a necessidade do chamado “jornalismo de autor, alguém que faça uma magistratura dos fatos, alguém que realmente ponha em branco e negro a informação baseada em fatos” (GLOBO NEWS, 2015).

O pensamento de Abello se aproxima da proposta ofertada pelo próprio Gabeira quando conceitua que seu programa, enquanto enunciado, “faz o telespectador pensar um pouco, a não ver as coisas só preto no branco, mas as nuances. Um trabalho que estimula as pessoas a pensar no que estão entregando” (GABEIRA, YOUTUBE).

Nas gravações, Fernando Gabeira também retorna frequentemente a temas de sua própria jornada, em passagens registradas em seus livros, publicados ao longo de mais de quatro décadas, em uma clara identificação entre o repórter e o caminhante; o escritor e as circunstâncias; o político e os enfrentamentos; o brasileiro e os anódinos do cotidiano.



Gabeira é o retrato do homem livre a partir da condução de uma reportagem “rigorosamente reportada, psicologicamente astuta, sociologicamente sofisticada e politicamente consciente, que pode se tornar mais popular e influente” (BOYNTON, 2015, p.15). Uma alternativa necessária e atual num momento em que os modelos de negócio e o próprio jornalismo estão atravessando uma profunda transformação. Os avanços tecnológicos, com a instantaneidade da internet e a proliferação das redes sociais, chegaram para colocar em xeque o próprio papel e o lugar do profissional na sociedade.

Para Bucci, o “jornalismo resiste como um campo discursivo que ainda carrega a pretensão de, no interior do relato que propõe, conter, sistematizar e representar de modo inteiramente neutro a objetividade dos fatos. Como se essa objetividade neutra fosse possível” (BUCCI, 2004, p.30).

É necessário destacar que, na busca pela informação asséptica, livre de sensibilidade crítica e contextos, o meio tornou-se refém da superficialidade, como constata Di Franco, uma vez que “o repórter age e reage como um marginal do acontecimento. Antigamente, não. Antigamente o profissional sofria o fato na carne e na alma” (DI FRANCO, *O GLOBO*, 02/02/2015).

Ao apontarmos a análise do jornalismo brasileiro para a televisão, Bruck é enfático ao reforçar que o repórter cada vez mais se distancia de sua suposta função de mediador do real. “De quem intervém, no sentido de problematizar e questionar o acontecimento para oferecer melhores possibilidades de compreensão ao telespectador” (BRUCK, 2012, p.67). E discorre que um dos efeitos da busca por soluções e modelos narrativos foi o surgimento de “uma estrutura estandardizada e homogeneizadora da notícia na televisão em que a sequência off-passagem-sonora “impôs-se praticamente como regra [...] uma estrutura narrativa que só alimenta os riscos de simplificação e reducionismo do acontecimento” (idem. Ibidem, p.67).

Observa-se, portanto, como ressalva Bruck, que já há algum tempo o jornalismo distanciou-se da memória e da História, uma vez que:

É o agora passante. Em instantes, o agora passado. Talvez o close de uma câmera nervosa e trêmula, em alguns momentos desfocada, baldeando pela paisagem e ao vivo – visada que se perderá para sempre – seja, hoje, a mais pertinente metáfora da notícia. O aparente. O mundo da notícia é o do fragmento (idem. Ibidem, p.63).

Por outro lado, nos últimos dez anos, é notório destacar o crescimento no número de programas de grande reportagem, com pautas urgentes, candentes, bombásticas, apocalípticas, exibidos na televisão brasileira tendo como alguns exemplos: *Profissão Repórter* (Globo); *Conexão Repórter* (SBT); *Câmera Record*, *Repórter Record Investigação* e *Repórter em Ação* (Record); *A Liga* (Band), além dos já tradicionais *Globo Repórter* (Globo) e *SBT Repórter* (SBT).

Por abarcarem públicos diversos e serem programadas para TV aberta, essas atrações intensificam o papel do repórter como figura onipresente nas narrativas e trazem histórias em que há distorções ou abusos na construção de hiperrealidades cotidianas – ou o que Barthes chama “mito” –, comitentes a índices de audiência medidos pelo Instituto Ibope, que afere a quantidade de telespectadores afetados. É a grande reportagem televisiva dos anos 2000 como instrumento em potencial na disputa dos números.

Assim, torna-se necessário pesquisar a narrativa de *Fernando Gabeira* com um olhar mais apurado, assinalando os modos de ruptura com as práticas atuais do teledocumentário, indagando se estaríamos diante de um novo jornalismo praticado na TV e tratando de imputar-lhe linhas nobres de influência.

## II. Sobre a *escritura* de Gabeira

O conceito barthesiano de *escritura*, formulado em *O grau zero da escritura*, é a principal fonte teórica das reflexões acerca da índole discursiva do programa *Fernando Gabeira*. Nesse livro, Barthes a define como a “moral da linguagem”, e

explicita o conceito como complementar ao de um estilo. Trata-se, portanto, da via em que o escritor manifesta seu engajamento ou sua presença no meio em que atua. A *escritura* cuja função “não é mais comunicar ou exprimir apenas, mas impor um além da linguagem que é, ao mesmo tempo, a História e o partido que nela se torna” (BARTHES, 1971, p.117).

Como detalha Motta, a *escritura* é a palavra que distingue:

entre a língua comum de que parte o escritor, uma literatura exaurida, um passado das belas-letras, cujos protocolos já não valem mais para os modernos e os muito modernos, e uma nova instância da expressão, uma tentativa de inserção de alguma outra coisa, íntima e pessoal, nesse fundo saturado (MOTTA, 2011, p.65).

Estabelece-se, pois, um entendimento sobre o jornalismo diferentemente do conceito de objetividade que passa a vigorar no início do século XX, a partir do surgimento de normas e regras de como o profissional deve se situar nos diferentes meios de comunicação. “Sai de cena o sujeito observador que faz um testemunho do fato e abre-se para uma instituição que faz a mediação entre a sociedade e o fato” (HEIDY, 2009, p.155).

Em diálogo com Barthes, a *escritura* como a “autoridade do estilo, vale dizer, o elo completamente livre entre a linguagem e seu duplo de carne, que impõe o escritor como um Frescor acima da História” (BARTHES, 1971, p.123). Motta traz a interpretação proposta por Barthes que “vê na *escritura* a intromissão do corpo, a fresta por onde passa o sujeito sensível” (MOTTA, 2011, p.66). Em diálogo com Barthes, “língua e estilo são forças cegas; a *escritura* é um ato de solidariedade histórica. Língua e estilo são objetos; a *escritura* é uma função” (BARTHES, 1971, p.124).

Em compreensão, tem-se o repórter como um sujeito em busca de sua própria escritura, que floresce no tempo de sua escrita e da própria narrativa - tanto a contada quanto a vivida. Para Sontag, Barthes “interpreta a escritura como uma forma idealmente complexa de consciência, uma forma de ser ao mesmo tempo passivo e

ativo, social e antissocial, de estar presente e ausente em sua própria vida” (SONTAG, 2005, p.90). Assim, define-se a escritura enquanto a escrita do escritor (PERRONE-MOISÉS, 2013). Ou, indo além, como uma “escrita de si mesmo” (SONTAG, 2005, p.89).

A notar que essa tomada de consciência pede para ser vista como adversária do “mito”, que Barthes entende como prolongamento da ideologia dos discursos. Daí o interesse de *Mitologias*, com suas muitas análises da retórica das mídias, para este trabalho. Tanto que Barthes declara que o “ponto de partida dessa reflexão [*sobre o “mito”*] era, o mais das vezes, um sentimento de impaciência frente ao “natural” com que a imprensa, a arte, o senso comum mascaram continuamente uma realidade” (BARTHES, 2013, p.11).

Nas páginas de seu livro referência, Barthes também avança os estudos acerca do jornalismo, ao refletir que o mesmo está “totalmente voltado para a tecnocracia [...] a opinião do especialista é mais requerida do que a do sábio universal” (BARTHES, 2013, p.127), quando não muito para o fenômeno chamado *fait divers*, a informação que “constitui um ser imediato, total, que não remete, pelo menos formalmente, a nada de implícito” (BARTHES, 1971, p.59).

Ao propor um programa televisivo de grande reportagem, em que se busca a reflexão ante a informação frívola ou o diálogo que leva ao conhecimento, Gabeira refuta o pensamento de um jornalismo bombástico, imediatista, instantâneo e frívolo, adotado por muitos programas do gênero. Eis o confronto diante do “mito” que “deforma; o mito não é uma mentira nem uma confissão: é uma inflexão” (BARTHES, 2013, p.221).

Para este autor, o programa de Gabeira reorganiza sentidos, ao se posicionar como uma espécie de “*bouvelard gabeiriano*”: o repórter que revisita passagens e ressignifica a própria travessia. “Ao contar de dentro, como testemunho, Gabeira bota uma enorme carga de experiência, acumulada no corpo-a-corpo com o real, na dimensão da história de todos nós” (ARRIGUCCI JR, 2001, p.120).

Na edição que abre a temporada 2014 do programa, Fernando Gabeira retorna à Ilha Grande. No programa televisivo, ele confidencia:

Eu estou aqui no porão do navio Tenente Loretti. Um navio mítico, porque levava todos nós, prisioneiros, à Ilha Grande. Não há um prisioneiro que tenha passado pela Ilha Grande que não se lembre do Tenente Loretti, agora em estado de degradação. Ele está sendo recuperado para integrar o museu da Ilha Grande. Eu vou à Ilha Grande, não no Tenente Loretti, porque ele não consegue mais viajar, mas vou me encontrar com um preso que está lá e que decidiu, apesar da implosão do presídio pelo Governo, morar lá. Continuar ao lado do presídio. Nós vamos conversar sobre essa história, inclusive sobre o destino de tantos cachorros que existiam no presídio e foram jogados no mato no momento da implosão (GLOBO NEWS, 2014).

Citando Barthes, “aí está o exemplo de uma escritura cuja função já não é apenas comunicar ou exprimir, mas impor um “para além da linguagem” que é ao mesmo tempo a História e o partido que nela se torna” (BARTHES, 2004, p.3).

### III. Imagens que falam e complexidade

Outra análise possível trazida pelo programa *Fernando Gabeira*, inseparável à primeira sobre a escritura barthesiana, é a noção de imagem complexa sugerida pelo teórico Josep Maria Català, pesquisador da Universidade Autônoma de Barcelona. Para ele, “a imagem já não existe, existem em todo caso as imagens, sempre no plural” (CATALÀ, 2005, p.43).

Català aprofundou seus estudos sobre o audiovisual, a partir da consciência de uma transição da cultura da imagem para uma cultura visual nas imagens em fluxo nas mídias. Eis a noção da complexidade a partir do entendimento de uma “imagem aberta” (CATALÀ, 2005, p.47).

Para o autor, as imagens complexas podem ser compreendidas dentro de um fenômeno em rede, a partir de seu caráter aberto, múltiplo, híbrido. As imagens de *Fernando Gabeira* sugerem uma jornada de investigação acerca do tema proposto,



bem como a trajetória de um ser humano. A do próprio Gabeira. Em cinquenta anos de atividade pública, Gabeira traçou caminhos pela história política e cultural do país. Porém, ele jamais se fixou num dos muitos papéis que lhe couberam: o de revolucionário, ecologista, guerrilheiro, deputado, exilado, jornalista, ativista, cidadão, entre tantos outros. “Fernando Gabeira tornou-se um nome mítico” (BRANDÃO In: MORAES NETO, 2009, p.8).

Brandão questiona-se ao enfatizar passagens pertinentes à vida e obra de Gabeira:

Como se pode ter vivido tanto, passado por tantas situações diferentes e limites, com absoluta coerência, sempre com uma linha bem traçada de postura e conceito de vida? Como manter a visão lúcida dentro do aparente caos das coisas? Em meio ao constante ineditismo de cada instante e do absurdo recorrente da atualidade? De que maneira de ajustar sempre a tempos mutantes sem deixar de ser a mesma pessoa, ter o mesmo pensamento reto de Brasil, mundo e pessoas? Qual a força de Gabeira, sua estratégia, métodos, seu charme? (BRANDÃO In: MORAES NETO, 2009, p.9-10).

Para Moraes Neto, trata-se do “jornalista que um dia virou guerrilheiro: três décadas depois da volta dos exilados, ele revê aventuras, ilusões, sonhos e pesadelos da geração que agitou o Brasil” (MORAES NETO, 2009, p.3). Muitos protagonistas em registros de imagens que não desempenham apenas uma mera ilustração de uma reportagem.

#### **IV. Rastros de uma trajetória**

Para Sarlo, “não há testemunho sem experiência, mas tampouco há experiência sem narração” (SARLO, 2007, p.24). O jornalista também escritor que também, humano.

França aponta que “a televisão é um meio que vem se recriando continuamente enquanto linguagem, passível de diferentes usos, alojando práticas distintas,

acolhendo múltiplos discursos” (FRANÇA, 2004, p.36). Em um diálogo sobre “formatos”, Eliseo Veron se baseia na metáfora do “contrato”, ao destacar que são as modalidades do dizer que vão diferenciar um produto dos concorrentes. “Menos importa “o que” se diz e mais “como” se diz” (VERON, 1985, p.206).

Acredita-se que, na atração televisiva, Gabeira vá em busca da história mergulhada por saberes implícitos e sentimentos compartilhados – “dedicados às pequenas coisas da vida, gestos e falas habituais, objetos e lugares conhecidos, afetos e paixões partilhados” (GUIMARÃES, 2006, p.14).

As narrativas, assim, tecem a experiência vivida e podem aparecer no cotidiano, contadas pelos seres humanos, ajudando-os a viver e agrupando-os, distinguindo-os, marcando seus lugares e possibilitando a criação de comunidades (LEAL, 2006, p. 20).

Em uma das edições de seu programa televisivo, em maio de 2015, Fernando Gabeira viaja a Curitiba para registrar como a Operação Lava Jato, sobre o esquema de corrupção na Petrobras, está alterando o ritmo da cidade. Na atração, tem-se:

A Lava Jato tem esse nome por causa de um posto de gasolina em Brasília, onde começou a operação. Mas o seu nome está ligado a Curitiba, uma cidade que em uma só semana viveu as tensões dos confrontos que feriram mais de 100 pessoas, mas soube achar a felicidade no feriado. A cidade é ao mesmo tempo a capital onde se investiga o maior escândalo do Petrolão e o campo de batalha das cenas mais dramáticas da repressão policial. E como se não bastasse tudo isso, nessa semana, no domingo, o brasileiro fuzilado na Indonésia foi enterrado em Curitiba (GLOBO NEWS, 2015).

Observa-se um formato que possibilita contar “histórias que não só relatam as experiências dos protagonistas, mas também apresentam uma interpretação particular de suas relações com os outros” (YOUNG, 2000, p.76). Assim, o que se vê não é apenas a narrativa em si, mas a narrativa ressignificada pela trajetória de quem as conta. Uma busca pelas reminiscências da jornada: a de uma *escritura*.

“Fazer jornalismo, em resumo, é dizer a alguém o que ele não sabe” (MORAES NETO, G1). Contada por Gabeira, pode-se esperar uma grande reportagem vívida, intensa, ainda mais visceral.

## V. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, João Batista de. *O povo fala: um cineasta na área de jornalismo da TV brasileira*. São Paulo: Senac, 2001.

ARRIGUCCI JR., Davi. *Enigma e comentário: ensaios sobre literatura e experiência*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Difel, 2013.  
\_\_\_\_\_. *O grau zero da escritura: seguido de novos ensaios críticos/ Roland Barthes*; tra. São Paulo: Cultrix, 1971.

BOYNTON, Robert S. *El nuevo Nuevo Periodismo: conversaciones sobre el oficio con los mejores escritores estadounidenses de no ficción*. Barcelona: Universitat de Barcelona, 2005.

BRETAS, Beatriz. *Interações cotidianas*. In: Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano / organizado por César Guimarães e Vera França. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

BRANDÃO, Ignácio de Loyola. *O que foi da geração que sonhou em mudar o Brasil?*, in: MORAES NETO, Geneton. *Dossiê Gabeira: o filme que nunca foi feito*. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

BRUCK, Mohazir Salomão & CARVALHO, Carlos Alberto. *Jornalismo: cenário e encenações*. São Paulo: Intermeios, 2012.

BUCCI, Eugênio & KEHL, Maria Rita. *Videologias*. São Paulo: Boitempo, 2004.

CATALÀ, Josep Maria. *La imagen compleja: la fenomenologia de las imágenes en la era de la cultura visual*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2005.

DI FRANCO, Carlos Alberto. *Jornalismo, alma e rigor*, 2015. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/opiniaojornalismo-alma-rigor-15206497>. Acesso em 05 de fevereiro de 2014.

\_\_\_\_\_. *Fascínio da reportagem*, 2014. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/opiniaofascinio-da-reportagem-14757158?topico=carlos-alberto-di-franco>. Acesso em 13 de janeiro de 2015.

FRANÇA, Vera. *Impessoalidade da experiência e agenciamento dos sujeitos*. In: Entre o sensível e o comunicacional. Bruno Souza Leal, Carlos Camargos Mendonça, César Guimarães, (organizadores). Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.

GABEIRA, Fernando. *Onde está tudo aquilo agora? Minha vida na política*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

\_\_\_\_\_. *O que é isso, companheiro?* São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

\_\_\_\_\_. *Crepúsculo do Macho – depoimento*. Rio de Janeiro: Condecri, 1980.

GUIMARÃES, César. *O ordinário e o extraordinário das narrativas*. In: *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano* / organizado por César Guimarães e Vera França. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

GUIMARÃES, C. FRANÇA, Vera. *Experimentando as narrativas do cotidiano*. In: *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

LEAL, Bruno Souza; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. *Para entender o jornalismo*. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

MORAES NETO, Geneton. *Dossiê Gabeira: o filme que nunca foi feito*. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2009.

MOTTA, Leda Tenório. *Roland Barthes – uma biografia intelectual*. São Paulo: Iluminuras, 2011.

PERRONE-MOISÉS, Leyla. *Lição de casa*, in: BARTHES, Roland. *Aula*. São Paulo: Cultrix, 2013.

SARLO, Beatriz. *Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva*. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2007.

SILVA, Hedy Vargas. *Globo-Shell Especial e Globo Repórter (1971-1983): as imagens documentárias na televisão brasileira*. Dissertação de Mestrado. Campinas, UNICAMP, 2009.

SONTAG, Susan. *Questão de ênfase*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

TORRES, FERNANDA. In: FOLHA.COM. *Andarilhos*, 2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/fernandatorres/2013/10/1351243-andarilhos.shtml>. Acesso em 19 de dezembro de 2013.

VERON, Eliseo. *L'analyse du contrat de lecture: une nouvelle methode pour les etudes de positionnement des supports presse*. In: *Les médias: expériences, recherches, actuelles, applications*. Paris, IREP, 1985.

WOLFE, Tom. *Radical Chique e o Novo Jornalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

## V.I. REFERÊNCIAS AUDIOVISUAIS

*Diálogos*. CONTI, Mario Sergio. Globo News. Brasil: 2015. 23 minutos.

*Operação Lava-Jato*. GABEIRA, Fernando. Globo News. Brasil: 2015. 19 minutos.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8° Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Visita à Ilha Grande. GABEIRA, Fernando. Globo News. Brasil: 2014. 19 minutos.



***Don't be a Drag, just be a Queen:***  
**Corpos, gestos e sonoridades do Gagaísmo<sup>1</sup>**

Carlos Edmário Nunes Alves<sup>2</sup>

**Resumo**

O propósito desse trabalho é observar como a cantora pop norte-americana Lady Gaga usa diferentes artifícios para construir ações performáticas que se entrelaçam nos campos do som e da imagem, e que é através de símbolos imagéticos que ela constitui esse paralelo nas suas narrativas audiovisuais, fortalecendo, desse modo, o que seu *stylist* chama de Gagaísmo<sup>3</sup>. As sonoridades emitidas pela cantora nos seus videoclipes são seguidas dos gestos físicos/corporais, os refrãos entoam o seu nome “Gaga! Gaga! Gaga!”. Essa repetição, por sinal, é uma das características mais presentes desta expressão musical (SOARES, 2014), sendo o refrão colocado em consonância com a construção imagética dos produtos, são junções que dão seguimento as suas performances.

**Palavras-chave**

Corpo; *Performance*; Sonoridades; Videoclipe; Lady Gaga.

O que sentimos ao assistir as imagens frenéticas dos videoclipes da cultura pop? E quando se trata dos produtos e personagens dos videoclipes da cantora pop norte-americana Lady Gaga, o que pensamos sobre? Observar as imagens que se fazem e se desfazem nas suas narrativas é pensar nas construções de figuras reconhecíveis no universo da música e do audiovisual, mas também uma forma de entender a influência da comunicação massiva e pós-massiva e de seus produtos no cotidiano dos indivíduos, e isso é importante se quisermos reconhecer que extensões e trocas simbólicas são postas numa determinada cultura que é veiculada como uma

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da linha de pesquisa Culturas Midiáticas Audiovisuais, da Universidade Federal da Paraíba. e-mail: edmariocom@gmail.com

<sup>3</sup> Termo criado pelo stylist da cantora, Nicola Formichetti, em entrevista para a coluna de moda, da Folha de São Paulo em 2010, fazendo referência a uma nova religião. **O Gagaísmo**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2603201008.htm>. Acesso em 01 out. 2014.

força dominante de socialização: suas imagens e celebridades substituem a família, a escola e a Igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e comportamento (KELLNER, 2001, p. 27).

Nesse sentido, notamos que a cantora atingiu um poder quantitativo de fãs e não fãs nas suas mídias sociais, onde se faz todo o seu percurso artístico cotidiano, as quais agrega mais de 61 milhões de seguidores no Facebook e mais de 50 milhões no microblog Twitter, na grande maioria são fãs que fazem mencionamentos à cantora nas plataformas midiáticas, que utilizam esse espaço para disseminar discursos de reconhecimento imagético, por isso, como lembra Soares (2010), Lady Gaga é uma artista transmidiática, e há uma questão de performance sobre o cotidiano que parece alinhada à perspectiva *poser*, desenvolvendo no terreno das mídias uma clara referência à estetização da vida real através da imagem [Grifos do autor] (SOARES, 2010, p. 8).

É preciso colocar também o modo como os produtos da cultura pop são expostos pelas mídias que “batizam” diversos artistas por suas formas estéticas, denominando-os de acordo com o senso comum, e mais ainda, tratando-os como algo superficial, sem importância, de uma futilidade inerente desse universo. Notamos que grande parte das matérias jornalísticas tratam a cantora como a “exótica”, a “polêmica” e a “estranha”, assim como tratam seus produtos e imagens que carregam uma estética esdrúxula, exagerada e também estranha.

Uma coisa não podemos deixar de perceber: a cantora sabe utilizar os formatos e as propostas audiovisuais para fazer referências à sua *persona*, pois em cada aparição de um videoclipe ou mesmo numa premiação da indústria fonográfica, Lady Gaga esbanja seus signos de criações que fazem dela uma artista reconhecível no campo da subjetividade, delineando suas práticas performáticas através de um corpo simbólico. Com isso, notamos também que é através de pequenos artefatos inclusos nas suas dramaticidades, nas suas cenas que ela faz reverberar e atingir outros imaginários, fazendo com que esse signo possa remeter para a profundidade do

sentido, que um signo possa *trocar-se* por sentido e que alguma coisa sirva de caução a esta troca – Deus, certamente [Grifos do autor] (BAUDRILLARD, 1981, p. 13).

Em 2012, Lady Gaga passa a ser reconhecida como a cantora (abaixo dos trinta anos) que mais lucrou no mercado musical, segundo a revista *Forbes*<sup>4</sup>. Soares (2013), já havia questionado “Por que Lady Gaga importa?”, e as suas performatividades que se mesclam nos discursos sonoros e visuais, nos levando a analisar que Lady Gaga usa o discurso do corpo e o sonoro não só como forma de fruição, mas, também, como demarcação no campo da subjetividade e no campo mercadológico. É importante se atentar aos diversos discursos da cantora, inclusive, em uma de suas entrevistas, a cantora sobre fala da surrealidade da sua arte e diz que: “Eu senti que havia um chamado de liberação, que as pessoas queriam de um pouco de escapismo, e minha arte é sobre isso. Música, vídeos, as roupas que uso, tudo tem um pouco de ilusão, como num universo alternativo surreal e é para esse lugar que quero levar meus fãs”<sup>5</sup>.

É a respeito disso que queremos investigar nesse trabalho, os diversos discursos que a cantora utiliza para construir uma personagem que se torna reconhecível em campos distintos - na música, na arte e no audiovisual. Lady Gaga faz um percurso artístico que mescla vários campos, mas é no videoclipe que ela se torna um ícone relevante, e é através dele que compreenderemos esse paralelo de sinestesia entre som e imagem, entendendo que, para além das configurações sonoras inscritas nos produtos da música, há codificações de gêneros musicais e estratégias das trajetórias individuais dos artistas que implicam em leituras possíveis destes produtos (SOARES, 2012, p. 3).

***Ga-ga-ooh-la-la! Want your bad romance – marcando o refrão na canção***

<sup>4</sup> Revista Rolling Stone. Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/noticia/lady-gaga-lidera-lista-de-celebridades-mais-bem-pagas-abaixo-dos-30-anos/>. Acesso em 24 mar. 2015.

<sup>5</sup> Lady Gaga Fantástico 15.11.09 [Rede Globo Oficial video]HQ. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=neuXLjI8SiA>. Acesso em: 01 jul. 2015.

Uma das primeiras canções da cantora que demonstrou fazer auto-referência foi “Just Dance” (2008), que de início joga no embalo a composição feita com RedOne e Akon, o videoclipe teve uma parceria firmada com o cantor Colby O'Donis. Mas o que muito nos interessa observar é esse sentido de reconhecimento feito para lançar cognitivamente o produto aos consumidores, através do que Tatit (2003) chama de percepções naturais da gramática rítmico-melódica, que ao escutar uma determinada canção, seja pela voz, pelo ritmo dado ao álbum ou por signos sonoros deixados no decorrer da melodia encontrarão o entendimento de que se trata de tal artista. A cantora tem esse entendimento quando compõe e grava uma música, não à toa, o seu segundo nome é mais forte e referencial dentro da musicalidade, quando na canção ou no videoclipe ela faz um chamamento e vocalmente profere “Roma. Roma-ma-ma. Gaga. Ooh-la-la. Want your bad romance”, afinal, foi essa canção que fez Lady Gaga entrar para a história digital levando esse *single* aos dez milhões de vendas, uma canção que está no “EP The Fame Monster”, de 2009.

É comum na música pop a utilização de um discurso sonoro, um *hit* que entoa os refrãos tornando-os repetitivos e referenciais, fazendo com que a canção se torne imagética, se torne um movimento que, além de promover, referencializa no campo mercadológico e artístico, e faz as imagens dançarem no ritmo da música, de tal forma que, na performance da canção, mesclada ao videoclipe a partir de uma certa velocidade de apresentação, o que conta não é mais o que se pode reconhecer como figuras do mundo visível, mas as sugestões puramente icônicas das cores e das formas (MACHADO, 2000, p. 179). Nas suas composições, Lady Gaga deixa claro que sempre pensou em toda a extensão performática, um universo que representava as mais variadas formas de se fazer música, e que, segundo ela

(...) escrevia música para a roupa. Isto é, não crio álbuns e então decido como vai ser o videoclipe. Eu instantaneamente escrevo as coisas ao mesmo tempo, numa espécie de visão completa, a música e o visual, e a maneira como vou apresentá-la no palco. É algo que me vem de uma vez. Então, quando digo que faço música para a roupa é uma metáfora

para ‘faço música para tudo’, para toda a visão da performance. (HERBERT, 2010 p. 132)

É de se compreender que a canção está presente até mesmo na escolha da personagem que foi criada por Lady Gaga a partir do apelido dado pelo produtor musical Rob Fusari, que comparou o estilo vocal da então artista iniciante com o de Freddie Mercury na canção “Radio Ga Ga”, do grupo de rock Queen (SOARES, 2010, p. 05). As sonoridades das canções da cantora se apresentam das mais diversas formas nos videocliques, em “Telephone” (2010) o barulho constante das pisadas das botas, as correntes se movimentando enquanto uma música toca no aparelho de som portátil do presídio e acaba quando o megafone chama por “Lady Gaga”, assim como uma caixa de som avisa, numa das partes internas da prisão, um telefonema que se destina à “Lady Gaga”. Ao prosseguir o videoclipe, notamos barulhos que são remetidos aos de telefones, além das interferências sonoras de falas e ruídos, demonstrando que são esses artifícios que complementam as cenas dessa narrativa, todo o videoclipe parece ter características de narrativas radiofônicas devido aos vários sons que se enaltecem - abertura da porta com barulho da sineta/tapa na bunda de uma das mulheres/tosse/gritos de euforia/talheres e pratos. Assim, notamos que a cantora Beyoncé menciona “You've been a very bad girl, a very very bad bad girl, Gaga” – pela terceira vez o seu nome é evocado, dessa forma, esses aspectos sonoros são construídos pela cantora para demarcar seu estilo e nos faz compreender como a música pop expressa emoções a partir do modo como as letras e sonoridades são interpretadas, embaladas e consumidas (JANOTTI JÚNIOR & SOARES, 2008, p. 105).

Em dois momentos da canção do videoclipe “Judas” (2011), notamos que os barulhos ensurdecadores são contidos com gestos de mãos da cantora, num primeiro momento é o barulho das motos em uma rodovia que são cobertos pela canção quando acenada uma mão, em outro momento são os ruídos de uma multidão enfurecida, o barulho das águas que cobrem a cantora e que serão cortadas pelo erguer das mãos, denotando assim que são cenas orquestradas que se mesclam no paralelo



som e imagem - silêncio/barulho/silêncio/barulho. Nessa canção, o nome da cantora é evocado mais de uma vez - “Judas. Judas. Judas. Gaga!”, com isso, compreendemos que, ao ouvirmos vocativos, imperativos, demonstrativos, etc., temos a impressão mais acentuada de que a melodia é também uma entonação linguística e que a canção relata algo cujas circunstâncias são revividas a cada execução. (TATIT, 2003, p. 3)

Ao cantar refrãos de suas canções, por exemplo, Lady Gaga faz ligações diretas com seu formato sonoro/visual, e denota que o refrão é uma frase musical que se repete ao longo da canção, servindo de baliza para os outros elementos da música de massa (as estrofes, as pontes e os solos), podendo valorizar tanto o ritmo quanto a rima e os aspectos semânticos da letra (JANOTTI JÚNIOR & SOARES, 2008, p. 93-94). As sonoridades emitidas pela cantora Lady Gaga são seguidas dos gestos corporais, demonstrando que em cada novo embalo, em cada novo refrão são postos em consonância com a construção imagética do videoclipe – um bater de palmas, um arrastar de pés embalados por junções das canções, assim podemos dizer que a cantora coloca em paralelo suas canções com o discurso do corpo (GLUSBERG, 2013).

Podemos distinguir duas fases fonográficas em Lady Gaga, a “The Fame” (2008), que estão alguns dos *singles* mais conhecidos do início da carreira – “Just Dance”, “Poker Face”, “Love Game” e “Paparazzi”, já em outro momento temos o EP “The Fame Monster” (2009), que reúne o principal e premiado *single* “Bad Romance” e as canções “Telephone” e “Alejandro”. O segundo álbum de estúdio lançado pela cantora foi o “Born This Way” (2011), que além das canções “Judas”, “Marry The Night”, “Yoü And I” e “The Edge Of Glory”, lança um vídeo-manifesto da canção do videoclipe “Born This Way” (2011), no qual ela é uma “Mother Monster” - “Mãe Monstra” que passa a habitar o mundo dos “normais”, e toma para si o discurso de grupos sociais que sofrem algum tipo de rejeição social. O que podemos notar nesse videoclipe, são as modificações feitas no corpo da cantora que deu um aspecto de monstro, usando uma técnica chamada de *Body Modification*, ao mesmo tempo, ela cria uma legião de fãs nomeados de “Littles Monsters” – “Pequenos Monstrinhos”.

São algumas das canções dos videoclipes desses três momentos que nos interessam para analisarmos as diversas significações em torno da sonoridade musical em Lady Gaga, que além de evocar-se nas canções, faz interferências nas paisagens sonoras com efeitos diretos nas narrativas audiovisuais, alternando com uma presença de fala (TATIT, 2003), principalmente no início das canções com seus refrãos já demarcados, a exemplo da canção “Just Dance” que

“Ela ficava cantando constantemente enquanto estávamos construindo a música. Inserimos pedaços de melodias aqui e ali e começamos a trabalhar nos versos. Então começamos a pensar em como deveria ser o refrão. Estávamos cantando o trecho ‘just dance’. Encontramos uma melodia, mas não tínhamos letra para ela. Então o cara da gravadora veio e disse: ‘Não, não mudem nada. Está perfeita assim, não precisa de letra aqui, só deixem assim: du,du,du... Just dance’. O engraçado é que a música foi escrita em uma hora. Foi mágico!” (HERBERT, 2010, p. 33)

Outro ponto notável nas composições das letras da cantora, é no campo do refrão, tornando-o marcante e com mais facilidade para ser apreendido, como uma espécie de “verso gancho”, nos lembra Soares (2013), que está localizado, de maneira geral, no refrão da canção, e pode ser compreendido como uma espécie de síntese deste momento de convocação do ouvinte (SOARES, 2013, p. 110). Na grande maioria das suas canções, a cantora Lady Gaga fabrica signos de reconhecimento que, além de fazer o público entoar uma referência, demarcam um campo simbólico da memorização musical, é no seu desenvolver que o refrão vai emaranhar-se, na canção do videoclipe “Alejandro” (2010), Gaga clama por “Alejandro! Alejandro! Ale-Ale-Alejandro!”, enquanto as batidas sonoras diminuem, o quadro narrativo audiovisual abre e fecha, ficando escuro/claro/escuro/claro durante 39 segundos que são seguidos pela voz da cantora, novamente uma parada é dada, e a voz de Gaga ganha notoriedade que dura 59 segundos. Notamos que, a composição, em si, já propõe uma dicção que pode ser transformada ou aprimorada pela interpretação do cantor, pelo arranjo ou pela gravação (TATIT, 2003, p. 4), e os movimentos de câmera serão de

grande importância nesse processo de construção da narrativa criando uma ponte entre o som e a imagem, como é o caso do videoclipe “Yoü And I” (2011), enquanto a cantora dança em um celeiro repetindo o refrão “You, you and I”, os movimentos de câmera parecem dar mais euforia à canção, assim como em “Paparazzi” (2009) que ganha os movimentos instantâneos do áudio e da repetição “Pa-pa, Paparazzi” e, ao final, o barulho dos flashes das máquinas fotográficas. Essas canções de Lady Gaga são algumas dentre as muitas que podemos notar que as execuções midiáticas das canções populares massivas não só permitem tornar as vozes dos cantores familiares ao cidadão comum, como também resultam na identificação desses cantores a partir de signos. (JANOTTI JÚNIOR & SOARES, 2008, p. 102)

### **Marcando a performance no videoclipe**

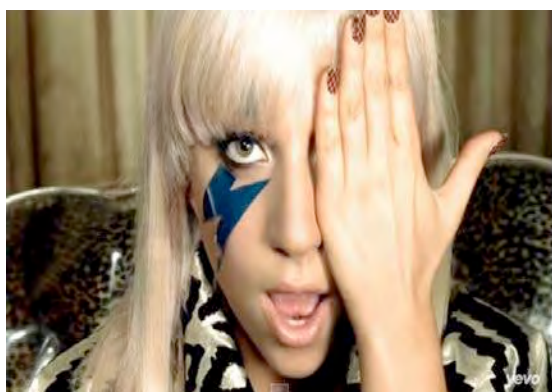
Dois pontos são importantes para analisarmos a construção de signos nos videoclipes da cantora Lady Gaga - são os “Ganchos Visuais” utilizado por Soares (2013) para debater a estrutura dos videoclipes e o outro é Discurso do Corpo na performance usado por Glusberg (2013). O corpo nas performances da cantora nos traz muitos questionamentos a respeito de seus construtos, da sua rebeldia, da sua forma de ser revolucionária para a música pop (HERBERT, 2010) e do seu estilo mutante de se personificar conjuntamente com os discursos agregados nas canções.

Nas canções dos videoclipes “Just Dance” e “Poker Face” (2009), ambos do primeiro trabalho, podemos observar que a significação e a gestualidade em Lady Gaga começavam a surgir, e que esses gestos visuais são formas de reconhecimento da cantora, os quais são trabalhos da mesma forma dos seus refrãos. O que pretendemos analisar são as marcas construídas pela cantora no campo da significação, e uma das referências é o artista David Bowie<sup>6</sup>, é daqui que ela copia o raio azul usado no rosto numa das suas primeiras aparições, além de usar a todo instante as mãos na sua performance.

---

<sup>6</sup> David Bowie é um músico, produtor e ator inglês, conhecido como o “Camaleão do Rock”, por sua capacidade de sempre inovar sua imagem no mundo musical.

Não podemos deixar de mencionar que a cantora, como tantas outras, faz parte de uma capital econômico que envolve várias esferas, uma delas é a moda. É através da moda que muitos construtos são validados, identidades são formadas, dentro de um círculo de consumo. Lady Gaga sabe o que faz, a que veio, trabalha minuciosamente para seguir uma pauta que ganhou notoriedade e a fez uma das mais importantes estrelas do mundo da música. Assim, acreditamos que a cantora não faz absolutamente nada sem pensar antes na repercussão e no retorno que dará a sua imagem, e que é a cultura da mídia que cada vez mais fornece material e recursos para a constituição das identidades (KELLNER, 2001, p. 333).



Figuras 1 e 2: primeira aparição da cantora com marcas e gestos na canção do videoclipe “Just Dance” (2009).



Figura 3 e 4: utilização de objetos referenciais à “Pop Culture” no videoclipe da canção “Poker Face” 2009.

Diante disso, postula-se que as narrativas audiovisuais da cantora pop Lady Gaga operam sob a égide da utilização do corpo que transgride parâmetros



hegemônicos de beleza em seus construtos midiáticos. O feminino, em Gaga, é estrategicamente desviante e opera sob nuances que ora negociam com as lógicas estéticas do mercado musical, ora se distanciam destes paradigmas, por isso, como nos lembra Tibuti (2010), é preciso estar atento à performance que ela realiza. Neste sentido, cabe problematizar as matrizes estéticas do monstro (CALABRESE, 1987), pois um dos ícones mais fortes da cantora é o formato da mão de monstro que ela utiliza em todas as suas performances – no videoclipe “Bad Romance” e nas turnês internacionais. São essas performances visuais que fazem de Lady Gaga uma artista reconhecida simbolicamente, por usar aparatos que são subjetivamente referenciáveis, e desta forma, a cabeça, os pés, as mãos ou um braço podem se apresentar como elementos distintos do corpo que se oferecem contendo uma proposta artística (GLUSBERG, 2013, p. 56).

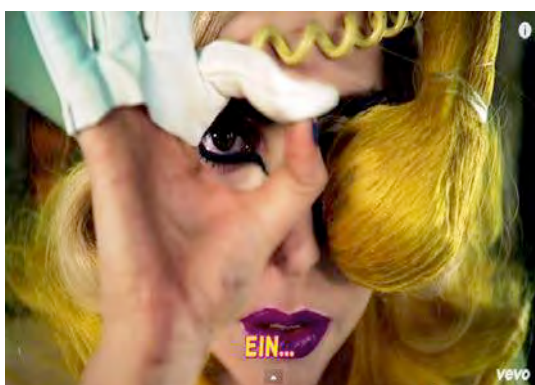


Figura 5 e 6: As mãos fazem referência ao monstro em “Bad Romance” (2009), e em “Telephone” (2010) diversos signos são sempre utilizados na narrativa – mãos gestuais, desenhos sobre a imagem, além das legendas.

A imagem está ligada a um corpo performático, pois “não tem nada que envolva o corpo dessa mulher que não seja um pouco chocante, especialmente pelo fato de que ela usa tudo isso ao mesmo tempo”<sup>7</sup>. Em todos os seus videoclipes a cantora Lady Gaga se transmuta numa espécie de camaleonismo humano

<sup>7</sup> Lady Gaga em dez looks - relembre alguns dos figurinos da artista mais criativa visualmente da música atual. Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/canal/fashion/lady-gaga-em-dez-looks-relembre-alguns-dos-figurinos-da-artista-mais-visualmente-criativa-da-musica-atual#imagem0>. Acesso em 02 out. 2014.



(CALABRESE, 1987), e mais que isso, ela transforma pequenos adereços em marcas reconhecíveis nas suas aparições, o que obviamente choca e faz dela uma artista “esdrúxula” e muito “estranha” que quer reconhecimento por seus produtos, e isso se faz através dos discursos de fala reproduzidos por ela, afirmando que “o que faço é a arte da performance – é música pop destinada ao Louvre” (HERBERT, 2010).

As figuras que expomos nesse trabalho são decupadas de videocliques que forneceram a cantora um estilo próprio, embora dotado de inspirações, e ela já entendeu que é preciso utilizar certos códigos e objetos para que esse reconhecimento aconteça, e é aí que o mito começa, fora do reino das estrelas, para ser mais preciso, no coração da realidade (MORIN, 1989). Assim como suas marcas visuais na dança, seus gestos construídos simbolicamente e repetidamente caracterizados, a cantora tem um desatino e busca erguer um espaço destinado a criação de tudo que conhecemos de significados em seus trabalhos, e que segundo Herbert (2010),

Uma das primeiras coisas que Lady Gaga fez foi reunir um coletivo conhecido como Haus of Gaga (apenas isso deveria ter sido um aviso suficiente de que essa não era uma estrela comum), que trabalhou com ela todos os aspectos da música: seus shows, suas roupas, a própria música ou o que fosse considerado digno de atenção. Lembrava muito a Factory, de Andy Warhol, como ela própria reconheceu, reunindo uma rede de talentos e canalizando-os em uma direção. “Nessa indústria você tem um monte de *stylists* e produtores impostos a você, mas essa é a minha própria equipe criativa, modelada a partir da Factory, de Warhol”, ela explicou. “Todo mundo tem menos de 26 anos e fazemos tudo juntos” [Grifos da Autora] (HERBERT, 2010, p. 57-58).

Muitos pontos requerem atenção no campo imagético-discursivo da cultura pop, sendo necessário reconhecer que o mesmo se estende para outros territórios, por exemplo, a reprodução de produtos e músicas feitas diariamente por fãs que fazem das suas contas virtuais locais de proliferação de performances, na sua maioria feitas de forma precária, embora sua significação esteja diretamente ligada ao videoclipe.

É a prova de que a circulação dos produtos da cultura pop ganham outros ambientes, para além das fronteiras de produção eles chegam ao imaginário coletivo de forma massificada e transnacional, e tais artistas fazem parte desse processo quando utilizam o que Soares (2013) chama de a gramática do meio, a qual institui modos de operação dos agentes de produção e reconhecimento a partir da premissa de que os objetos colocados em circulação obedecem a critérios estratégicos da lógica produtiva que levam em consideração as aderências do consumo (SOARES, 2013, p.29).

Interessa-nos observar a objetificação nas cenas visuais e musicais da cantora que desencadeiam na simbolização de artifícios referenciais e constitutivos de várias identidades, e para Tiburi (2010), Lady Gaga é uma performer que agrega em seus vídeos diversas formas artísticas que vão da música ao cinema, passando pela dança e chegando a uma relação curiosa com um aspecto inusitado da produção contemporânea nas artes visuais<sup>8</sup>. Pensamos nos objetos de cenas visuais das suas narrativas com fortes referências ao Gagaísmo – os cabelos modificados e coloridos, as roupas espalhafatosas com centenas de brilhantes usadas em “Bad Romance” (2009), os sapatos sem saltos e o bustiê de pistolas em “Alejandro” (2010), as marcas corporais em “Just Dance” e “Poker Face” (2009), os óculos de cigarro e o telefone feito de cabelos amarelos usados em “Telephone” (2010), os chapéus imensos usados em “Marry The Night” (2011), as cédulas de dólar com seu rosto impresso em “Paparazzi” (2009), o corpo-máquina em “Yoü And I” (2011), enfim, os exageros artísticos nas suas performances que são comentados e vistos como novos formatos de produção do audiovisual.

Assistir as suas aparições em espaços midiáticos é muito relevante, nos faz compreender as formas complementares que a cantora usa para estar nesses espaços, mas podemos notar também como a mídia se posiciona ao tratar do assunto “Lady Gaga”, parece-nos que a cantora demarcou seu terreno na significação dos termos “o polêmico”, “o exótico”, assim notamos que, o videoclipe se estrutura, a partir de sua

---

<sup>8</sup> **O crime de Lady Gaga.** Disponível em: <http://revistacult.uol.com.br/home/2010/05/o-crime-de-lady-gaga/>. Acesso em: 15 ago. 2015.

perspectiva de persuasão, como um objeto que precisa das estratégias de produção de sentido capazes de gerar marcas (SOARES, 2013, p. 108). Alinhando sua carreira sob a construção de marcas estilísticas através de seus discursos sonoros e visuais, Lady Gaga passa a ser reproduzida em outras instâncias de poder, agora, segundo o seu *stylist* Nicola Formichetti, em uma nova religião: o Gagaísmo. E ao escrever para a coluna de moda da Folha de São Paulo, traz também os dez mandamentos do Gagaísmo<sup>9</sup>, os quais são acompanhados de uma imagem de Gaga, em que a cantora está reproduzindo as fisionomias imagéticas de Jesus Cristo.

Gaga passa a ser a “Deusa” da contemporaneidade, venerada e reproduzida por milhões de pessoas no mundo, se contrapondo com um Deus que sempre foi masculino, por exemplo; mas nos faz pensar também que, além disso, é um mencionamento à uma figura do cristianismo que é venerada e reproduzida mundialmente, por isso, dissecar criticamente as produções da mídia e da cultura de consumo contemporâneas, ajudando-nos a entender seus significados e efeitos sobre a própria cultura e conferem-lhes, assim, poder sobre o ambiente cultural (KELLNER, 2001, p. 20).

### Apontamentos Finais

Falar ou pensar de/em Lady Gaga é saber que o campo do imaginário se alarga, toma outras proporções, ganha foco e relacionamento com pautas que integram um vasto campo de sentidos e códigos que fazem referência não só na música, mas também, na imagem em movimento, nas roupas, no corpo. Um dos pontos que podemos descartar é a participação da cantora no *mainstream* (MARTEL, 2012) da indústria fonográfica, e a forte utilização do corpo que também está inserido no círculo de reconhecimento das práticas simbólicas e performáticas, que fazem da cantora uma artista transnacional, operando no capitalismo cognitivo e se validando cada dia mais através de suas canções, seus videoclipes e suas performances. Assim, é

---

<sup>9</sup>Os dez mandamentos do Gagaísmo. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2603201011.htm>. Acesso em 01 ago. 2015.

necessário reconhecer que as práticas discursivas da cultura pop geram as mais variadas formas de valor e poder, principalmente quando se referem a gostos e afetos que se estendem e se constituem como uma espécie de divindade para então questionarmos se “A Lady Gaga é válida ou não?” (HERBERT, 2010).

Usando muitos artifícios, a cantora norte-americana faz das suas músicas e imagens terrenos de disseminação de práticas simbólicas, casando som e imagem, gestos e sonoridades para tecer uma teia de infinitas significações. Assim, com videoclipes, canções e shows, é possível reconhecer uma política do corpo e dos afetos que se faz dentro do capitalismo cognitivo, nas lógicas de consumo, a partir de práticas performáticas. Ela mesma já disse: “não estou interessada em ficar em um lugar: só quero fazer música e foder com as pessoas por aí. Quero durar mais 25 anos” (HEBERT, 2010, p. 90).

## Referências

- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'água, 1981.
- CALABRESE, Omar. *A idade neobarroca*. Lisboa (Portugal): Edições 70, 1987.
- FORMICHETTI, Nicola. *Os dez mandamentos do Gagaísmo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2603201011.htm>. Acesso em 01 ago. 2015.
- MARTEL, Frédéric. *Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- GLUSBERG, Jorge. *Arte da Performance*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2009.
- HERBERT, Emily. *Lady Gaga: a revolução do pop*. São Paulo: Globo, 2010.
- JANOTTI JÚNIOR, Jeder. SOARES, Thiago. *O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise*. Revista Galáxia, nº 15, p. 91-108. Jun. 2008.
- LADY Gaga Fantástico 15.11.09 [Rede Globo Oficial video]HQ. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=neuXLjI8SiA>. Acesso em: 01 jul. 2015.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000.
- MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- SOARES, Thiago. *A estética do videoclipe*. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.
- \_\_\_\_\_. *Por que Lady Gaga importa?* XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2666-1.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2014.

\_\_\_\_\_. *Idolatria e mitos geracionais: questões para a compreensão das retóricas em torno de Lady Gaga e madonna*. Revista Comunicação & Inovação, São Caetano do Sul, vol. 15, n. 28:(87-94) jan-jun 2014. Disponível em: [http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/2279](http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/2279). Acesso em 01 jul. 2014.

\_\_\_\_\_. *Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis*. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/9/2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0108-1.pdf>. Acesso em: 15 maio 2015.

\_\_\_\_\_. *O videoclipe no horizonte de expectativas do gênero musical*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-Compós; Vol. 4 (2005). Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/52/52>. Acesso em: 15 maio 2015.

TATIT, Luiz. *Elementos para a análise da canção popular*. Cadernos de Semiótica Aplicada, São Paulo, vol. 01, n. 02, Dezembro de 2013. Disponível em: <http://seer.fclar.unesp.br/casa/article/view/623>. Acesso em: 01 ago. 2015.

TIBURI, Márcia. *O crime de Lady Gaga*. Disponível em: <http://revistacult.uol.com.br/home/2010/05/o-crime-de-lady-gaga/>. Acesso em: 15 ago. 2015.

WHITEMAN, Vivian. *Gagaísmo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2603201008.htm>. Acesso em 01 ago. 2015.

\_\_\_\_\_. *Entrevista concedida ao site da Folha pelo seu stylist Nicola Formichetti*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2603201008.htm>. Acesso em 01 ago. 2015.

#### Referências audiovisuais:

*Just Dance*. MATSOUKAS, Melina. EUA: 2008. 4 minutos e 6 segundos.

*Poker Face*. KAY, Ray. EUA: 2008 3 minutos e 36 segundos.

*Paparazzi*. ÅKERLUND, Jonas. EUA: 2009. 7 minutos e 11 segundos

*Bad Romance*. LAWRENCE, Francis. EUA: 2009. 5 minutos e 8 segundos.

*Love Game*. KALN, Joseph. EUA: 2009. 3 minutos e 38 segundos.

*Telephone*. ÅKERLUND, Jonas. EUA: 2010. 9 minutos e 31 segundos.

*Alejandro*. KLEIN, Steven. EUA: 2010. 8 minutos e 44 segundos.

*Born This Way*. KNIGHT, Nick. EUA: 2011. 7 minutos e 20 segundos.

*Judas*. GIBSON, Laurieann & GAGA, Lady. EUA: 2011. 5 minutos e 35 segundos.

*Yoü And I*. GIBSON, Laurieann. EUA: 2011. 6 minutos e 22 segundos.

*Marry The Night*. GAGA, Haus of. EUA: 2011. 13 minutos e 51 segundos.



## **Religião pelas ondas hertzianas<sup>1</sup>**

História e atualidade das rádios Catedral, Melodia e Rio de Janeiro

**Cíntia Nascimento Ribeiro<sup>2</sup>**

### **Resumo**

Na cidade do Rio de Janeiro, 16 das 42 rádios presentes no dial veiculam conteúdo religioso em sua programação. Devido a tal fato, este artigo, que é fruto de uma pesquisa exploratória e parte inicial da pesquisa de mestrado, busca abrir uma discussão sobre essa relação intrínseca desde os primórdios da radiodifusão. Neste primeiro momento, foram analisadas três rádios: Catedral (católica), Melodia (evangélica) e Rio de Janeiro (espírita). Tal estudo busca conhecer tanto a história como a estrutura dessas emissoras. Por meio de entrevistas semiestruturadas e abertas, análise de pesquisas do Ibope dos anos de 2014 e 2015, e pesquisas feitas nos sites das emissoras, foram coletados os dados que deram base para este artigo.

Palavras-chave: Comunicação; Rádio; Religião; Rio de Janeiro.

### **1. Introdução**

Este artigo busca apresentar a parte inicial da pesquisa em nível de mestrado da autora, e provocar uma discussão sobre a importância das rádios religiosas na configuração midiática na cidade do Rio de Janeiro. Então, os dados e os exemplos apresentados estão associados à realidade do estado, o que não impede de serem repensados sob a mesma ótica em outros locais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Jornalista e mestranda em comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), email: cintiamestradoerj2015@gmail.com

Segundo o livro *Panorama do rádio no Brasil*, 16 das 42 rádios do Rio de Janeiro veiculam conteúdo religioso (RIBEIRO, ABREU e KISCHINHEVSKY, 2011). A maioria, no entanto, pode ser definida como evangélica neopentecostal, mas tal fato não ocorre apenas no Brasil. Igrejas neopentecostais utilizam a mídia de uma maneira muito bem planejada. Não só no rádio, emissoras de Televisão (como o caso da TV Record) veiculam conteúdo ligado a tal vertente, utilizando também da mídia impressa (jornal *Folha Universal*).

O proselitismo religioso e seus laços com a política partidária regional ajudam a explicar o aquecido mercado de arrendamento de radiofrequências, com dezenas de emissoras trocando de mãos embora a venda de concessões seja vedada por lei. Rádios têm sua programação descaracterizada, mudam de nome ou são deslocadas para outras frequências, sem aviso prévio, causando confusão entre os ouvintes e prejudicando o processo de identificação sociocultural que estabelece vínculos entre a audiência e as emissoras (RIBEIRO, ABREU, KISCHINHVSKY, op. cit.página?)

A Igreja católica também utiliza os meios de comunicação para disseminar suas ideologias, como a TV Canção Nova. Outras religiões como o espiritismo que tem pouca representação na mídia.

Então, a partir de entrevistas semiestruturadas feitas com o diretor fundador da rádio Catedral, Adionel Carlos, com o diretor de radiodifusão da rádio Rio de Janeiro, Marcilio Latini e um questionário respondido pelo coordenador de jornalismo da rádio Melodia, Niel Martins, buscou-se conhecer a história e a constituição dessas rádios religiosas. Neste artigo, abordarei os casos das rádios Catedral (católica), Rio de Janeiro (espírita) e Melodia (evangélica). Tentando entender, através da sua história e ideologia, a importância do financiamento coletivo para a manutenção de suas atividades.

## 2. O rádio e a religião

Segundo Campos (2004), a religião está presente no rádio desde a primeira transmissão radiofônica experimental, que foi realizada no dia 24 de dezembro de 1906 por um engenheiro canadense em Massachusetts, nos Estados Unidos. Foram transmitidas mensagens religiosas e leitura do Evangelho de Lucas, falando sobre o nascimento de Jesus Cristo.

Em 1920 foi ao ar a programação da primeira rádio comercial, a KDKA, operada pela Westinghouse Eletric. Após dois meses do início das suas atividades, a KDKA começou a transmitir conteúdo religioso oriundo da Calvary Episcopal Church. Outras rádios tiveram histórias semelhantes, tanto que em 1922, existiam 382 emissoras de rádio e em 1927, eram 732. Deste número 10% pertenciam a movimentos religiosos.

Já na América Latina, o primeiro relato de conteúdo religioso no rádio foi 24 de dezembro de 1931 em Quito, no Equador, quando a emissora pertencente a *Word Radio Missionary Fellowship* começou suas atividades. Denominada “A voz dos Andes”, a emissora continua pregando o evangelho nestes 84 anos.

No Brasil, o primeiro programa a veicular conteúdo religioso foi *A voz da profecia*, que foi transmitido pela primeira vez em 23 de setembro de 1943. O programa era elaborado pela Igreja Adventista do Sétimo Dia e transmitido em 17 emissoras do país.

*Meditação Matinal* foi outro programa religioso que se destacou nas primeiras décadas do rádio no Brasil. Era apresentado pelo pastor presbiteriano rev. José Borges dos Santos Jr. inicialmente na Rádio Tupi São Paulo, tendo apoio financeiro do Banco Bradesco. Em um segundo momento o programa passou a ser transmitido pela Rádio Bandeirantes, que tentou algumas vezes tirá-lo do ar, mas não conseguiu.

Em 1969, como foi registrado por Tarcis Prado, havia 64 programas radiofônicos evangélicos na Grande São Paulo. Desses programas, 34,3% eram pentecostais; 9,3% adventistas; 9,3% presbiterianos; 12,5% batistas e 34,3% de outras denominações não especificadas (CAMPOS, 2004, p.8)

Hoje, as rádios religiosas têm grande influência no cenário midiático brasileiro. “Como indicam os dados coletados, cerca de 40% das redes de rádio brasileiras estão vinculadas a grupos religiosos – e ainda há que se considerar as pequenas emissoras, rádios comunitárias e webrádios” (PRATA, 2014, p.13). Representado, dessa forma, uma grande e significativa parcela do mercado radiofônico brasileiro na atualidade.

Algumas emissoras, como a rádio Melodia, no Rio de Janeiro, estão entre as mais ouvidas do estado. Inclusive, em 2014, chegou a ficar em primeiro lugar na audiência. Competindo com outras emissoras muito populares na região, fato que pode ser visto como uma consequência da experiência religiosa no país, onde o número de evangélicos e igrejas vêm aumentando de forma representativa. O que acaba se refletindo não só no rádio, como também na televisão, que são veículos muito importantes para disseminação de ideologias. Gomes fala que essa é uma “utilização da programação para palco eleitoral de pastores e políticos partidários aos grupos religiosos, proprietários das rádios” (2008, p.9).

José Carvalho tem um olhar distinto sobre essa relação entre religião e mídia:

A questão é complexa e delicada para um pensador cristão, porque Jesus Cristo neste momento é, para uma grande faixa desses movimentos evangélicos (...), um produto audiovisual. O mercado midiático é fundamentalmente um mercado de produtos audiovisuais, e Jesus é um deles, a tal ponto que, teoricamente, não faz sentido isolar o canal que transmite a mensagem de Cristo dos canais que vendem qualquer outro produto, como esporte, por exemplo. E não só Cristo adquire esse estatuto virtual, dessubstancializado: também os pastores dos ministérios

audiovisuais são, para 99% de seus seguidores, seres de existência basicamente virtual (CARVALHO, 1997, p.17)

### **3. Rádio no Brasil: disposições legais**

No Brasil, os pedidos de outorga e de renovação de outorga são analisados no âmbito do Ministério das Comunicações e da Presidência da República. “No ministério, concentra-se a maior parte dos trâmites necessários à outorga ou à renovação. Já a Presidência tem uma responsabilidade de caráter menos técnico e mais político” (LOPES, 2011, *online*)

Todo trâmite no Ministério das Comunicações ocorre no Departamento de Outorgas de Serviços de Radiodifusão da Secretaria de Serviços de Comunicação Eletrônica. Segundo Lopes, para as outorgas comerciais e educativas, a avaliação passa por duas coordenações: a de regime legal de outorgas (análise da parte jurídica) e a de engenharia de outorgas (análise da parte técnica). Já as rádios comunitárias são avaliadas por uma coordenação específica que cuida das duas partes concomitantemente.

Após essa fase, os processos são dirigidos para a Consultoria Jurídica do Ministério, que revisa antes de enviar para a Presidência da República, que faz a análise final dos processos de outorga e renovação de radiodifusão.

O Código Brasileiro de Telecomunicações contempla três tipos de outorga: “radiodifusão comercial”, “radiodifusão educativa” e “radiodifusão comunitária”. Para a radiodifusão comercial, qualquer interessado pode se candidatar quando o edital for lançado, passando por três etapas no processo: habilitação, avaliação da proposta técnica e análise e julgamento da proposta de preço.

Já a radiodifusão educativa é destinada à veiculação de programas educativo-culturais. O proponente precisa ser ou pessoa de direito público interno ou fundação. Serviços de radiodifusão comunitária só podem ser prestados por fundações e associações comunitárias, sem fins lucrativos, com sede na localidade onde o serviço será prestado. Além de serem instituídas por brasileiros natos ou naturalizados há



mais de 10 anos, maiores de 21 anos ou emancipados. Seus diretores não podem ser sócios ou administradores de algum tipo de radiodifusão ou televisão por assinatura. No estatuto da organização deve constar o objetivo de “prestar os serviços de radiodifusão comunitária”.

#### **4. Financiamento coletivo e as rádios religiosas**

Financiamento coletivo ou *crowdfunding* é uma forma de captação de recurso. No âmbito da radiodifusão religiosa, podemos pensar como uma forma de subsistência para alguns veículos através de recursos advindos de fieis e ouvintes. Na verdade, pode-se dizer não apenas em forma de subsistência, mas como uma ideologia religiosa, por olharem o dinheiro recebido por doações como mais “limpo” do que o recebido através de publicidade ou apoios culturais. Existe uma forte relação entre religião, rádio e fiel. Muitos acreditam que essas rádios são uma forma de conexão com o divino. Então, desse modo, o olhar é: o fiel patrocina para que o sacro não se perca através do capitalismo presente em outros tipos de emissoras.

O método é utilizado pelas três rádios religiosas analisadas: Catedral 106,7 FM, Rio de Janeiro 1400 AM e Melodia 97,3 FM. Na rádio Catedral 90% do custeio de suas atividades são oriundos dos “Amigos da rádio”, grupo de fiéis que fazem doações mensais para a rádio, este método de captação é realizado desde a idealização do veículo, em 1992. Na rádio Rio de Janeiro o número cai para 75%, não deixando de ser bem expressiva esta forma de captação de recurso. A rádio Melodia informa que adota esse método de financiamento, porém não informa nem porcentagem, nem o número de fiéis que fazem as doações.

A influência pentecostal protestante, e também católica, tem premissas diferentes das emissoras que trabalham comercialmente, no que diz respeito à abordagem da comunicação e, sobretudo, da manutenção dos veículos de comunicação. Enquanto a radiodifusão se estruturou segundo o sistema brasileiro, onde a mídia eletrônica é mantida pela publicidade ou

apoios culturais, de acordo com a forma de concessão, esse modelo entende que os fiéis devem manter os programas com doações. Criou-se também a modalidade do “Clube dos sócios”, ou dos amigos, para caracterizar as contribuições voluntárias dos ouvintes (CORAZZA, *online*)

Então, para compreender o universo particular das rádios religiosas, é preciso também entender essa ideologia própria do segmento de radiodifusão no país, pois não é adotado ainda por emissoras não religiosas. O que poderia ser uma alternativa, neste momento de crise no mercado de comunicação não só brasileiro, mas mundial.

## **5. Rádio Catedral**

A rádio Catedral FM, foi fundada em 8 de dezembro de 1992 pelo Cardeal Dom Eugênio Sales, por Adionel Carlos Cunha e pelo Cônego Abílio de Vasconcelos, para ser a rádio oficial da Arquidiocese São Sebastião do Rio de Janeiro, sua outorga é vinculada à cidade de São Gonçalo, mas as ondas da emissora alcançam toda cidade do Rio de Janeiro, Grande Rio e cidades circunvizinhas.

Por sua outorga ser destinada à “radiodifusão educativa”, a Rádio Catedral não é vinculada diretamente à Arquidiocese, mas à Fundação Cultural, Educacional e de Radiodifusão Catedral de São Sebastião do Rio de Janeiro Ltda. Porém, com a possibilidade de veicular conteúdo comercial, segundo o edital que norteou a disputa pelo dial.

A Rádio Catedral é essencialmente católica e seu principal objetivo é levar a mensagem do Evangelho para quem já conhece e pertence à igreja, assim como para os que não fazem parte da religião. Contudo, sempre transmitiu conteúdos jornalísticos e músicas profanas, de forma a abranger um público maior. Também buscou por um pouco de dinamismo em suas transmissões como, a transmissão da oração do terço direto de paróquias de toda a cidade, shows de bandas católicas e padres cantores, além de cobertura de procissões ao vivo.

Segundo dados do Ibope de março de 2015, que foram fornecidos pela própria rádio, a Catedral FM ocupa 14º lugar na audiência no Rio de Janeiro, contabilizando 10.843,48 ouvintes. A maioria dos ouvintes é do sexo feminino (8.849,33), com mais de 60 anos (4.184,17), da classe AB (4.371,85) e residente da zona oeste do Rio de Janeiro (2.428,63).

Com mais de 60 funcionários, a rádio tem como diretor presidente o arcebispo do Rio de Janeiro Dom Orani João Tempesta; diretor-geral, Cônego Marcos William Bernardo; diretor administrativo e financeiro Padre Klepler Magalhães da Silva Porto Freitas; e diretor adjunto Padre José Brito Terceiro. Além da equipe de funcionários, a rádio conta com a ajuda de muitos voluntários, que atuam tanto apresentando programas, como atendendo telefones e outras atividades relevantes para o funcionamento perfeito da rádio que conta com poucos recursos financeiros.

Segundo seu diretor administrativo e financeiro, 90% dos recursos da rádio são advindos da ajuda dos “Amigos da Rádio” (cerca de 25 mil inscritos), que são ouvintes e fieis que colaboram financeiramente para a manutenção da emissora. Já os 10% restantes são oriundos, na maioria, da publicidade de empresas católicas ou não e também da divulgação de eventos.

## **6. Rádio Rio de Janeiro**

A rádio Rio de Janeiro, fundada em 1971, é uma rádio comercial que divulga a “doutrina dos espíritos”, codificada por Allan Kardec, em 1854, no *O livro dos espíritos*. A rádio pertence à Fundação Cristã-Espírita Cultural Paulo Tarso (Funtarso) que é vinculada à Federação Espírita Brasileira (FEB).

Na sua programação, além de conteúdo religioso, estão presentes músicas MPB e internacionais, programas sobre ecologia, saúde e bem estar, jornalismo e trânsito. Vale ressaltar que a lei 4117 obriga que 5% da programação seja de conteúdo noticioso, e é cumprido a risca pela rádio.

Cerca de 70% da receita da rádio é advinda de doações, através do Clube da Fraternidade. O ouvinte que participa recebe mensalmente o boleto em sua residência

junto com informações sobre a rádio. Os outros 30% são oriundos da publicidade, não apenas de produtos religiosos, mas de qualquer um que não atente contra o código de ética da instituição, como comerciais de bebidas alcoólicas, entre outros que vão contra a filosofia do espiritismo.

A rádio possui cerca de 40 funcionários e três estagiários. Sendo presidida por Gerson Simões Monteiro, e tendo como vice Roberto Vitorino. Claudia dos Santos é a diretora de marketing; Marcílio Latini, de radiodifusão; Marcus de Mario, diretor cultural; Martha Baptista, diretora secretária; Waldemir Cruz, diretor administrativo; e Antonio Videira, diretor tesoureiro. Tanto os ocupantes da presidência como da diretoria são voluntários.

## **7. Rádio Melodia**

A rádio foi inaugurada em 1986, na cidade de Petrópolis, pelo empresário Francisco Silva, que fora apresentador de programas evangélicos em emissoras AM nos anos 60. Sendo a primeira emissora a veicular apenas programação evangélica no país.

Em 1987, toda sua programação foi remodelada e em sua grade passou a ter uma programação musical de qualidade e sem restrições de estilos, ritmos ou denominações. Durante toda sua programação diária duas horas são destinadas à veiculação de conteúdo noticioso, com notícias de caráter jornalístico independente de religião.

Em 2001 foi a primeira rádio evangélica a ser líder de audiência no Rio de Janeiro, tal fato se repetiu em 2014, mas em 2015 caiu para segunda posição. Segundo pesquisa realizada pelo Ibope entre abril e junho de 2015, disponível no site da emissora, a maioria dos ouvintes reside na Baixada (85.514,61), da classe C (180.023,30) e com a faixa etária de 40 a 49 anos (72.735,26).

Através da seguinte divulgação feita pela instituição no seu endereço virtual, podemos ter ideia da dimensão desta rádio e assim ter base para compreender o alto nível de audiência que possui:

Melodia FM é também a emissora de maior alcance no estado, cobrindo uma área que se estende desde a região dos lagos, atravessando a região serrana em torno de Petrópolis, chegando até Juiz de Fora- MG, e atingindo diversos municípios até Paraty- RJ. Tornando-se assim uma emissora FM única em alcance estadual.<sup>3</sup>

Em relação às duas outras rádios analisadas neste artigo, a Melodia tem uma característica diferente: não é ligada a nenhuma religião específica, veiculando conteúdo de diversas vertentes evangélicas. Trata-se de uma rádio comercial como qualquer outra presente no dial. Mas mesmo assim utiliza da doação dos ouvintes para manutenção das suas atividades.

Seu dono, Francisco Silva, que até hoje apresenta o programa *Cristo em Casa* que vai ao ar todos os dias da semana às 21h30 na emissora, foi deputado federal por três mandatos consecutivos, o último terminando em 2003. Seu filho, Fábio Silva, além de apresentar o programa *A Grande Parada* aos domingos, entre 13h e 15h30, na rádio Melodia, exerce seu terceiro mandato como deputado estadual no Rio de Janeiro, dando continuidade à vida política do pai..

## 8. Considerações

Não são considerações finais, pois este artigo busca introduzir uma discussão acerca da religião nas rádios do estado do Rio de Janeiro, além de apresentar a parte inicial da pesquisa de mestrado realizada pela autora. Pensando não somente pelo viés da disseminação da cultura religiosa, mas também como uma forma de comercialização de tais ideologias.

Sendo a rádio Catedral, católica, a Melodia, evangélica e a Rio de Janeiro, espírita, apresentar um pouco da história e da estrutura de cada uma foi o objetivo deste artigo. Parecendo formas bem próximas, mas cada uma tem sua particularidade,

---

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.melodia.com.br/a-radio>, acesso em: 03/07/2015.



tanto em suas programações como em suas ideologias e estruturas. Um exemplo que define tal diversidade é que a radio Catedral se categoriza como Educacional e a Melodia e Rio de Janeiro como Comercial. Porém, entre a Rio de Janeiro e a Melodia existe uma grande diferença: a Melodia tem, realmente, caráter comercial apesar de veicular conteúdo evangélico, tanto que não é ligada a igreja alguma e está sempre entre as mais ouvidas do estado.

As três rádios analisadas para este ensaio utilizam do financiamento coletivo para custear suas atividades. O que é uma forma bem peculiar diante das outras emissoras de rádio ou TV. A justificativa é a ideia de que o dinheiro de doações seria mais “limpo” que o de publicidade.

Pode-se pensar por meio dos dados apresentados no decorrer deste artigo que existe uma fidelidade do ouvinte que busca ouvir conteúdo religioso com essas rádios. Tanto para mantê-la com as doações feitas, como pela audiência. Por tais fatos, percebe-se uma grande importância em estudar a religião nos meios de comunicação, de uma forma política, econômica, mas principalmente social.

## 9. Bibliografia

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva**. Revista da USP, n°61, março-maio de 2004. Disponível em <http://www.usp.br/revistausp/61/15-leonildo.pdf>. Data de acesso: 30/06/2015.

CARVALHO, José Jorge. **Religião, mídia e os predicamos da convivência pluralista**. Série Antropologia da UnB, n°226. Brasília, 1997. Disponível em: <http://www.dan.unb.br/images/doc/Serie226emppdf.pdf> . Data de acesso: 05/07/2015.

CORAZZA, Helena. **A missão das rádios católicas**. Disponível em: <http://www.paulinas.org.br/sepac/pt-br/?system=paginas&action=read&id=1675> . Data de acesso: 02/07/2015.

GOMES, José Ozean. **Diversidade religiosa e mídia radiofônica: o uso das rádios comunitárias por instituições evangélicas no Brasil**. São Paulo: Eclesiocom 2011, GT3.

LOPES, Cristiano Aguiar. **Regulação da Radiodifusão Educativa**. Disponível em: [http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/areas-da-conle/tema4/2011\\_63.pdf](http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/areas-da-conle/tema4/2011_63.pdf) . Data de acesso: 30/06/2015.

PRATA, Nair (Org.). **Panorama do rádio no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2011.

\_\_\_\_\_. **Panorama do rádio religioso no Brasil**. Anais do XXXVII Intercom. Foz do Iguaçu: 2-5 setembro de 2014.

RIBEIRO, Adriana; ABREU, João Batista; KISCHNEVSKY, Marcelo. Panorama do rádio no Rio de Janeiro. In: PRATA, Nair (Org.). **Panorama do rádio no Brasil**. V.1, p. 421-458. Florianópolis: Insular, 2011.

## **Censura cinematográfica na Índia nos anos 1920-1940<sup>1</sup>**

Uma comparação com o caso brasileiro

Emilia Teles da Silva<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo é sobre a transição da censura cinematográfica colonial para a pós-colonial, na Índia, nos anos 1940. O artigo busca mostrar que, devido ao regime colonial, a censura do cinema na Índia foi em grande medida influenciada pelos códigos de censura do Reino Unido. Ao mesmo tempo, o código indiano era semelhante a outros códigos de censura da época, como aquele do Brasil. Quais eram estas semelhanças, e no que os dois códigos – o brasileiro e o indiano – divergiam?

### **Palavras-chave**

Censura; Índia; cinema.

### **A censura na Índia colonial**

O governo colonial instituiu um sistema de censura sobre os filmes produzidos na Índia e importados do exterior em 1920 (INDIAN, 1928a)<sup>3</sup>. Terminada a primeira guerra mundial, o governo colonial estava preocupado em impedir qualquer manifestação de nacionalismo indiano. Havia uma censura política severa de jornais, livros, revistas e peças de teatro, de modo a conter qualquer ameaça direta ao poder colonial. A censura do cinema foi criada pelo governo colonial visando o mesmo objetivo (BHOWMIK, 2009). Assim, a censura caía sobre qualquer traço de crítica à colonização, qualquer sugestão de revolta ou nacionalismo nos filmes indianos, mas não só: filmes americanos que tivessem mensagens libertárias também eram censurados. Os governantes britânicos estavam “ansiosos para assegurar que filmes importados criassem um retrato róseo do ocidente e das intenções das pessoas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 - Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda, PPGCOM UFF. Contato: emiliateles@gmail.com

<sup>3</sup> Embora a legislação que instituiu a censura tenha sido criada em 1918, foi apenas em 1920 que os conselhos de censura começaram a operar (INDIAN, 1928a).

ocidentais em suas colônias” (BHOWMIK, 2009, p.40). Não a toa, algumas das regras dos censores de Bombaim eram censurar filmes que

(d) Levam personagens públicos a serem desprezados enquanto estiverem atuando enquanto tais, por exemplo, soldados vestindo o uniforme de Sua Majestade, pastores, ministros da Coroa, Embaixadores e representantes oficiais de nações estrangeiras, juízes, policiais, funcionários públicos do Governo, etc. [...]

(f) São [...] feitos com a intenção de fomentar a agitação social e descontentamento: (isto é, trazem não apenas cenas descrevendo de forma realista as condições difíceis em que as pessoas vivem, mas descrevem a violência que resulta de um conflito real entre Capital e Trabalho).

(g) São planejados para promover desafeto ou resistência ao Governo ou para promover uma violação do direito e da ordem (INDIAN, 1928a, p.214)<sup>4</sup>.

Todas as cenas que pudessem provocar revoltas sociais ou resistência ao governo colonial eram proibidas. Por exemplo, o filme “*Fighting Blood*” (Dhirubhai Desai, 1931), foi avaliado pelo conselho de Bombaim, que censurou os intertítulos que tratavam do não pagamento de impostos (THE BOMBAY, 1928-1938) (um dos métodos advogados por Gandhi para a obtenção da independência, nessa época, era justamente o não-pagamento de determinados impostos).

A censura, entretanto, não era restrita a críticas ao governo colonial. Quando a legislação que regulava a censura foi criada, o governo colonial reconheceu que se ela fosse apresentada como sendo de natureza estritamente política, os indianos poderiam rejeitá-la. Assim, formou-se uma legislação que também buscava garantir a segurança dos cinemas e impedir cenas degradantes ou imorais (BHOWMIK, 2009). Esta legislação estava alinhada à política oficial de contenção da importação de materiais considerados obscenos (embora o governo colonial, por uma série de razões, tomasse poucas medidas práticas neste sentido (HEATH, 2013)<sup>5</sup>). Nesta categoria de cenas consideradas imorais, estavam aquelas que valorizavam o crime, que fossem excessivamente violentas, em que houvesse o consumo de bebidas alcoólicas, que fossem excessivamente “apaixonadas”, “vulgares” ou “sugestivas de imoralidade”,

<sup>4</sup> Todas as traduções do inglês deste texto são de minha autoria.

<sup>5</sup> Os custos administrativos de realmente analisar a vasta quantidade de impressos na Índia, tanto produzidos localmente quanto importados, visando controlar a obscenidade, eram proibitivos.

entre outras (INDIAN, 1928a, p.215)<sup>6</sup>. Por exemplo, na lista de assuntos censuráveis do conselho de censores de Bombaim em 1927, de 42 assuntos, 16 se referiam à sexualidade e 4 ao crime.<sup>7</sup>

A censura colonial moral sobre o cinema não parece ter sido severa o suficiente para a opinião pública, e diversos editoriais e cartas de leitores da revista *Filmindia* reclamavam da excessiva leniência dos censores<sup>8</sup> – um artigo na revista *Filmindia*, por exemplo, afirmava: “Os censores têm de ser chicoteados para agirem de filme a filme e normalmente, eles descobrem que algo está errado [...] apenas quando “*Filmindia*” aponta as partes objetáveis.” (FILMINDIA, v.13, n.7, p.9, 1947). A legislação de censura em si não era questionada, mas a eficiência dos censores era criticada. O leitor Mansur Majez, por exemplo, reclamou que ele duvidava “da habilidade do nosso Conselho de Censores. Eles não parecem ter nenhuma iniciativa própria” (FILMINDIA, v.13, n.11, p.77, 1947). O leitor N.S. Sawant, criticando a “lerteza” dos censores, dizia que era surpreendente que eles tivessem aprovado filmes indecentes como *Nateeja* (Najam Naqvi, 1947), *Jai Malhar* (D.S. Ambapkar, 1947) e

---

<sup>6</sup> Por exemplo, em 1937, o conselho de censura de Bombaim exigiu que o filme “*Give me your heart*” (Archie Mayo, 1936), da produtora americana Warner Brothers, tivesse cortada a cena em que os personagens estão juntos na cama conversando e se beijando. O código de censura indiano não era uma exceção: códigos de outros países, na época, eram igualmente moralistas.

<sup>7</sup> “(8) Exposição desnecessária de roupas íntimas femininas. [...]; (10) Figuras nuas.; (11) Vulgaridade ofensiva, e impropriedade na conduta e vestimenta.; (12) Dança indecorosa.; (13) Cenas de amor excessivamente apaixonadas.; (14) Cenas de banho passando dos limites do decoro. [...]; (28) Assuntos relativos à sedução premeditada de meninas.; (29) Cenas de 'primeira noite'.; (30) Cenas sugestivas de imoralidade.; (31) Situações sexuais indelicadas.; (32) Situações acentuando as relações conjugais delicadas.; (33) Homens e mulheres juntos na cama.; (34) Relação sexual ilícita.; (35) Prostituição e procuração.; (36) Incidentes indicando a perpetração real de agressões criminais sobre as mulheres. [...]; (41) Cenas passadas em prostíbulos”. (INDIAN, 1928a, p. 215). Este código tinha muitos pontos semelhantes ao chamado código Hays (que definia o que era aceitável em filmes americanos). Por exemplo, ambos os códigos proibiam ofensas a qualquer nação, raça ou crença religiosa, e o código Hays também recomendava a censura às cenas de primeira noite, de detalhes de crimes, de estupro, de tortura, de sedução de moças, de casais na cama, de beijos “excessivos”, entre outras. Entretanto, a maior semelhança era com o código de censura cinematográfica do Reino Unido (BHOWMIK, 2009), o que não é surpreendente, dado que o Reino Unido era o poder colonial na Índia.

<sup>8</sup> Por exemplo, o editorial de outubro de 1947 da revista *Filmindia* reclamava dos censores coloniais, que continuavam após a independência: “Estes mesmos censores eram uma vez repugnantemente apáticos a todos os nossos protestos durante o regime britânico, que não se preocupava com a degeneração social do nosso povo desde que os filmes não propagassem os pontos de vista políticos inconvenientes.”, e o editorial de outubro de 1946 declarava que os censores coloniais eram “patetas” que só censuravam o nacionalismo.



*Meera* (Ellis Dungan, 1945) (FILMINDIA, v.14, n.1, p.67, 1948). Como aponta Diana Heath (2013), a demanda pela censura moral partia principalmente dos próprios indianos. Na primeira metade do século XX, na Índia, havia uma crença forte na influência maléfica do cinema sobre as pessoas mais “vulneráveis” (analfabetos, adolescentes, pessoas cuja experiência era limitada à Índia). Por exemplo, o ICC relata que muitos dos entrevistados afirmaram que o cinema tinha um efeito “desmoralizante” sobre o público (INDIAN, 1928a, p.109). Crianças e adolescentes eram consideradas especialmente vulneráveis. O professor Badri Prasad Mathur, de Agra, por exemplo, declarou ao ICC em 1927: “O ideal do professor indiano é garantir que cada menino seja celibatário em pensamentos e ação e esses filmes têm, naturalmente, um efeito perturbador sobre as mentes jovens da Índia” (INDIAN, 1928b, v.2, p.896). A própria revista *Filmindia* publicou um artigo em julho de 1943 denunciando o efeito que filmes sobre criminosos tinham sobre crianças, levando-as ao crime, e afirmando que cenas passionais faziam com que as meninas se predispusessem ao sexo e à prostituição (FILMINDIA, v.9, n.7, p.39, 1943). Assim, a opinião pública era de modo geral favorável à censura “moral”.

Diante da censura, distribuidoras estrangeiras, ao submeter filmes importados para aprovação, muitas vezes tomavam o cuidado de previamente cortar cenas que já previam que seriam reprovadas. No caso dos filmes indianos, os próprios produtores se autocensuravam, visto que as condições de produção já eram suficientemente adversas para correr o risco de ter um filme proibido (BHOWMIK, 2009). De 1944 a 1945, por exemplo, o governo colonial exigiu que os produtores obtivessem uma licença antes da compra de filme virgem (REPORT, 1951), o que fez com que houvesse uma redução na produção: apenas 99 filmes indianos foram lançados em 1945, em contraste com 1943 (159 filmes) e com 1946 (200 filmes). Assim, a censura produzia uma autocensura prévia – uma parte de seus efeitos não é visível nas tabelas. Poucos filmes sofriam cortes, em comparação com a era pós-colonial. Em 1946, por exemplo, no fim da era colonial, dos 2617 filmes avaliados, apenas 35 tiveram cenas cortadas a pedido dos censores, e somente um foi proibido. Em 1948, já após a

independência, dos 3699 filmes avaliados, 464 tiveram cenas cortadas e 12 foram inteiramente proibidos (REPORT, 1951).

## **A censura após a independência da Índia**

Após a independência, a censura continuou sem que sua estrutura administrativa fosse modificada pelo governo indiano, como pode ser visto pelo fato dos registros de censura do conselho de Bombaim de 1943 a 1949 estarem no mesmo livro. De fato, em 1951, as normas de censura vigentes em 1927 continuavam exatamente as mesmas, com o mesmo fraseado, inclusive aquelas que proibiam a representação negativa de soldados e funcionários da coroa inglesa. A manutenção da ordem social continuou sendo a principal função da censura. A lista de temas censuráveis também continuava a mesma, embora em uma ordem diferente. Por exemplo, a “crueldade contra animais”, que era número 2 em 1927, passou a ser número 27 em 1951. O “tratamento irreverente de assuntos sagrados” e a “materialização da figura convencional do fundador de qualquer religião” passaram a ser os números 2 e 3, em relação à sua posição anterior de 3 e 42, respectivamente. Os temas relativos à sexualidade subiram na lista. Ainda que não seja possível saber quando esta modificação foi feita (antes ou depois da independência), a alteração da ordem dos itens parece indicar uma mudança de prioridades: questões religiosas parecem ter ganhado importância, assim como a contenção da sexualidade. Outra diferença em relação às listas dos relatórios de 1927 e 1951 é que novos itens foram adicionados à lista de assuntos censuráveis após 1927.

- (43) Combate Brutal
- (44) Referências a operações ilegais e controle de natalidade
- (45) Chantagem associada com a imoralidade.
- (46) Casamento informal e amor livre.
- (47) Temas sórdidos sem alívio.
- (48) Detalhes desagradáveis de operações médicas.
- (49) Estudos biológicos íntimos impróprios para exposição geral.

(50) Má administração grosseira da justiça. (REPORT, 1951, p.294)

Se as proibições das cenas de lutas brutais e de justiça mal administrada remetem ao esforço pela manutenção da lei e da ordem (que era a principal função da censura, como vimos), pelo menos um quarto das novas proibições estavam relacionadas à tentativa de conter formas de relacionamento sexual. Tanto o aborto e métodos anticoncepcionais quanto o “amor livre” estavam ligados a uma sexualidade sem fins de procriação. Em relação aos “estudos biológicos íntimos”, que sugerem filmes pornográficos com um disfarce científico, e “chantagem associada à imoralidade”, vemos novamente uma tentativa de eliminar a sexualidade do cinema. Quanto aos temas “sórdidos”, a expressão é suficientemente vaga para permitir a proibição de diversos temas.

A censura pós-colonial seria criticada pela *Filmindia* porque ela ainda funcionava como uma censura imperialista, censurando filmes com temas patrióticos, mesmo após a independência. “Sabemos de vários produtores que estão pensando em usar temas como a vida daquele mártir patriótico, Sardar Bhagat Singh, mas que hesitam por causa do medo da censora” (FILMINDIA, v.14, n.5, p.3, 1948) Outra crítica era que filmes estrangeiros que ofendiam povos não-brancos ou asiáticos eram liberados sem cortes (como *Unconquered*, de Cecil B. DeMille, 1947), exatamente como na época colonial, em que filmes pró-império como *Gungadin* (George Stevens, 1939) e *The Drum* (Zoltan Korda, 1938) tinham tido permissão para passar.

## **A censura no Brasil**

O conteúdo dos filmes no Brasil começou a ser regulado por volta da mesma época em que na Índia, em 1919 (a diferença é que na Índia instituiu-se conselhos de censores já nesta época). Até então, filmes pornográficos, por exemplo, circulavam livremente pelo Brasil (HEFFNER, 2003). Assim como na Índia, até o fim da

primeira guerra mundial, os filmes ofensivos eram censurados pelo chefe de polícia local, mas só depois de exibidos (FREIRE, 2011). Não havia uma legislação específica para o cinema, nem classificação etária de filmes. Segundo Freire (2011), nesta época começou-se a difundir uma preocupação com a possível influência do cinema sobre as crianças, muito semelhante ao que ocorreu na Índia. Por isso, em 1919, o governo brasileiro criou a indicação “impróprio para menores e senhoritas” – crianças só poderiam ver estes filmes com acompanhamento paterno (HEFFNER, 2003). Isto é, em última instância, eram os pais que determinavam o que as crianças poderiam ou não ver. Mas segundo Heffner (2003), uma das principais motivações para a criação da censura foram as reclamações das embaixadas sobre o lançamento de filmes ofensivos: a embaixada do México, por exemplo, frequentemente reclamava dos filmes de faroeste americanos, como *Masked Rider* (Aubrey Kennedy, 1919). Em 1920, o governo brasileiro estabeleceu que a censura cinematográfica seria obrigatória: seriam censurados filmes que

'apresentam deplorativamente (sic) [i.e. depreciativamente] as nações e os povos com quem entretemos amizade', que levam a um 'possível incitamento ao crime' ('provocado pelo filme policial'), e a um 'incitamento à corrupção' (sic) [i.e. corrupção] (provocada 'pelo filme passional'). (Revista da Semana, apud HEFFNER, 2003, p. 32)

A preocupação com as nações amigas, presente também nas normas indianas, será uma constante nas normas de censura brasileira, assim como a interdição ao incitamento ao crime e à “corrupção” moral<sup>9</sup>.

Em 1932, pela primeira vez, o governo brasileiro instituiu, através do Decreto 21.240/32, um órgão censor federal, a Comissão de Censura Cinematográfica. O decreto proibia a realização da censura por outros que não fizessem parte da Comissão. Isto é, a censura deixaria de ser realizada diretamente pelos chefes de polícia locais. Gustavo Capanema, ministro da Educação em 1934, comentou, sobre

---

<sup>9</sup> No contexto da Segunda Guerra Mundial, a principal preocupação dos censores brasileiros era garantir a neutralidade do Brasil, impedindo a estreia de filmes americanos ofensivos aos países do eixo – ou de filmes alemães contrários aos interesses aliados (SOUZA, 2003). Esta situação mudou com a aliança firmada entre Brasil e Estados Unidos, e a entrada do Brasil na guerra, em 1942. Filmes como *O Grande Ditador* (Charlie Chaplin, 1940) finalmente puderam ser exibidos.

os efeitos do decreto: “a censura [...] deixou de ser apenas policial para ser cultural” (apud KUSHNIR, 2004, p.94).

Em comparação com a composição da comissão de censura de Bombaim, vemos sobretudo a ausência dos membros das comunidades religiosas. No Brasil, nesta época, havia menos conflitos religiosos do que na Índia, mesmo porque as religiões não-católicas eram praticadas sobretudo por aqueles com menos poder na sociedade: negros e Índios. Assim, ainda que o decreto institísse a censura ao “desrespeito a credos religiosos”, essa era voltada sobretudo para a proteção do catolicismo, religião da provável maioria dos membros da Comissão.

A lista de normas era consideravelmente mais curta do que sua contrapartida indiana. Suas normas, entretanto, tinham um espírito bastante semelhante:

- Será justificada a interdição do filme, no todo ou em parte, quando:
- I. Contiver qualquer ofensa ao decoro público
  - II. For capaz de provocar sugestão para os crimes ou maus costumes
  - III. Contiver alusões que prejudiquem a cordialidade das relações com outros povos
  - IV. Implicar insultos à coletividade ou a particulares, ou desrespeito a credos religiosos.
  - V. Ferir de qualquer forma a dignidade nacional ou contiver incitamentos contra a ordem pública, as forças armadas e o prestígio das autoridades e seus agentes.<sup>10</sup> (DECRETO, 1932).

Ainda que esta lista não entre em detalhes como a indiana, vemos a mesma preocupação com a manutenção da ordem pública, dando margem à censura política. A norma II indica que no Brasil havia o mesmo temor de que o cinema incitasse ao crime. A preservação da moralidade sexual (“ofensa ao decoro”) também é uma prioridade da censura brasileira, como da indiana, sem, entretanto, ganhar a importância que teve na Índia.

Os filmes aprovados pela Comissão ganhavam um certificado do Ministério da Educação e Saúde Pública permitindo a exibição em todo o território brasileiro (FREIRE, 2011). Este decreto também tinha artigos dedicados ao incentivo da

---

<sup>10</sup> O quanto estas e outras legislações referentes à censura foram efetivamente seguidas? Vale citar Beatriz Kushnir (2004, p.84): “há sempre uma distância entre o texto legislativo e as práticas adotadas. [...] Esse fosso entre teoria e prática é um dado a ser respeitado, mas não exclui a importância do que foi legislado. Mesmo que não tenha sido cumprido, aponta para uma intenção, para um anseio social e/ou estatal e, portanto, para uma face dos direitos a ser contemplada.”



produção nacional (diferindo muito do caso indiano, em que a produção nacional não seria incentivada nesta época, e cresceria apesar da oposição do governo), e ao tornar obrigatória a exibição de um filme “educativo” (segundo a Comissão de Censura) a cada programa, buscava direcionar o cinema à educação. Não à toa, a censura ficaria sob a guarda do Ministério da Educação e Saúde. Como aponta Rafael de Luna Freire (2011, p.206), a censura cinematográfica no Brasil “estaria inicialmente vinculada sobretudo às questões educativas”.

A partir de 1934, a censura passou a ser realizada pelo Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), que em 1935 se transformaria em Departamento Nacional de Propaganda (DNP) e, em 1939, em DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda). Isto é, a partir de 1934, a censura passou a estar sob a alçada do Ministério da Justiça (SOUZA, 2003). Com isso, a censura perdeu um pouco de seu caráter “educativo”. Isso não quer dizer que o governo tenha deixado de ver o cinema como um meio de educação. Em 1934, Getúlio Vargas, por exemplo, em um discurso para a Associação dos Produtores Cinematográficos, ressaltou o potencial educativo do cinema, mas também a possibilidade do cinema apresentar as diversas regiões do Brasil aos brasileiros, que assim viriam a conhecer uns aos outros (SCHVARZMAN, 2004). Nesta acepção, o cinema também seria um instrumento de coesão nacional, para fazer com que os brasileiros se identificassem com o Brasil. Assim, a transferência da censura para o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural está inserida neste contexto. Sob o comando de Lourival Fontes, um homem de tendência fascista, segundo Souza (2003), o DIP era inspirado nos ministérios de propaganda da Itália fascista e da Alemanha nazista. José Inácio de Melo Souza (2003). É importante lembrar que no final de 1937, houve o golpe que levou ao Estado Novo. A partir deste momento, instituiu-se no Brasil uma ditadura. As normas de censura do DIP eram cortar:

1. qualquer ofensa ao decoro público;
2. cenas de ferocidade ou que sugerissem a prática de crimes;
3. divulgassem ou induzissem aos maus costumes;
4. provocassem incitamento contra o regime vigente, à ordem pública, às autoridades constituídas e seus agentes;
5. prejudicassem a cordialidade das relações com outros povos;

6. fossem ofensivos às coletividades e às religiões;
7. ferissem, por qualquer forma, a dignidade ou os interesses nacionais;
8. induzissem ao desprestígio das forças armadas. (SOUZA, 2003, p.129)

Em relação às normas de 1932, percebe-se uma ênfase ligeiramente maior na censura ao cinema crítico ao governo brasileiro. Souza (2003) cita uma carta de Lourival Fontes para o americano John Whitney, da OCIAA<sup>11</sup>, de 1941, listando o que era censurado no Brasil. Esta carta revela de modo mais explícito o conservadorismo da censura, que buscava conter qualquer revolta popular:

- a) filmes que incitam a rebelião das massas, ao desrespeito às autoridades, à greve ou ao terrorismo e sabotagem; b) os que contem insulto a chefes de Estado estrangeiros e a credos religiosos, ou que constituem ofensa aos sentimentos nacionais; c) os que induzem ao desregramento e à dissolução social. (apud SOUZA, 2003, p.133).

Resta a impressão, também, de que considerações morais relacionadas à sexualidade eram pouco importantes para os censores brasileiros, em comparação com a manutenção da ordem vigente. Em alguma medida, foi este também o caso na Índia desta época, embora a censura colonial indiana também exercesse uma censura moral (ainda que não tanto quanto a Índia independente).

Quando o Estado Novo foi derrubado, em 1945, o DIP foi encerrado e a censura passou a ser executada pelo SCDP (Serviço de Censura de Diversões Públicas). Segundo Anita Simis (2008), o SCDP tinha um formato semelhante ao do DIP, com a mesma política do governo anterior: o decreto 20.493, que o regulamentou, manteria a estrutura intervencionista do Estado Novo. O decreto listava os temas censuráveis, que eram exatamente os mesmos do DIP em 1939. A principal mudança é que, ao contrário do DIP, o SCDP não produziria o cinejornal oficial. Os censores, entretanto, seriam recrutados entre os membros da extinta “Polícia Especial” do Estado Novo (KUSHNIR, 2004), que tinha sido criada para conter “subversivos”<sup>12</sup>. Ou seja, apesar da Constituição de 1946 acabar com a censura à imprensa, e defender

---

<sup>11</sup> Office of the Coordinator of Inter-American Affairs, a agência americana criada para garantir que a América Latina estivesse aliada aos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial.

<sup>12</sup> “Cabia a eles censurar as atividades e manifestações públicas que pusessem em risco a segurança e a ordem públicas.” (KUSHNIR, 2004, p.93)

a liberdade de expressão, o governo ainda guardava uma parte do aparelho repressor do Estado Novo. A Constituição de 1946 estabelecia que ainda haveria censura a “espetáculos e diversões públicas”. Aqui, também, podemos estabelecer um paralelo com a Índia, que após a independência encerrou a censura à imprensa, mas manteve a censura ao cinema. O que fica claro é que teatro, cinema e outras “diversões públicas” não eram vistos como forma de expressão.

### **A censura no Brasil e na Índia: uma comparação**

Tanto na Índia quanto no Brasil, a censura cinematográfica receberia o amplo apoio de diversos setores da sociedade, entre eles religiosos (no início do século XX no Brasil, como aponta Hernani Heffner, a Igreja Católica buscou controlar o que os fieis assistiam. Na Índia, essa vigilância em relação ao cinema ainda é exercida por associações políticas hindus como o Shiv Sena<sup>13</sup>). No início do século XX, no Brasil e na Índia, a censura seria apoiada também por revistas de cinema, como indiana *Filmindia* e a brasileira *Cinearte*. “*Cinearte* é bastante favorável à censura, posição essa justificada em prol da preservação da imagem do Brasil no exterior e da frequência infantil aos cinemas” (LUCAS, 2005, p. 114). A preocupação com a imagem da Índia no exterior seria uma constante também nas páginas da *Filmindia*, que em diversas ocasiões reclamaria que os censores deixavam passar filmes estrangeiros que os jornalistas consideravam um insulto aos indianos, como o filme britânico *The Drum* (Zoltan Korda, 1938). Em ambos os países, educadores (como os da Associação Brasileira de Educação) também apoiaram a censura, preocupados com a possível influência negativa dos filmes sobre as crianças. Tanto na Índia quanto no Brasil, havia uma concepção corrente nos anos 1920-1940 de que o cinema tinha um enorme poder de moldar a mente humana, sobretudo a dos jovens, e que as crianças

<sup>13</sup>

O Hinduísmo não tem uma “igreja” unificada, mas inúmeras pequenas seitas independentes.

imitavam o que viam na tela. Há uma grande semelhança nas palavras do jurista brasileiro Joaquim Canuto Mendes de Almeida em 1931, por exemplo, e naquelas do indiano K.B. Patel, proprietário de uma produtora de filmes educativos, em 1927:

a força psíquica do cinema é observável nas modificações psicológicas, fisiológicas e patológicas que uma fita pode produzir no homem. [...] Na primeira oportunidade em que surge à frente desse indivíduo uma situação que se assemelhe, mesmo remotamente, à da tela, há de lhe ocorrer [...] a respectiva solução cinematográfica [...] o garoto vagabundo, em busca de passatempo, [...] arma luta de boxe com os companheiros, quando não prefere chefiar uma quadrilha verdadeira de pequenos malfeitores, digamos discípulos dos patibulares e horripilantes ladrões e assassinos que o cinema engendra. (ALMEIDA, apud SOUZA, 2003, p.34)

As crianças com menos de 12 ou 14 anos não deveriam poder ver filmes sensacionalistas ou seriados, porque eles são mais imitativos, como macacos, e tentam copiar o que eles veem. Estes filmes fazem muito mal. (PATEL, apud REPORT, 1928b, v.2, p.79).

Como aponta Taís Campelo Lucas,

Até o final da Segunda Guerra Mundial, a noção de comunicação era a de que toda e qualquer mensagem emitida pelo emissor seria captada com toda sua carga emocional e ideológica pelo receptor, minimizando a capacidade discernimento deste. A teoria da “bala-projétil” considerava o emissor onipotente no processo comunicativo, o que aguçava as preocupações dos intelectuais frente ao efeito potencializado da imagem cinematográfica. (LUCAS, 2005, p.107)

Assim, a censura no Brasil e na Índia seria justificada pela necessidade de resguardar as mentes infantis. O decreto 20.493 de 1946, no Brasil, mantinha a categoria “impróprio para menores” criada pelo decreto 5.083 de 1926 (HEFFNER, 2003), visando “preservar o espírito infantil ou juvenil de impressões excitantes, ou deprimentes, e de influências perturbadoras da sua formação moral ou intelectual”<sup>14</sup>

A grande diferença entre a censura cinematográfica brasileira e a indiana seria, entretanto, em relação à questão moral. A censura colonial indiana era mais política do que moral, como vimos. Mas a partir da independência da Índia, em 1947, a censura cinematográfica se concentraria em eliminar “excessos sexuais – reais ou

<sup>14</sup>

Fonte: Câmara de Deputados. Disponível em: [“http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1940-1949/decreto-20493-24-janeiro-1946-329043-publicacaooriginal-1-pe.html”](http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1940-1949/decreto-20493-24-janeiro-1946-329043-publicacaooriginal-1-pe.html). Acesso em: 12/08/2015.



# 8º CONECO XII PósCom

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro

XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

imaginados”, como apontou Kobita Sarkar (1975, p.62). O beijo, em particular, foi banido dos filmes indianos. Já no Brasil, a censura foi consideravelmente mais leniente com aspectos morais do que políticos. Por exemplo, a carta de Lourival Fontes de 1941 não mencionava aspectos morais.



Figura 1. Nos anos 1930, a discrepância entre o erotismo nas telas brasileiras e indianas era menor.



Figura 2. Cartazes de filmes brasileiros e indianos dos anos 1970.

## Conclusão

Muitas das preocupações em relação ao poder do cinema e a vulnerabilidade de espectadores parecem ter sido comuns em boa parte do mundo na primeira metade



do século XX. A Índia, certamente, foi influenciada diretamente neste sentido pela Grã Bretanha e pelos Estados Unidos. A principal diferença entre a censura brasileira e a censura indiana é que a indiana foi muito mais rígida quanto ao erotismo nas telas. Não apenas o beijo foi proibido nos filmes indianos, como os casais mal se tocavam. No Brasil, a censura tendia a ser mais política. Neste artigo, tratamos apenas da censura da primeira metade do século XX, mas é notável, por exemplo, que durante a ditadura militar, nos anos 1970, o gênero brasileiro pornochanchada tenha florescido, enquanto na Índia a nudez continuaria absolutamente banida das telas de cinema.

### Referências bibliográficas

BHOWMIK, Someswar. **Cinema and censorship: the politics of control in India**. Hyderabad: Orient BlackSwan, 2009.

BRITISH Board of Film Classification. 1912 – 1949: The early years at the BBFC. Disponível em: <<http://www.bbfc.co.uk/education-resources/student-guide/bbfc-history/1912-1949>>. Acesso em: 20/07/2015.

DECRETO Nº 21.240 – DE 4 DE ABRIL DE 1932. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/legislacao/decretos/decreto-n-21240-de-4-de-abril-de-1932>>. Acesso em: 13/08/2015.

DE MELO SOUZA, José Inácio. **O Estado contra os meios de comunicação, 1889-1945**. Annablume, 2003.

DESAI, Morarji. **The Story of my Life**. Chennai: Macmillan India, 1974.

FILMINDIA. Bombay: FILMINDIA PUBLICATIONS LTD, 1945-1948.

FREIRE, Rafael de Luna. **Carnaval, mistério e gangsters: o filme policial no Brasil (1915-1951)**. 2011. Tese de Doutorado. Tese defendida na Universidade Federal Fluminense, Niterói (RJ).

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de guarda: jornalistas e censores, do AI-5 à Constituição de 1988**. Boitempo Editorial, 2004.

HEATH, Deana Lee. **Obscenity, Empire and Global Networks**. Ferguson Centre for African and Asian Studies, Open University, 2008.

\_\_\_\_\_. **Purifying Empire: Obscenity and the politics of moral regulation in Britain, India and Australia.** Nova Iorque: Cambridge University Press, 2013.

HEFFNER, Hernani. Contribuições a uma história da censura cinematográfica no Brasil. *Revista Acervo*, v. 16, n. 1, p. 23-44, 2011.

INDIAN CINEMATOGRAPH COMMITTEE. **Report of the Indian Cinematograph Committee, 1927-1928.** Superintendent, Government Press, 1928.

INDIAN CINEMATOGRAPH COMMITTEE. **Report of the Indian Cinematograph Committee, 1927-1928: Evidence.** Superintendent, Government Press, 1928. 5 v.

LUCAS, Taís Campelo. Cinearte: o cinema brasileiro em revista (1926-1942). Niterói. 174f. Dissertação (Mestrado em História)-Universidade Federal Fluminense, 2005.

MAZZARELLA, William. Making sense of Cinema in Late Colonial India. In: KAUR, Raminder; MAZZARELLA, William (Ed.). *Censorship in South Asia: cultural regulation from sedition to seduction.* Indiana University Press, 2009.

REPORT of the Film Enquiry Committee. Nova Delhi: Management Government of India Press, 1951.

SARKAR, Kobita. **Indian cinema today: An Analysis.** Nova Delhi: Sterling Publishers, 1975.

SCHVARZMAN, Sheila. Humberto Mauro e as imagens do Brasil. São Paulo, Ed. UNESP, 2004.

SHARMA, Miriam. Censoring India: Cinema and the Tentacles of Empire in the Early Years. *South Asia Research*, v. 29, n. 1, pp. 41-73, 2009.

SIMIS, Anita. **Estado e Cinema no Brasil.** São Paulo: Annablume; Fapesp; Itaú Cultural, 2008

THE BOMBAY government gazette (Part I). Bombaim: Government Press, 1928-1938.

THE MOTION PICTURE MAGAZINE. Bombay, v.XI, n.8, p. 275-276, 1947.

## **A temporalidade no plano-sequência:**

Aspectos temporais e narrativos no filme *Ainda Orangotangos*<sup>1</sup>

Gian Orsini<sup>2</sup>

### **Resumo**

O plano-sequência sempre foi considerado um elemento problemático do ponto de vista teórico, já que a ação narrativa desprende-se da utilização do corte, instaurando uma impressão de realismo e naturalismo na relação entre filme e espectador. Através de um breve panorama histórico-teórico sobre o plano-sequência e os estudos de André Bazin sobre o realismo nesta ferramenta da linguagem, o presente artigo busca investigar e problematizar a representação do tempo na obra *Ainda Orangotangos*(2007), dirigida por Gustavo Spolidoro.

### **Palavras-chave**

Plano-sequência; Realismo; Tempo; Narrativa.

### **O realismo no plano-sequência**

Nascido moderno, o plano-sequência é sem dúvida um dos recursos mais importantes para a gramática do cinema. Como comenta Aumont (2003), esta figura de estilo sempre foi considerada uma questão problemática para o campo teórico, não apenas pelo fato de termos que distingui-la de filmes do chamado pré-cinema, como os filmes de Meliès e dos irmãos Lumière que são objetivamente planos-sequência fixos, mas, especialmente, do ponto de vista da montagem.

Grosso modo, podemos defini-lo como um plano de filmagem que registra a ação em uma sequência inteira, sem cortes. Nesse sentido, Aumont (2003, p.231)

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT2 - Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Diretor e roteirista, graduado em Comunicação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Mestrando no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF), na linha de pesquisa de Estudos do Cinema e do audiovisual.

contribui na busca por uma definição conceitual do plano-sequência: “Trata-se de um plano bastante longo e articulado para representar o equivalente a uma sequência [...], geralmente fala-se de plano-sequência quando um plano é suficientemente longo.” Seguindo essa perspectiva, Leone e Mourão (1987, p. 62) acrescentam para elucidação do recurso: “ao lado da montagem, que articula planos, existe o chamado plano-sequência, isto é, num único plano, com longa duração, teríamos a ação se desenvolvendo sem a interferência do corte”.

Os planos elaboradamente longos de Orson Welles em *Cidadão Kane* (Citizen Kane, 1941), serviram como matéria-prima para as idéias do crítico e teórico francês André Bazin, permitindo que ele investigasse e desenvolvesse uma teoria sobre o plano-sequência. Nestes estudos, Bazin defende que o plano-sequência - assim como a profundidade de campo - seria o grande instrumento do realismo cinematográfico, já que dispensa o processo de montagem e se desvencilha da fragmentação do real. Por consequência, este seria um recurso capaz de lidar com a realidade de modo mais objetivo e que respeitaria a liberdade do espectador.

Sobre o uso da profundidade de campo e do plano-sequência em *Cidadão Kane*, de Orson Welles, Bazin faz apontamentos sobre esta liberdade de percepção por parte do espectador e sua absorção da ambivalência da realidade. De acordo com o autor:

A decupagem em profundidade de campo de Welles tende a diluir a noção de plano em unidade de decupagem que poderíamos chamar de plano-sequência. [...] Essa linguagem sintética é mais realista que a decupagem analítica tradicional e, ao mesmo tempo, mais intelectual, pois de certa forma obriga o espectador a participar do sentido do filme deduzindo relações implícitas, as quais a decupagem não exhibe mais na tela [...] (BAZIN, 2005, p. 91).

Diferentemente da montagem através do corte, onde na narrativa conduz e direciona a percepção do espectador a todo instante, o plano-sequência imerge-o numa experiência de quase testemunho, desmembrando-se da continuidade intensificada da montagem. Ao comentar as teorias bazinianas sobre as noções de realismo no plano-sequência e na profundidade de campo, Andrew afirma:

[...] Orson Welles criou um realismo triplo: realismo ontológico, dando aos objetos uma densidade e independência concretas; realismo dramático, recusando-se a separar o ator do cenário; [...] e realismo psicológico colocando o espectador nas verdadeiras condições de percepção nas quais nada é jamais determinado a priori (ANDREW, 2002, p.133).

A representação dos objetos e a desenvoltura dos atores em tempo contínuo, onde as coisas parecem simplesmente existir dentro do quadro, sem relações espaço-temporais criadas pela montagem, fundaram esta noção de realismo no plano-sequência. Sobre os anseios e as ideias de Bazin a respeito do realismo no cinema, Leone e Mourão (1987, p.62) comentam: “Para ele [Bazin] a manipulação da realidade através do corte, como recurso de articulação, evidenciaria um perigoso risco de distorção dessa mesma realidade”. Assim, por oposição a esta fragmentação do real, o plano-sequência seria o grande recurso do realismo cinematográfico, já que dispensa o processo de montagem, colocando o espectador numa posição privilegiada, de maior liberdade e transparência em relação ao filme.

Especialmente pelo fator da montagem, o plano-sequência sempre trouxe à tona questões incômodas, como observa Aumont (2003, p.231): “o plano-sequência nos obriga a admitir que pode haver montagem no interior de um plano e coloca sérios problemas a qualquer modelo de segmentação dos filmes”. Ainda sobre este aspecto, Leone e Mourão (1987, p.63) destacam a presença da montagem dentro do plano-sequência, evidenciando o movimento da câmera como um funcional substituto ao corte: “Ao invés de criar relações espaço-temporais, produzindo planos fílmicos, o plano-sequência utiliza o recurso da mobilidade da câmera para acompanhar a ação, não esquecendo que ele é resultado da rubricas ‘montadas’ no roteiro.”

Então, se por um lado, o plano-sequência abria uma possibilidade até então não explorada de retratar a realidade com peculiar realismo, por outro, deixavam explícitas questões inconvenientes. A realização de um filme inteiramente em plano-sequência foi, durante muito tempo, brecada por limitações técnicas. Nos anos quarenta, Alfred Hitchcock tentara tal façanha ao realizar *Festim Diabólico*(1948), de 80 minutos, em um único plano-sequência – com cinco cortes “invisíveis” obrigatórios para que se pudesse trocar os rolos das película em 35mm. Sobre a façanha de Hitchcock, Leone e Mourão (1987, p.62) comentam sobre o filme de



Hitchcock: “Essa experiência só foi possível por se tratar de uma ação num único espaço e num tempo delimitado, coincidente com o tempo de projeção, não havendo necessidade de elipses temporais”. Independente dos fatores que ‘facilitaram’ a realização do cineasta, seu êxito e exercício narrativo por meio do plano-sequência são inegáveis.

Hoje, graças à evolução dos recursos tecnológicos, a inventividade narrativa e soluções cênicas, alguns exemplos nos demonstram a possibilidade de realização de filmes inteiramente nestes moldes. Apesar da importância histórica da reflexão do autor, com a evolução do cinema podemos observar casos que chacoalham as noções de realidade e o valor quase transcendental dado a essa figura de estilo por Bazin. Por isso, Aumont (2003, p.231) afirma que “essa concepção de realismo era apenas uma possibilidade entre outras, e o plano-sequência já não era tão ‘realista’ e ‘transparente’ [...], já que seu valor dependia das normas estéticas em vigor”. Assim como Aumont, vários teóricos posteriores chamaram atenção para esse fato.

Em seus escritos sobre o plano-sequência como reprodução do presente, Pasolini (1982, p.193) problematizou a figura de estilo comparando-a à vida, elevando-o à recurso hiperrealista, já que emula uma visão subjetiva sobre o mundo. Em contraponto a noção objetiva da montagem, que imprime a passagem do tempo através de cortes que induzem o espectador pela seleção de planos e ângulos, o plano-sequência abarca uma noção subjetiva, imprime uma aparente sensação de tempo presente. Este, então, seria o limite máximo do realismo de qualquer técnica audiovisual, pois se impõe claramente como uma reprodução subjetiva do presente onde “forjaria uma extensão do tempo que “engana” a morte ao prescindir da montagem, e, por conseguinte, abstrair aquilo que dá sentido a nossa existência”.

Desta forma, podemos afirmar que no plano-sequência está imbuído uma suposta força que rompe a barreira metafísica da realidade imposta pela tela. A ausência da montagem - ou a montagem da ação sem cortes - acaba por transmitir ao espectador certo naturalismo na relação entre filme e espectador. Grosso modo, poderíamos comparar o plano-sequência, através de modos semiológicos da literatura, a um texto sem vírgulas ou pontos finais. De acordo com Pasolini(1982):

O cinema (...) é substancialmente um plano-sequência infinito, como exatamente o é a realidade perante os nossos olhos e ouvidos, durante todo o tempo em que nos encontramos em condições de ver e ouvir (um plano-sequência subjetivo que acaba com o fim da nossa vida): e este plano-sequência, em seguida, não é mais do que a reprodução da linguagem da realidade: por outras palavras, é a reprodução do presente. (PASOLINI, 1982, p.195).

É na montagem que ocorre a transformação do Cinema em filme – do registro em linguagem - e assim, onde o presente se torna passado. Se o plano-sequência é a reprodução do presente, é justamente na variação de ângulos, enquadramentos, na montagem, que aconteceria uma *multiplicação de presentes*, como explica Pasolini (1982, p.194), “esta multiplicação de presentes abole, na realidade, o presente, esvazia-o, postulando cada um dos presentes à relatividade do outro, do seu imprevisto, a sua imprecisão, a sua ambiguidade”.

### **O tempo Orangotango**

Uma marca estilística reconhecível do diretor gaúcho Gustavo Spolidoro, ao menos em parte da sua filmografia, é a necessidade de experimentar e de se auto-impor, quase como um desafio, realizar e narrar seus filmes inteiramente em um único plano-sequência. Sua investigação e pesquisa no processo de filmes nesses moldes se inicia em *Velinhas* (1998), curta-metragem realizado em 16mm, onde a falta de luz em um prédio acaba propiciando a revelação de intimidades e os desejos de seus personagens. Spolidoro utiliza o plano-sequência para acompanhar o fluxo de seus personagens, da vida, do cotidiano, ao passo que captura situações esdrúxulas e únicas.

Com a experiência anterior no currículo e as possibilidades digitais, em *Outros* (2000), Spolidoro propõe algo mais ousado: um plano-sequência, vários deslocamentos, locações, uma câmera que passeia pela cidade de Porto Alegre encontrando e se despedindo de vários personagens. Em 2003, contribuiu na realização do filme *A história da eternidade*, curta-metragem dirigido por Camilo Cavalcanti também realizado inteiramente em único plano-sequência, com cortes

temporais e de situação determinados exclusivamente pelo movimento da câmera no espaço.

Em *Ainda Orangotangos*, o mesmo realizador mergulha num emprazamento técnico/narrativo próximo aos moldes de *Outros*(2000), mas ainda maior: longa-metragem feito inteiramente em um plano-sequência; produção extremamente planejada e orquestrada; variação entre externas muito movimentadas pelas ruas de Porto Alegre e internas cheias de ambientes distintos; longos diálogos “Woody-Allenanos”; um suposto nascer do sol e a noite profunda; complicadas seqüências com câmera na mão; reaparição de personagens e, inclusive, um pesadelo.

No entanto, mais do que mero virtuosismo técnico, *Ainda Orangotangos* propõe um grande plano-sequência que está sempre a favor da narrativa, seguindo o fluxo dos personagens, acompanhando suas vidas, suas histórias. É importante ressaltar que o filme é uma adaptação de seis contos do escritor gaúcho Paulo Scott e nessas diversas histórias que se cruzam, passamos do drama à comédia com fluidez, sem estranhamento ou maior rigor sensorial, apesar da aparente ausência de ligação direta entre os acontecimentos e os personagens - a não ser pelo fato de acontecerem e estarem na mesma cidade – é o tempo contínuo que trança o enredo, que conecta as peças do quebra-cabeças já montado e colado desde o princípio.

A obra nos chama atenção não só pelo fetichismo técnico ou pelo brilhantismo da direção, mas por abarcar variações temporais, elipses dentro da narrativa, e que apesar da sensação ilusória de tempo presente, o próprio processo de distensão do tempo diegético evidencia uma manipulação temporal, desvinculando o filme do tempo cronológico. Além disto, vale ressaltar que, mesmo com a ausência de cortes, as grandes variações narrativas, movimentações entre ambientes, devaneios de personagens, destacam a permanente reorganização da diegese, demonstrando que plano-sequência e cronologia não são fatores que estão necessariamente interligados.

Acreditamos estar diante de um filme singular na cinematografia mundial não apenas do ponto de vista da realização, mas também da relação entre narrativa e aspectos da unidade de tempo. Apesar da única tomada que se desenrola na tela, suas variações temporais, elipses dentro da narrativa, constroem a sensação ilusória de

tempo presente que logo é quebrada pela não equivalência entre o tempo diegético e tempo cronológico.

No filme, não temos um plano-sequência que apenas reproduz o presente, mas vários, uma *multiplicação de presentes* no tempo contínuo toma corpo. O deslocamento da câmera vai muito além da função de substituir o corte, mas torna-se a máquina que não apenas registra e imprime o tempo, mas viaja entre ele. Torna-se o elemento que nos coloca em movimento – juntamente com a mise-en-scène - numa promovendo uma irrupção entre os presentes na diegese fílmica.

Ao identificarmos a relação não equivalente entre tempo narrativo e tempo absoluto dentro de um filme, como no caso de *Ainda Orangotangos*, podemos detectar que trata-se de uma falsa reprodução do tempo presente no plano-sequência. Sobre essa questão, podemos nos referir também a Toraro (2002, p.79), que comenta a consequência da representação homomórfica no plano sequência, destacando que “quando ocorre uma representação homomórfica do tempo em um plano-sequência, sendo rara, pode ser utilizada como um efeito dramático incomum e surpreendente<sup>3</sup>”

Assim, podemos destacar três momentos-chave em *Ainda Orangotangos*:

a) O suposto nascer do sol: Na primeira cena do filme, nas figuras **A** e **B**, nos deparamos com o amanhecer do dia, mas no tempo “real” sabemos que se trata, na verdade, de um pôr-do-sol. Isto não altera em nada a percepção por parte do espectador, diegeticamente aquilo é aceito como nascer do sol. Para acompanhar a mudança de luz entre amanhecer e anoitecer, o filme utiliza deste recurso/disfarce;

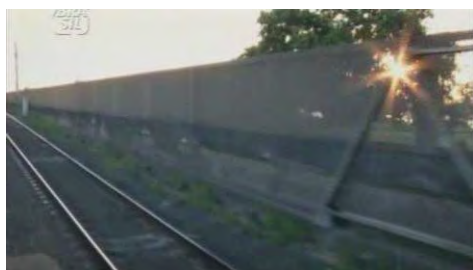


Figura A

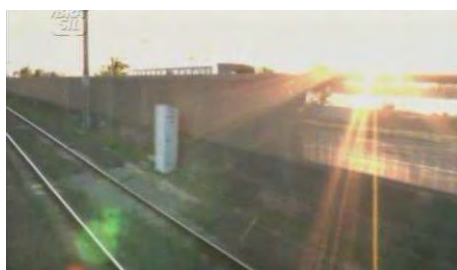


Figura B

<sup>3</sup> Tradução livre do trecho: “...when an homomorphic representation of time occurs in a long take, being rarer, can be used to unusual and striking dramatic effect”.

b) O pesadelo: Sem cortes, nos desviamos para um universo onírico, passeando pelos devaneios dentro do pesadelo de uma das personagens o que comprova que aqui, o plano-sequência não é indexador de unidade temporal. Há um “corte de dimensão”. As figuras abaixo, de C a J, representam visualmente a sequência descrita;

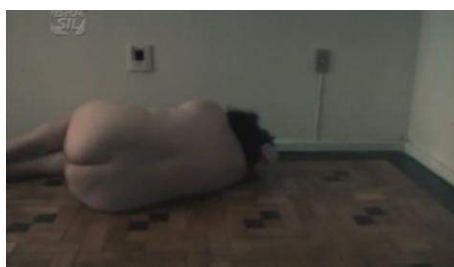


Figura C

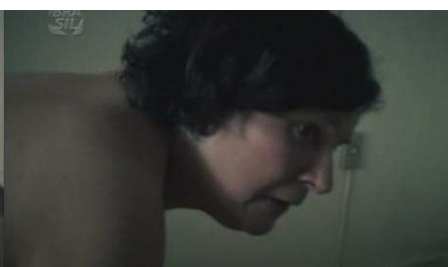


Figura D



Figura E

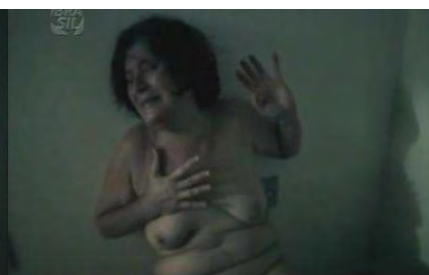


Figura F

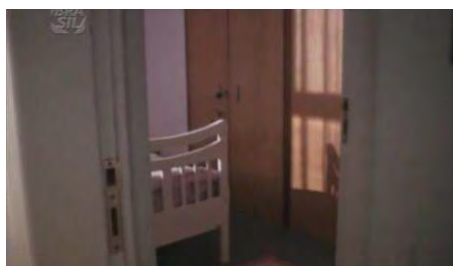


Figura G



Figura H

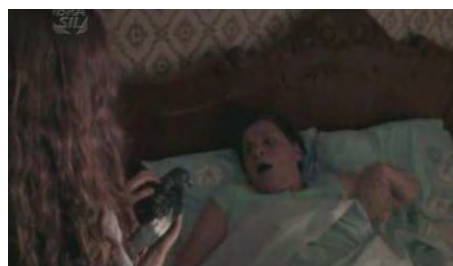


Figura I



Figura J

<sup>4</sup> Sequência de frames que representam a cena de um pesadelo no filme *Ainda Orangotangos*.



c) Horário dentro do filme: Na Figura L, em uma das primeiras cenas do filme, vemos um menino dentro do ônibus que informa as horas: “Agora é... 07h03. Aqui e no Japão, sabia? Só que lá é de noite agora”. Na Figura M, próximo ao final do filme, um personagem adverte: “São quase 21h”. Assim, percebemos que a narrativa do filme representa 15 horas de história durante um dia em Porto Alegre e, apesar do plano-sequência, o filme tem menos de 2 horas de duração. Em 80 minutos, percorremos um tempo dramático de 15 horas, sinalizado por elipses cronológicas sem corte. Há uma lógica interna de montagem própria ao filme, que determina as transições entre cenas e elipse através do deslocamento da câmera. Mesmo com ausência de cortes, há elipses entre as histórias.

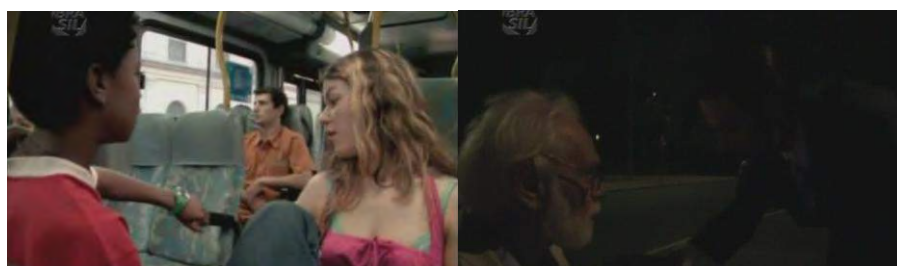


Figura L

Figura M

Posto isto, acreditamos que no filme de Spolidoro as relações entre espaço-tempo se dão através do deslocamento da câmera e de seus personagens, destacando o plano-sequência como ferramenta de linguagem para representar o fluxo e a imprevisibilidade da vida e das situações. A forma está em função do filme - e não o contrário – sem que isso aprisione sua narrativa. Todos os elementos construídos e orquestrados nos filmes constituem um mosaico de personagens que estão sempre em trânsito, nas ruas, pelo metrô, no ônibus, no mercado, em apartamentos, desenhando a cidade de Porto Alegre. A continuidade não busca provar autenticidade, mas dinamizar as pequenas tramas que se constroem e se emaranham no mesmo universo, criando vínculos e desfazendo-os através dos diversos ‘cortes’ de história, de

<sup>5</sup> Frames de cenas do filme Ainda Orangotangos: Figura L, aproximadamente aos 16’ de filme ; Figura M, aproximadamente a 64’ de filme.

personagens, de locações, de tempo, de gênero, moldando e imprimindo uma marca e um estilo de direção.

### **O indício da vida**

Como explica Tarkovsky (2010, p.64), o tempo é o elemento que constitui a condição de existência do nosso ‘Eu’. É o indício da vida. Da mesma forma que precisamos do ar para poder respirar e sobreviver, necessitamos nos inscrever sobre esse tempo para poder existir, já que “a história não é o tempo, mas uma consequência; O tempo é um estado, é “a chama em que vive a salamandra da alma humana”. Benjamim (*apud* Didi-huberman, p.171, 2011) contribui para uma construção conceitual do tempo, atentando para fragmentação, já que “o tempo não desenvolve a história, o progresso de um ‘fio liso’: (...) se trata de uma corda muito desgastada e separada e em mil mechas, que como tranças desfeitas, nenhuma destas mechas tem um lugar determinado antes que todas sejam retomadas e entrelaçadas em um penteado”<sup>6</sup>.

No filme, percebemos essa flutuação na relação dos sujeitos com o tempo, o embaralhamento entre acontecimentos e a tessitura das ações que parecem afetar o destino dos personagens que estão sobre uma *pressão do tempo*. A dita subjetividade do plano-sequência, neste caso, não parece evidente já que o recurso não parece engajado numa lógica de reprodução do presente. Dessa forma, as marcas do tempo na narrativa são marcas das experiências do personagens na sua relação com o mundo. Sobre essa relação de afetações, Tarkovsky (pág. 66, 2010) afirma que “o tempo não pode desaparecer sem deixar vestígios, pois é uma categoria espiritual e subjetiva, e o tempo por nós vivido fixa-se em nossa alma como uma experiência situada no interior do tempo”.

---

<sup>6</sup> Tradução livre do trecho: “El tiempo no desarrolla El relato, El progreso de un “hilo liso”:”(...)se trata de una cuerda muy deshinchada y separada en mil mechas, que cuelga como trenzas desechas, ninguna de esas mechas tiene un lugar determinado antes de que todas sena retomadas y entrelazadas em um peinado”.

Em busca pela compreensão do tempo e de moldá-lo no sentido cinematográfico, Tarkovsky ressalta que o tempo não é determinado pela montagem do filme, mas que o tempo é um elemento específico que já está embutido dentro das próprias imagens. Deste modo, as tomadas estão sujeitas a uma “pressão do tempo”, e nelas, no seu fluxo interior, se revelaria o ritmo. Ou seja, a montagem, a junção entre os planos, articularia idéias e ações, organizaria a estrutura do filme, mas não o seu ritmo. O ritmo já está lá, é o tempo impresso:

Ele - o tempo - se torna perceptível quando sentimos algo de significativo e verdadeiro, que vai além dos acontecimentos mostrados na tela; quando percebemos, com toda clareza, que aquilo que vemos no quadro não se esgota em sua configuração visual, mas é um indício de alguma coisa que se estende para além do quadro, para o infinito:  
um indício de vida. (TARKOVSKY, 2010, p.139)

Este ritmo, a dinâmica do tempo que extravasa na imagem, é representado no filme e absorvido pelo espectador. Assim, esta percepção do tempo e do ritmo pode ser subjetiva, sentida de diversas formas, de acordo com a experiência do sujeito em relação à obra. Toraro (2002) nos apresenta dois modos temporais presentes no plano-sequência: o tempo interno - um tempo humano, pessoal e subjetivo, experienciado por cada indivíduo, que é condicionado por diversos fatores (físicos, emocionais, psicológicos, culturais); e o tempo externo (também nomeado como objetivo ou absoluto), que seria o modo temporal convencional, o tempo do relógio, que nós usamos no nosso dia-a-dia para mensurar e planejar, objetivamente, nossas ações, nossa vida.

A partir dos estudos de Gregory Currie, Toraro(2002) nos aponta duas formas de representação do tempo: automórfica (*automorphic time*) e a representação homomórfica do tempo (*homomorphic time*). Nas palavras do autor:

Estes dois tempos se distinguem principalmente pela continuidade ou descontinuidade do tempo. A automórfica é mais comumente encontrada no plano-sequência, onde não há fragmentação ou descontinuidade e, portanto, existindo uma equivalência entre tempo narrativo e tempo de duração. Já na representação homomórfica, o tempo é sempre fragmentado

através da montagem, efetuando elipses para avançar na história narrada.  
(TORARO, 2002, p.79)<sup>7</sup>.

Diante de um mundo tão vasto, diversificado e plural, é através da narrativa que reunimos e representamos em nossos discursos as perspectivas sobre o tempo. E assim, por meio da experiência narrativa e as conexões com esses tempos, que interagimos com o mundo e somos afetados por ele. Desta forma, Ricouer (1994, p. 85) contribui ao comentar a correlação entre a atividade de narrar e o caráter temporal da experiência humana: “O tempo torna-se tempo humano na medida em que é articulado de um modo narrativo, e que a narrativa atinge seu pleno significado quando se torna uma condição da existência temporal”.

Ricouer (1994, p.24) atenta para que o fato comum da experiência humana é o caráter temporal: “Tudo o que se narra acontece no tempo, desenvolve-se temporalmente; e o que se desenvolve no tempo pode ser contado”. Desta forma, só reconhecemos o processo temporal quando narramos algo, pois a nossa experiência no mundo se desenvolve próprio no tempo.

Agamben (2009, p.40), ao expandir e ampliar o sentido Foucaultiano do termo *dispositivo*, denomina literalmente de dispositivos “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes”. Com efeito, podemos afirmar que o tempo também é, para o ser humano, um dispositivo que condiciona nossas vidas, nossas ações e nossa existência. Em *Ainda Orangotangos*, a câmera que vagueia por entre estes tempos desomogenizados, parece sempre condicionada a esse dispositivo que o circunda, a temporalidade de ser, de estar. Em relação análoga, podemos observar como Agamben (2009, p. 71) pensa o sujeito no contemporâneo:

Aqueles que procuram pensar o contemporâneo puderam fazê-lo apenas com a condição de cindi-la em mais tempos, de introduzir no tempo uma

---

<sup>7</sup> Tradução livre do trecho: “These two terms add theoretical flexibility by enabling me to distinguish between different forms of temporal anomaly in a long take; namely, temporal anomaly inscribed in the diegesis, and temporal anomaly inscribed in technique and form. [...] In the majority of cases, automorphic time is continuous, uninterrupted, or non-fragmented. And homomorphic time is discontinuous, interrupted or fragmented”.

essencial desomogeneidade. Quem pode dizer: “o meu tempo”, descreve neste uma cesura e uma descontinuidade; e, no entanto, exatamente através dessa cesura, dessa interpolação do presente na homogeneidade do tempo linear, o contemporâneo coloca em ação uma relação especial entre os tempos. (AGAMBEN, 2009, p. 71)

O descolamento dos personagens nessa inscrição sobre a materialidade fílmica, e a cesura provocada pelo sujeito entre esses tempos, é o que propriamente o torna contemporâneo, colocando-o em posição privilegiada para observar o mundo a sua volta, os acontecimentos, os rastros e vestígios impressos nestes tempos. Como explica Agamben (2009, p. 59), é a própria relação singular do sujeito com o seu tempo, e o cruzamento entre eles no contemporâneo, que complexifica os momentos: “A contemporaneidade, portanto, é uma singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, dele toma distâncias; mais precisamente, essa é a relação com o tempo que a este adere através de uma dissociação e um anacronismo”.

Na contemporaneidade, a revolução dos meios e o fácil acesso às câmeras e filmadoras digitais resultaram no crescimento exponencial da produção de filmes e do surgimento de novos realizadores. O cinema, que sempre foi um meio pouco acessível no sentido de produção, especialmente devido ao caríssimo custo de câmera, das películas e de todo processo de revelação, se viu num momento de transição e essa revolução comprovou que a “especificidade cinematográfica” não reside apenas na película, na tecnologia pura, mas é de ordem estética, narrativa. A chegada do vídeo e do digital ampliou as possibilidades de experimentações narrativas e sobre a imagem. O filme de Spolidoro é filho deste contexto, uma obra que só foi possível pelo momento de reconfiguração do que entendemos como *Cinema*. Mourão (2002), sobre a inserção do vídeo, e as transformações que isso acarretou, afirma:

O surgimento do vídeo[...] nos coloca diante de uma inegável transformação das imagens e da temporalidade das mesmas. Não deixando de ser representação, o vídeo, diferente do cinema, é detentor de uma instantaneidade que nos aproxima do tempo real, aproximação esta permitida a partir da analogia, evidenciada pelo vídeo, entre o movimento e o tempo. Se para atingir a idéia de tempo real o cinema tem que, necessariamente, articular imagens e sons através de uma estrutura de montagem onde o conceito de continuidade narrativa, mesmo que de maneira velada, deve estar sempre presente no momento do corte; o vídeo é capaz de trabalhar as ações de maneira simultânea, sem ter que recorrer ao corte propriamente dito. (MOURÃO, 2002, p.37)



Como explica Mourão(2002), o surgimento do vídeo e de outras possibilidades de captação e representação da imagem criaram novas relações entre o espectador, tempo e realidade. Dessas novas relações surge também a necessidade de estabelecer novos parâmetros de discussão que não se baseiem apenas na representação de um pensamento sempre linear e cronológico que não pode dar mais conta integralmente da complexidade do mundo contemporâneo.

Ainda segundo Mourão, “não podemos mais falar em imagens simples, a imagem-vídeo cria uma nova linguagem, uma nova forma de utopia[...]. Está surgindo uma outra espécie de realismo, a imagem captada por uma câmera (vídeo ou cinema) não passa de matéria-prima, para posterior manipulação através das técnicas digitais”. *Ainda Oragontangos*, filme captado com câmeras digitais, parece estar inserido nesta nova lógica, em um novo modelo de representação que rompe as amarras do realismo puro, que transforma o tempo em fios que se enlaçam e se desatam ao sabor da narrativa e do momento.

### **Considerações finais**

Spolidoro explora o plano-sequência utilizando uma representação homomórfica do tempo a favor da narrativa, num tempo heterogêneo ditado pela narrativa fílmica, onde não necessariamente o tempo de projeção do filme é o mesmo do tempo diegético: aqui, o plano-sequência está engajado dentro de um dinamismo da história, das ações que sua narrativa explora, criando uma flutuação entre o tempo e na maneira como esse plano é sentido e absorvido pelo espectador. A ausência de cortes, as grandes variações, movimentações entre ambientes, “devaneios” de personagens, destacam a permanente reorganização da diegese, causando uma instabilidade na reprodução do presente e evidenciando que plano-sequência e cronologia não são fatores que estão necessariamente interligados.

Através da invisibilidade das elipses em *Ainda Orangotangos* acaba por promover o choque entre os tempos e liberando todas as modalidades do tempo

mesmo, construindo um jogo de tessitura onde o narrar torna-se também a própria história. O filme desdicotomiza o princípio narrativo Aristotélico, joga com o esfacelamento do tempo cronológico.

A força organizadora da narrativa e o desenvolvimento dramático do filme-plano-sequência de *Ainda Orangotangos* é o ritmo do fluir do tempo no quadro e o diálogo entre esses tempos e essas histórias. No filme de Spolidoro, apesar da crença do plano-sequência como reprodução do presente, como diria Pasolini, teríamos uma espécie de multiplicações de presentes que não está orientada pela montagem, que não é operada através do corte, mas por vários ângulos, enquadramentos, pela mise-en-scène, pela narrativa, pois aqui, neste tempo contínuo e ao mesmo passo esfacelado, o corte físico representa, de fato, o fim.

### **Referências bibliográficas:**

AGAMBEN, Giorgio. *O que é o contemporâneo? E outros ensaios*. Chapecó: Editora Argos, 2009.

ANDREW, Dudley. *As Principais Teorias do Cinema: uma introdução*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *Dicionário teórico e crítico de cinema*. Campinas: Papirus, 2003.

AUMONT, Jacques. *A teoria dos cineastas*. Campinas, SP: Papirus, 2004.

BAZIN, André. *O cinema: ensaios*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991.

Ibidem. *Orson Welles*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *Ante el tiempo*. Buenos Aires, 2011.

LEONE, Eduardo; MOURÃO, Maria Dora. *Cinema e Montagem*. São Paulo: Série princípios, Editora Ática, 1987.

MOURÃO, Maria Dora. *O tempo no cinema e as novas tecnologias*. In: Cienc. Cult. 2002, vol.54, n.2, pp. 36-37. ISSN 2317-6660.

PASOLINI, Pier Paolo. *Empirismo Hereje*. Lisboa: Assírio e Alvim, 1982.

RICOUER, Paul. *Tempo e Narrativa*: Tomo 1. Campinas: Papirus, 1994.

TARKOVSKI, Andrei. *Esculpir o tempo*. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

TORARO, Donato. *Time and the long take in The magnificent Ambersons, Ugetsu and Stalker*. University of Warwick, 2001. Disponível em: <<http://wrap.warwick.ac.uk/2355/>>. Acesso em: 12 de Julho de 2015.

### **Referencias audiovisuais:**

*Ainda Orangotangos*. Gustavo Spolidoro. Brasil, 2007. 80 minutos.

## **Jogos de Cena<sup>1</sup>**

Uma reflexão sobre o papel da ficção no documentário contemporâneo

Jean Carlos Pereira da Costa<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo investiga as relações entre ficção e documentário, partindo da análise dos filmes “*Sans Soleil*” (1983), de Chris Marker, e “*Jogo de cena*” (2007), de Eduardo Coutinho. Acreditando que a *mise-en-scène* é também uma característica do documentário, exploramos as possibilidades de encenação e produção fictícia de memórias nesses filmes. Compreendemos, então, que, através da experiência, do testemunho e da montagem, a ficção se estabelece na construção da narrativa documental e se coloca como necessária para se pensar não só as narrativas do mundo, mas também as narrativas que o próprio homem constrói de si mesmo em seu cotidiano.

### **Palavras-chave**

Documentário; Chris Marker; Eduardo Coutinho; Ficção; Narrativa.

### **Introdução**

*Mas me consolo pensando  
Que o imaginado e o passado já são o mesmo  
Para um homem que foi  
E que contempla o que foi a cidade  
E agora volta a ser o deserto.  
(Jorge Luis Borges)*

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 - Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-graduação em História Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGHIS/UFRJ) e bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Rádio e TV, pela Escola de Comunicação da UFRJ. E-mail: jeancpcosta@gmail.com.

O cinema documentário é, no senso comum, compreendido como o gênero que busca uma maior aproximação com a realidade objetiva do mundo, figurando, em seu lado oposto, justamente o cinema de ficção, aquele que se apropriaria de elementos do real e os “fantasiaria” em prol de uma história a ser contada. No entanto, cada vez mais nos estudos de cinema e audiovisual é possível verificar que as barreiras entre esses dois gêneros são questionáveis e que uma divisão rigorosa do que é documentário e do que pode ser chamado de ficção é muito complexa, uma vez que esses gêneros parecem se hibridizar. Para Bill Nichols,

A definição de documentário é sempre relativa ou comparativa. Assim como amor adquire significado em comparação com indiferença ou ódio, e cultura adquire significado quando contrastada com barbárie ou caos, o documentário define-se pelo contraste com filme de ficção ou filme experimental e de vanguarda (NICHOLS, 2005, p. 47).

Apesar dessa comparação ainda necessária, qual seria o papel da ficção no documentário? Para refletir sobre essa questão, primeiramente, é preciso compreender em que consiste essa separação entre documentário e ficção. De igual forma, é necessário compreender as relações éticas e estéticas estabelecidas nas performances<sup>3</sup> dos personagens no documentário e, por fim, analisar a construção da narrativa documental em seus aspectos técnicos, estéticos e também poéticos. Para Francisco Teixeira,

Até recentemente, o documentário clássico era visto conforme aqueles traços genéricos que o opunham ao cinema de ficção, quase sem nenhuma especificidade a mais, a não ser o mero reclamo por uma realidade que se queria distinta dos artifícios da ficção. Com uma mudança cultural bastante notável em relação à temporalidade, de algumas décadas pra cá, a ideia de um tempo cronológico sucessivo (passado, presente, futuro) cedeu suas prerrogativas para uma concepção crônica do tempo, em que passado e presente se constituem mutuamente, de modo coextensivo e simultâneo (TEIXEIRA, 2006, p. 257).

Nesse sentido, pensar o documentário hoje passa por uma reflexão sobre sua relação com o tempo e os desdobramentos das imagens nas narrativas que antecederam a forma clássica de se filmar o real. Da mesma forma que as vanguardas

---

<sup>3</sup> Utilizamos performance no sentido do corpo em cena, que dramatiza a sua vida e as suas opiniões perante a câmera, como considerado por Ramos (2012).



artísticas, apesar de suas especificidades, se compunham a partir das conexões de umas com as outras, documentário e ficção também se constituem de suas interlocuções, de sua hibridez. Assim, pensar ficção como uma mera representação fantasiosa do real não corresponde ao potencial presente na forma de produzir narrativas ficcionais; de igual forma, não corresponde ao papel do documentário levar à tela somente o real objetivo. Como real objetivo, compreendemos aqui o meramente visível, aquilo que uma câmera pouco reflexiva pode capturar do real: sua aparência.

Nesse direção, acreditamos que, para além das aparências do real, cabe ao documentário também captar as relações que estão em jogo, aquilo que, sem reflexão e imaginação, torna-se uma difícil tarefa observar. Mas, cabe, então, ao documentário imaginar o real? Imaginar quer dizer fantasiar e criar, mas também supor. Supor sobre o real quer dizer refletir sobre ele, pensá-lo, e isso, sim, é tarefa não só do documentário, mas de qualquer gênero de filme.

Jacques Rancière (2009), em seu livro “A partilha do sensível”, aponta a demanda do real por ser ficcionalizado para melhor ser pensado. Nesse sentido, filmar o real torna-se, primeiramente, um exercício de olhar o outro e se olhar. A falsa ideia da objetividade da câmera, muitas vezes, corrobora a relação de reificação entre as imagens que se produzem a partir do real e a própria realidade. O que queremos dizer aqui é que, ao tratar o real como algo exterior a nós mesmos, colocamo-nos sob o risco de mecanizar nossa relação com o mundo e de superestimar, ou humanizar, em uma troca invertida, nossa relação com imagens que, nesse caso, pouco representam as relações e os códigos compartilhados por aqueles que tecem as redes das narrativas do mundo. Dessa forma, tornamo-nos reféns de nossas próprias imagens do mundo, que dificultam nossa compreensão e nossa imaginação sobre ele.

Rancière aponta também que o real é sempre objeto de uma ficção:

A política da arte, portanto, não pode resolver seus paradoxos na forma de intervenção fora de seus lugares, no “mundo real”. Não há mundo real que seja exterior da arte. Há pregas e dobras no tecido sensível comum nas quais se juntam e desjuntam a política da estética e a estética da política. Não há real em si, mas configurações daquilo que é dado como nosso real, como objeto de nossas percepções, de nossos pensamentos e de nossas intervenções. O real é sempre objeto de uma ficção, ou seja, de uma construção do espaço no qual se entrelaçam o visível, o dizível e o factível.

É a ficção dominante, a ficção consensual, que nega seu caráter de ficção fazendo-se passar por realidade e traçando uma linha de divisão simples entre o domínio desse real e o das representações e aparências, opiniões e utopias (RANCIÈRE, 2012, p. 74-75).

Nessa perspectiva, diante do que se apresenta como real em um documentário, questionar e imaginar são exercícios fundamentais para melhor compreender que tipo de imagens do mundo podemos e queremos produzir. Dessa forma, ao se apropriar de documentos ou de testemunhos de pessoas reais, são também estabelecidas relações éticas que, intrinsecamente ligadas à proposta estética do documentário, também constituem um estatuto do personagem. Assim, é importante reconhecer o poder de agência daqueles que são filmados, sua encenação para a câmera. Estabelecer essa relação é essencial para a descoberta do que pode ser filmar o real, reconhecendo o outro ponto de vista entre o que vemos e o que nos olha.

Nessa direção, os personagens no documentário, sejam eles pessoas, documentos, lugares ou até mesmo imagens, também têm papel ativo na produção da *mise-en-scène*<sup>4</sup>, pois é nesse processo de performance de si em que se desvela mais do que a aparência do real, produzindo-se imagens complexas de um real que possui também relações complexas. Nessa direção, a auto-*mise-en-scène* se coloca como um processo de imaginar-se, supor-se, ficcionalizar-se diante da câmera. A partir, então, de um dispositivo<sup>5</sup> de ficção, é possível identificar não só a hibridez presente no documentário, mas também a multiplicidade de ser, estar e produzir o mundo. Para Jean-Louis Comolli, a noção de auto-*mise-en-scène* é essencial para a cinematografia documentária, pois:

Trata-se de uma *mise-en-scène* própria, autônoma, em virtude da qual as pessoas filmadas mostram de maneira mais ou menos ostensiva, ou dissimulam a outrem, seus atos e as coisas que as envolvem, ao longo de

<sup>4</sup> Compreendemos também a *mise-en-scène* como “o modo pelo qual a encenação é disposta na tomada, levando-se em conta os diversos aspectos materiais que compõem a cena e sua futura disposição narrativa (em planos)” (RAMOS, 2012, p. 17).

<sup>5</sup> Usamos aqui a palavra dispositivo no sentido dado pelo documentarista Eduardo Coutinho, referindo-se a seus procedimentos de filmagem. Segundo Consuelo Lins, “o ‘dispositivo’ é criado antes do filme e pode ser: filmar dez anos, filmar só gente de costas, enfim, pode ser um dispositivo ruim, mas é o que importa em um documentário” (LINS, 2004, p. 140).

atividades corporais, materiais e rituais. A *auto-mise-en-scène* é inerente a qualquer processo observado (COMOLLI, 2008, p. 330).

Dessa forma, forjar uma autoimagem não é menos real que deixar produzir uma imagem reificada de si. Pelo contrário, pois, ao forjar-se enquanto personagem no documentário, ficam claras as dúvidas, os desejos e a indocilidade de corpos reais que agem sobre si próprios e tomam posição na construção de imagens de si. Para produzir essas imagens, no entanto, os personagens solicitam da memória tudo aquilo que pode ajudá-los a construir sua performance. Nesse sentido, a atuação no documentário, assim como os testemunhos que se produzem, são constituídos de memórias e esquecimentos, lembranças e experiências que se constroem no ato de rememorar.

Nessa perspectiva, o que é a memória senão um espaço de ficcionalização das experiências com o passado? O que é a memória senão uma ilha de montagem? Ao oscilar entre a falta e a sobra, a memória torna-se um movimento de reflexão sobre si próprio, e as ficcionalizações de si são aquelas, então, que constituem a imagem que queremos expor de nós mesmos. A memória, nesse sentido, enquanto processo de ficcionalização de si, imprime invenção e imaginação à experiência de se filmar o real, mostrando mais uma forma de consolidação da ficção no gênero documentário.

A memória nos faz, dessa forma, um convite para compreender os testemunhos e a encenação como uma narração, cuja pretensão não é “transmitir um acontecimento, pura e simplesmente (como a informação o faz); integra-o à vida do narrador, para passá-lo aos ouvintes como experiência. Nela ficam impressas as marcas do narrador como os vestígios das mãos do oleiro no vaso da argila” (BENJAMIN, 2010, p. 107).

Para além da comparação com a ilha de montagem, cabe ressaltar a importância do próprio processo de montagem na ficcionalização do real. Se, no documentário, o personagem tem poder de agência na produção de sua representação, na ilha de montagem, é o diretor, juntamente com o montador, que vai manipular as imagens, produzindo relações de sentido entre as imagens através de um processo

técnico, poético, mas também político. Abre-se, assim, um outro espaço reflexão sobre o real, um espaço do “ordinário tornado extraordinário de tal forma que surge por meio da cena das relações cotidianas, uma outra cena, aquela na qual o sonho, o acaso, o inconsciente podem ganhar forma e significação” (COMOLLI, 2008, p. 156-157).

### **Jogos de cena: entre narrativas e testemunhos fictícios**

“Convite: se você é mulher com mais de 18 anos, moradora do Rio de Janeiro, tem histórias para contar e quer participar de um teste para um filme documentário, procure-nos”. Espalhado por jornais, vagões femininos e revistas, esse texto, apresentado logo no início de “Jogo de cena” (2007), levou 83 mulheres aos testes do diretor Eduardo Coutinho para seu documentário, cujo corte final acolhe apenas 11 delas.

O cenário é um teatro do Rio de Janeiro, em que os depoimentos dessas mulheres são contados. A princípio, parecem apenas histórias pessoais, testemunhos captados pelo diretor para um documentário sobre mulheres e seus cotidianos. Até que atrizes bastante reconhecidas como Andréa Beltrão, Fernanda Torres e Marília Pêra surgem no vídeo recontando histórias contadas por outras mulheres não famosas ou pouco famosas. Para o expectador, não fica claro a quem de fato pertencem aquelas histórias. O que é ficção dentro desse documentário? Essa é a pergunta mais simples, dentro do corpo de questões colocadas pela reinvenção e encenação de testemunhos em “Jogo de cena”.

Em “*Sans Soleil*” (1983), a voz epistolar, em uma narração feminina, revela-se como destinatária de cartas já escritas pelo cineasta fictício viajante Sandor Krasna, pseudônimo de Marker e nomeado na diegese do filme como autor das imagens. A voz da atriz francesa Florence Delay insiste em assinalar que “*il écrivait*” (ele escreveu), apesar de, em seguida, passar a explicar as impressões sobre as imagens em primeira pessoa. Assim, sutilmente, a narradora se desliza da terceira para a

primeira pessoa, resultando em um dispositivo em que, na realidade, não se é possível identificar o sujeito, ou os diversos sujeitos da voz.

As cartas trocadas contêm análises históricas, sociais e políticas do cineasta a respeito dos lugares visitados. Mais do que um parecer, que em certos momentos beira à análise, o testemunho de Krasna sobre os lugares que visita é permeado pela vontade de registrar acontecimentos corriqueiros e banais, como se o comum lhe interessasse mais que qualquer outra coisa. Quando comenta uma das cartas, a narradora diz: “Ele amava a fragilidade desses instantes suspensos, essas lembranças que serviam apenas para deixar lembranças. Ele escreveu: ‘após dar voltas ao mundo, só a banalidade me interessa. Eu a procurei nesta viagem, persistente como um caçador de recompensas’”.

A imagem de três garotinhas em uma estrada, na Islândia, em 1965, abre o filme. Como explica a narradora, esta seria para o cineasta a imagem da felicidade absoluta. A voz *over* também explica que Krasna já tentou diversas vezes associar esta imagem a outras, mas aquilo nunca funcionou. Nesse ponto, podemos compreender muito da ideia de “*Sans Soleil*”: uma janela aberta para todas as possibilidades das imagens, dos sons e dos textos. Um grande projeto de montagem, no qual origem e destino não são uma preocupação, mas sim uma abertura para se pensar as possibilidades das imagens do real a partir de um ensaio que ficcionaliza imagens de uma narrativa aparentemente documental.

Ao trabalhar com as imagens produzidas em cada lugar que já esteve, o cineasta fictício forma também um mosaico. Um mosaico de imagens, a princípio, soltas, inacabadas. São imagens do mundo, imagens de um passado não tão determinado, cheias de camadas de tempo e de dobras: imagens de arquivo. Para Anita Leandro (2009), esse tipo de imagem pode ser inserida como um personagem à parte, com o qual interage o material filmado na atualidade e, então, “a imagem do passado torna-se um problema do presente e passa a interferir diretamente na qualidade da palavra filmada” (LEANDRO, 2009, não paginado).

O dispositivo utilizado por Krasna para melhor compor esse mosaico de experiências com o real é o de enviar fragmentos de seu trabalho a seus amigos para



que eles o juntem, como um quebra-cabeças. A montagem desses fragmentos se alinha, então, às cartas fictícias do cineasta. Trabalhando, assim, com cartas imaginárias de um cineasta imaginário, com imagens reais que formam filmes imaginários e uma voz *over* que desloca seu cerne da terceira para a primeira pessoa com sutilidade, Marker tece uma reflexão sobre o tempo, o espaço e as ligações entre arte, realidade e ficção.

Dentro de um cinema mais contemporâneo, por outro lado, temos Coutinho. Influenciado por Chris Marker e conhecido por um cinema de dispositivo, ele investe na reflexão sobre o cotidiano, mas também na reflexão sobre método de se filmar esse cotidiano. Inserindo-se em uma tradição de pensadores do método no cinema, o diretor dialoga, em sua forma de produzir documentários, com Jean Rouch, Edgar Morin, Robert Flaherty. Já na década de 1960, com “Crônica de um verão” (*Chronique d’un été*), de Rouch e Morin, a questão da encenação no documentário aparece como um dilema importante. Uma das mulheres que interage com a câmera, ao final do filme, enuncia: “Para chegar perto de sermos verdadeiros, temos de estar sozinhos e à beira da loucura”.

O contexto da fala é o da exibição do filme realizada pelos diretores para seus entrevistados. A mulher reage, então, a sua própria imagem, a sua própria entrevista concedida a Rouch e a Morin. O que, no entanto, é interessante na fala da personagem é justamente a expressão “à beira da loucura”, não obstante o fato de se “estar sozinho”, uma vez que esta é a constatação de que nem mesmo na solidão deixamos de atuar para nós mesmos. Nessa perspectiva, a relação entre performance e documentário fica ainda mais clara: se nem sozinhos nossa auto encenação é inibida, diante da câmera, não há nada além da interpretação, da ficcionalização de nós mesmos.

Flaherty nos concede também, já em 1922, a possibilidade de refletir sobre a ficcionalização do real em “Nanook, o Esquimó” (*Nanook of the North*), o primeiro documentário da história. Enquanto os esquimós já caçavam com rifle e já não se alimentavam exclusivamente de caça, por exemplo, Flaherty solicitou a eles que, para as filmagens, usassem os arpões à moda antiga, e colocassem a caça em primeiro

plano de sobrevivência. Ao criar uma *mise-en-scène* para representar as tradições daquele povo, Flaherty nos apresenta duas naturezas distintas do documentário:

De um lado, é o registro de algo que aconteceu no mundo; de outro lado, é narrativa, uma retórica construída a partir do que foi registrado. Nenhum filme se contenta em ser apenas registro. Possui também a ambição de ser uma história bem contada. A camada retórica que se sobrepõe ao material bruto, esse modo de contar o material, essa oscilação entre documento e representação constituem o verdadeiro problema do documentário. Nossa identidade está intimamente ligada ao convívio difícil dessas duas naturezas (SALLES, 2005, p. 64).

Nessa perspectiva, a narrativa é o que de fato dá linha à reflexão sobre o real, e não a mera produção de imagens da aparência do mundo histórico. A partir de um outro dispositivo, Coutinho expõe claramente a necessidade da fabulação, do reconhecimento do documentário como um espaço de produção de narrativas. Narrativas essas, criadas a partir da precariedade da memória e da seleção daquilo que, nos testemunhos, melhor criaria a representação que quer o entrevistado ver de si. Como afirma Consuelo Lins (2004, p. 188), “é um cinema do presente, mas um presente impuro, que deve ser entendido em um sentido mais amplo, não apenas o presente instantâneo da atualidade, mas o da rememoração ou evocação”.

Em entrevista à Tania Menai, da Revista TPM, Eduardo Coutinho comenta:

Ao falar de sua própria vida, as pessoas estão entre o teatro e a sinceridade, a verdade e o falso. Toda memória é mentirosa, precária. O personagem bom é aquele que se inventa dentro da câmera, entende? E se inventar não é mentir. É narrar bem. Há pessoas que têm vidas medíocres, mas que as narram maravilhosamente bem. E tem pessoas que viajaram pelo mundo, foram a guerras e contam isso sem o menor interesse. Então, quis fazer um filme que juntasse a personagem real com a atriz (MENAI, 2007, não paginado).

Em “Jogo de cena”, não parece que o exercício seja adivinhar de quem de fato são aquelas histórias, mas perceber que a fabulação e a imaginação estão presentes não só nos filmes de ficção, mas também no documentário e na própria vida. Ao encenar as histórias de outras pessoas ou mesmo suas próprias histórias, as personagens do documentário de Coutinho produzem narrativas de si, misturam suas subjetividades e apresentam claramente a hibridez constante entre o desejo de se tornar algo e o que, de fato, se é.

As diferentes camadas de encenação dessas personagens aparecem mescladas de tal forma que se torna praticamente impossível diferenciá-las totalmente, embaralhando as fronteiras entre pessoa/personagem, verdade/mentira, real/ficção, o que é potencializado pela montagem. Para Cezar Migliorin,

A montagem é operação central para que a informação não consuma todo o oxigênio da imagem. É uma operação com a memória, com as possibilidades conectivas e lacunares da memória, e não uma rememoração; não se trata de lembrar o que houve, mas de criar com um presente que já é outra coisa, nem passado nem presente. A montagem permite, entre duas imagens, experimentar tudo o que falta entre elas. No momento em que a pessoa que viveu a história se encontra com a atriz, no corte, o que se abre é uma circulação infinita daquelas histórias. [...] A cada corte é a história como informação que desaparece, em prol da história como invenção e diferença (MIGLIORIN, 2010, p. 53).

A montagem, nesse sentido, apresenta com seu ritmo a multiplicidade concernente não só ao ser humano, que pode se produzir enquanto narrativa de si mesmo, mas também às micronarrativas do mundo. É também através do ritmo, em que as imagens se sucedem e os testemunhos se repetem pela palavra de pessoas diferentes, que a montagem desconstrói algo importante da linguagem no documentário: a conexão entre o ser vivo, a testemunha da narrativa, e o ser que fala.

Nesse sentido, tanto em “*Sans Soleil*” quanto em “Jogo de cena”, questiona-se o próprio regime de representação das imagens e dos sons no cinema, pois a desestabilização do sujeito da fala provocada pelo revezamento entre atrizes e personagens, no caso de Coutinho, e da variação entre a terceira e a primeira pessoa em Marker, cria uma distância entre o corpo e a fala presente em todo testemunho. Dessa forma, a questão se desloca fortemente para o campo da linguagem:

A inadequação [...] entre a narrativa de quem a viveu e a atriz não é um problema ligado à possibilidade de que esse personagem seja ou não representado, mas à inexistência de uma linguagem adequada que forme um contínuo entre objeto e imagem. A diferença não é na história ou no discurso, mas na própria linguagem (MIGLIORIN, 2010, p. 54).

Nessa perspectiva, enquanto o cinema de ficção parece buscar uma aproximação com a realidade, embora com outro estatuto, o cinema documental

aproximava-se cada vez mais da ficção, sem, no entanto, deixar de propor reflexões sobre a linguagem, o testemunho e as relações materiais constituídas no mundo histórico com sujeitos reais.

## **Reflexões finais**

A partir dessas breves reflexões, é possível perceber as aproximações entre ficção e documentário, compreendendo que, mesmo no documentário, a encenação e as manipulações a partir da memória e da montagem estão presentes nos filmes. Dessa forma, produzir um cinema que vise à representação do real é também perceber as complexidades que rodeiam o mundo histórico, seus sujeitos e as relações estabelecidas entre eles.

Nessa perspectiva, o testemunho que seria uma forma de documentar acontecimentos, uma forma de construir a história, ou um ponto de vista sobre ela, em “Jogo de cena”, torna-se questionável, pois, ao se desconectar a “dona” da fala e seu discurso, desconecta-se o corpo da palavra, a materialidade da fala. Nesse sentido, a oscilação não é mais apenas entre memória e esquecimento, mas dos próprios sujeitos da fala, que se misturam em um coletivo de subjetividades e formas de narrar e encenar uma história.

A memória, por sua vez, pode ser também um dispositivo de poder, pois ainda seleciona, entre lembranças e esquecimentos, o que de fato deve compor o discurso do testemunho. Dessa forma, as narrativas pessoais são construídas a partir de dados de um passado e, ao mesmo tempo, deformadas, ao preservar experiências e vivências selecionadas, fragmentadas, mas também repletas de vazios.

É preciso compreender, dessa forma, que, em um testemunho, “articular historicamente o passado não significa conhecê-lo como ele de fato foi. Significa apropriar-se de uma reminiscência, tal como ela relampeja no momento de um perigo” (BENJAMIN, 1994, p. 224), significa abrir brechas também para ficcionalizá-lo, imaginá-lo novamente para, assim, poder se supor algo sobre ele e melhor compreender sua relação com o presente, o mundo histórico e seus sujeitos.

Nesse sentido, Eduardo Coutinho e, mais especificamente, o filme “Jogo de cena” deixam claro que um cinema que busca compreender o real e refletir sobre suas questões está muito mais perto do mundo histórico do que um cinema de aparência, que reifica o real e seus sujeitos. Nessa perspectiva, entender os processos de performance e auto-*mise-en-scène* de personagens reais nos ajuda a compreender nossa própria relação com o mundo e com as pessoas, entendendo que a atuação é inerente ao ser humano e que, então, estamos impregnados de ficção.

Em Marker, a soma de imagens e ideias, juntamente com voz *over*, não nos conduz a uma ideia fechada do significado daquelas imagens. Pelo contrário, ao buscar um caminho de abertura, através da narração das cartas, Marker consegue fugir da armadilha de objetificar o real filmado, pois a voz *over* não se limita a comentar as imagens que se sucedem na tela, como se elas ilustrassem o texto. É justamente no confronto entre imagens e texto, mas também nos seus cruzamentos, que a reflexão sobre o real e suas camadas de tempo e possibilidades se dá. É na desordem das imagens que se confia ao espectador de se montar sua realidade dentro da nostalgia e da simplicidade das cartas e imagens que pairam na tela.

Nesse sentido, a ficcionalização sugerida por Marker está não só no fato de serem cartas inventadas ou um cineasta inventado em uma relação de correspondência e memórias inventadas com a narradora, mas também na imaginação sobre imagens e seus regimes de temporalidade que se sustentam na montagem do filme e na montagem do próprio espectador, que compactua com as possibilidades abertas pelo cineasta. Ao desviar imagens de seu sentido original e as manipular em “*Sans Soleil*”, Marker demonstra também como a instabilidade das imagens está ligada à instabilidade do mundo da qual elas mesmas são produto, como essas imagens estão ligadas aos fragmentos do imaginário do ser humano e a seus pedaços de memória, que são inventadas, ficcionalizadas.

Buscar, portanto, uma documentação pura do real através das câmeras é impossível, pois sequer conseguimos deixar de atuar para nós mesmos, não restando menos que a pura encenação, a ficcionalização de si, para a câmera. Além disso, “Jogo de cena” e “*Sans Soleil*” criam não só um estatuto do personagem, com seus



revezamentos de posse de uma mesma narrativa, mas também um estatuto do espectador, conferindo a este um espaço de reflexão e inteligência para se compreender mais que a aparência das imagens, dos testemunhos e da narrativa das cartas.

Dessa forma, o próprio espectador cria seus códigos com aquelas personagens, monta na cabeça as relações de encenação realizadas por elas e, assim, pode compreender o papel da ficção no documentário: tornar reais no cinema as relações complexas de encenação do cotidiano, que estão no âmbito dos afetos, do sensível, do social, mas também do gesto político.

A ficção artística e a ação política sulcam, fraturam e multiplicam esse real de modo polêmico. O trabalho da política que inventa sujeitos novos e introduz objetos novos e outra percepção dos dados comuns é também um trabalho ficcional. Por isso, a relação entre arte e política não é uma passagem da ficção para a realidade, mas uma relação entre duas maneiras de produzir ficções. As práticas da arte não são instrumentos que forneçam formas de consciência ou energias mobilizadoras em proveito de uma política que lhes seja exterior. Tampouco saem de si mesmas para se tornarem formas de ação política coletiva. Contribuem para desenhar uma paisagem nova do visível, do dizível e do factível. Forjam contra o consenso outras formas de “senso comum”, formas de um senso comum polêmico (RANCIÈRE, 2012, p. 74-75).

## Referências bibliográficas

BENJAMIN, Walter. Sobre o conceito de história. In: *Obras escolhidas I - Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1994.

\_\_\_\_\_, Walter. Sobre alguns temas em Baudelaire. In: *Obras escolhidas III – Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo*. Trad. José Carlos Martins Barbosa e Hemerson Alves Baptista. São Paulo: Brasiliense, 2010.

COMOLLI, Jean-Louis. *Ver e poder - A inocência perdida: cinema, televisão, ficção, documentário*. Belo Horizonte: Humanitas, 2008.

LEANDRO, Anita. Estratégias contemporâneas de inclusão da imagem de arquivo no cinema. In: *Anais do XIII Encontro Internacional da Sociedade Brasileira de Estudos*

*de Cinema e Audiovisual (Socine)*, 2009, São Paulo. Disponível em: <<http://www.socine.org.br/anais/interna.asp?nome=anita%20leandro>>. Acesso em 20 Ago. 2015.

LINS, Consuelo. *O documentário de Eduardo Coutinho*: televisão, cinema e vídeo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

MENAI, Tania. Eduardo Coutinho: um homem de TPM. 2007. *Uma jornalista brasileira em Nova York*. Disponível em: <[http://www.taniamenai.com/folio2/2007/11/eduardo\\_coutinh.html](http://www.taniamenai.com/folio2/2007/11/eduardo_coutinh.html)>. Acesso em: 23 Ago. 2015.

MIGLIORIN, Cezar. Sob o risco das imagens: a cena na cena. *Grumo*. Buenos Aires, v. 8, 2010. p.50-55.

NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. São Paulo: Papirus, 2005.

RAMOS, Fernão. A *mise-en-scène* do documentário: Eduardo Coutinho e João Moreira Salles. *Rebeca*, v.1, p.1-38, 2012.

RANCIÈRE, Jacques. *A Partilha do Sensível*. São Paulo: Editora 34, 2009.

\_\_\_\_\_, Jacques. *O Espectador Emancipado*. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

SALLES, João Moreira. A dificuldade do documentário. In: MARTINS, José Souza; ECKERT, Cornelia; CAIUBY NOVAES, Sylvia (orgs.). *O imaginário e o poético nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, 2005, p.57-71.

TEIXEIRA, Francisco Elinaldo. Documentário moderno. In: MASCARELLO, Fernando (Org.). *História do cinema mundial*. Campinas, SP: Papirus, 2006.

## Referências audiovisuais

*Crônicas de um verão*. Direção: Jean Rouch e Edgar Morin. França: 1960. 85 min.

*Jogo de cena*. Direção: Eduardo Coutinho. Brasil: 2007. 107 min.

*Nanook do norte*. Direção: Robert Flaherty. Estados Unidos: 1922. 79 min.

*Sans soleil*. Direção: Chris Marker. França: 1983. 100min.

## **Por um cinema do corpo:<sup>1</sup>**

Performance, utopia e libertinagem em *Febre do Rato*, de Cláudio Assis  
Luiz Guilherme dos Santos Júnior<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo analisa o estatuto do corpo performático e erótico no filme *Febre do Rato*, de Cláudio Assis, como possibilidade de pensar o cinema brasileiro contemporâneo, a partir do conceito de “utopia do corpo”, criado por Foucault (2001). A nudez, a libertinagem e o erotismo dos corpos figurados em *Febre do Rato* tendem a confrontar a normatividade dos comportamentos e buscar, na acepção de Foucault, esse corpo utópico. Tal possibilidade engloba não apenas a crítica à normatização e disciplina dos corpos, mas o senso de “comunidade”, na acepção de Blanchot (2013), como uma forma dissidente que se contrapõe à regulamentação da “vida em comum” dos sujeitos, mas confere, a estes, devires humanos fora de preceitos totalitários e que pretendem “uniformizar” as singularidades.

### **Palavras-chave**

Cinema; corpo; performance; utopia; libertinagem.

### **Por um cinema do Corpo**

Uma coisa, entretanto, é certa: o corpo humano é o ator principal de todas as utopias.

(Foucault – *O corpo utópico*)

Entre os autores que discutem a representação do corpo no cinema contemporâneo Foucault (2001) se destaca, pois coloca em debate e problematiza a forma que a câmera exerce a figuração dos corpos. Segundo ele, é preciso buscar novas configurações estéticas e perceptíveis no tocante à captação das formas visuais do corpo, que possam convergir para outras sensibilidades visuais, numa dissonância em relação aos discursos que reforçam a “disciplina” dos gestos e dos corpos.

No ano de 1975, numa das poucas entrevistas em que Foucault se refere ao cinema, o tema recai sobre as representações do corpo em filmes de cineastas como

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 (Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação Social (PUCRS). E-mail: lguilherme1973@gmail.com

Pasolini, Jodorowsky, Cavani, dentre outros. Na entrevista intitulada *Sade, o sargento do sexo*, Foucault esboça diversas críticas sobre a representação do corpo em filmes que se inspiram na literatura erótica do escritor francês Marquês de Sade. Segundo ele, tais produções acabam por transformar as ações dos corpos em modelos disciplinares. A razão disso está no próprio excesso de imagens sobre o corpo e como os movimentos e planos cinematográficos se exasperam em colocar tudo à vista dos espectadores, sem, contudo, elaborar novas dissonâncias que liberte os movimentos de certo automatismo.

De acordo com Foucault (2001, p. 366), “a meticulosidade, o ritual, a forma cerimonial rigorosa que assumem todas as cenas de Sade excluem tudo o que poderia ser jogo suplementar da câmera”. Em contraponto, o autor refere-se a um tipo de cinema que permita recriar a “organicidade do corpo”, ou seja, desconstruir as hierarquias que restringem os movimentos, ou seja, é necessário que a câmera atomize os pequenos detalhes, e elabore novas sensibilidades tácteis e visuais.<sup>3</sup>

Nesse sentido, o cinema precisa “desmantelar essa organicidade: isso não é mais uma língua que sai de uma boca, não é um órgão da boca profanado e destinado ao prazer de um outro” (FOUCAULT, 2001, p. 367). Por isso, a câmera, nessa perspectiva, tem um papel primordial de agenciar intensidades através de ângulos obtusos, linhas de fuga, prazeres que desorganizem as formas e discursos comuns no tocante ao prazer. Os filmes que se propõem a uma meticulosidade quanto às imagens corporais tornam-se, na maioria das vezes, discursos programados sobre os prazeres, corpos disciplinados numa organicidade calculada.

Desse modo, Foucault (2001, p. 370) ratifica a necessidade de elaborar outras experiências cinematográficas, com base em aspectos não disciplinares no que concerne às imagens do corpo: “é preciso inventar com o corpo, com seus elementos, suas superfícies, seus volumes, suas densidades, um erotismo não disciplinar: o do corpo em estado volátil e difuso, com seus encontros ao acaso e seus prazeres não

---

<sup>3</sup> O que fica mais evidente na crítica foucaultiana é, no caso do filme *Saló*, de Pasolini, a tentativa de associar as irrupções eróticas do corpo com as atrocidades físicas realizadas pelos nazistas.

calculados”. Mais do que uma “encenação” do corpo diante da câmera, o cinema pode agenciar perspectivas artísticas que faça do corpo um agente utópico.

Em uma de suas conferências, Foucault (1966) demarca o papel do corpo nesse processo de emancipação do homem: “para que eu seja utopia, basta que seja um corpo. Todas essas utopias pelas quais esquivava o meu corpo, simplesmente tinham seu modelo e seu ponto primeiro de aplicação, tinham lugar de origem em meu corpo”. Com base nessa “utopia do corpo”, ao estabelecer rupturas no tocante aos regimes disciplinares do corpo, o cinema pode agenciar discursos que se contrapõem aos regimes de imagens consensuais, ao figurar corporeidades sob uma ótica que projetam os corpos em possíveis tensões estéticas.

Ainda nessa conferência, Foucault compara o estatuto do corpo com a ideia de um “ator utópico” que se maquia, se mascara ou se tatua. Nesse momento, o corpo adentra num universo que faz eclodir intensidades que estão presentes nesse mesmo corpo, ou seja, são maneiras próprias de avivar dimensões do desejo, do afeto, que perfazem caminhos que, imagetivamente, destoam do modo comum dos corpos e do espaço de convivência dos homens.

### **A Retomada: o corpo en(cena)**

O ser que vem é o ser qualquer.

Giorgio Agamben – *A comunidade que vem*.

As décadas posteriores que correspondem ao cinema brasileiro da “Retomada” dos anos de 1990 do século XX convergiram para o surgimento de cineastas que trouxeram para as telas nacionais uma diversidade de temas, mas, nem todos preocupados com novas e possíveis configurações estéticas, diante do contexto pós-ditadura, em que as utopias revolucionárias, de certa maneira, perderam o espaço que tiveram, por exemplo, no Cinema Novo.

Após essa década de “ressurgimento” de produções nacionais, o cinema do Nordeste, dentre outros, ganhou destaque em Festivais de cinema, com produções que chamam atenção pelo teor político e pela ênfase dada ao espaço sociocultural de



Recife, sem, contudo, estabelecer-se como um cinema de apologia regional. Após ao lançamento do aclamado *Baile Perfumado* (Lírio Ferreira e Paulo Caldas, 1997), filme que traça a epopeia do personagem Lampião num espaço onde a seca deu lugar à invasão das águas, diretores como Cláudio Assis irromperam na cena recifense com a tendência de um cinema que se estabelece a partir da força performativa dos corpos, mas, sobretudo, por embates entre o comportamento transgressor dos personagens em contraponto à rigidez moral e à hipocrisia das instituições familiar e religiosa.

Num artigo intitulado “a figura do ator no cinema brasileiro contemporâneo”, Furtado (2005) analisa a importância da figuração do “corpo” em filmes nacionais, como uma das tendências que vem sendo desenvolvida pelo cinema brasileiro contemporâneo. De acordo com o estudioso, há uma produção fílmica no Brasil que trilha um caminho fecundo quanto a essa proposta. Entre esses filmes estão, segundo o crítico: *Um céu de estrelas* (Tata Amaral, 1996), assim como *Madame Satã* (Karim Aïnouz, 2001), *O Invasor* (Beto Brant, 2001), passando por *Amarelo Manga* (Cláudio Assis, 2002) e *Contra Todos* (Roberto Moreira, 2004).

Entre os filmes, *Amarelo Manga* apresenta uma carga pulsional e agressiva dos corpos que irá marcar a cinematografia marginal de Cláudio Assis, e abrir caminho para outras produções do Nordeste do país, alcançando, assim, o reconhecimento do cinema brasileiro feito no nordestino em âmbito nacional, esteira aberta inicialmente por Glauber Rocha. Na perspectiva temática de *Amarelo Manga*, seu diretor realizou outros filmes em que as intensidades dos corpos ganham dimensões políticas, ao colocar em cena, no filme *Bastio das Bestas*, o corpo prostituído de Auxiliadora (Mariah Teixeira), e a violência corporal sofrida pelas prostitutas de Dona Margarida perpetrada por Cícero (Caio Blat), Everardo (Mateus Nachtergaele) e outros delinquentes da Zona da Mata em Pernambuco. No terceiro longa do diretor, *Febre do Rato* (2011), o poeta e artista de rua Zizo (Irandhir Santos) proclama a “libertinagem” do corpo, e o amor dionisíaco por senhoras de idade, com a presença de cenas em que o personagem, de maneira inusitada, aparece numa banheira d’água em cópulas sexuais com suas parceiras sexagenárias.

*Febre do Rato* pode ser considerado o ápice da produção cinematográfica de Cláudio Assis, em parceria com o roteirista Hilton Lacerda, nesse e nos outros filmes anteriores. O filme confirma o estilo crítico e ao mesmo tempo político do diretor, ao encenar uma dialética que problematiza a normatividade dos comportamentos. Seus personagens apresentam uma carga afetiva e pulsional que, na maioria das muitas vezes, não se alinham aos limites impostos pela “vida comum” da sociedade. Há, nesse sentido, um forte apelo para às “margens” presente no discurso fílmico do diretor, em grande parte, próximo de uma busca utópica, diferente, no entanto, do sentido messiânico de esquerda que pairou sobre diversos filmes do Cinema Novo.

Zizo, personagem central de *Febre do Rato*, não planeja uma luta armada ou deseja estabelecer qualquer centralidade política. Descompromissado com os efeitos possíveis ocasionados por seu discurso em relação às “classes dominantes”. Dessa forma, o artista partilha dos mesmos problemas da comunidade, em função disso, de contrapor essa situação, vê em seus poemas um meio de criticar a sua realidade, estendendo isso para a declamação pública e performática de poemas de sua própria autoria que versam sobre temas como: o amor libertino e as liberdades individuais.

### **O Corpo em Febre**

Encenado em preto e branco, e tendo como espaço visual a capital de Pernambuco, a trama fílmica de *Febre do Rato* revela uma dialética que engloba a expansão urbana da cidade de Recife, diante da precariedade das moradias populares, entre palafitas, o rio poluído e a sujeira do mangue. Nas primeiras tomadas de câmera que mostram, num plano sequência, um olhar subjetivo que contempla o rio que corre lento, as pontes em ruínas e os prédios da capital irrompem visualmente, enquanto uma voz *off* fala do mundo como um “abismo” profundo de objetos e de pessoas marginalizadas. A alternância visual do claro/escuro é conduzida pela câmera que adentra pelo interior de túneis e pontes, o que reforça o sentido dialético dos espaços em confronto. Ao fundo desses enquadramentos em plano geral, a velocidade dos

ônibus, dos carros e o fluxo contínuo das pessoas contrastam com o silêncio do rio que corre conduzido pelo olho da câmera.

Ainda nesse fluxo visual, a câmera avista um acúmulo de barracos precários feitos de madeira e papelão, onde é possível ouvir, no interior desses espaços, o falatório das pessoas. Ao fundo, a imponência e o silêncio dos edifícios contrastam com a paisagem desolada da favela, como se tudo que fosse produzido pelos moradores dos apartamentos desaguasse no rio e na lama do mangue que margeia os casebres. Nesse espaço periférico entre becos e submoradias vive o personagem Zizo (Irandhir Santos), poeta de rua que mantém um periódico alternativo chamado “Febre do Rato”, distribuído gratuitamente aos moradores do local, como uma forma de chamar atenção dos moradores diante da supremacia urbana e dos desníveis sociais.

Na primeira aparição do artista, um enquadramento conjunto apresenta o personagem discursando diante de um grupo de moradores. Ele brada diante de todos, com o uso de um alto falante, discursos que falam do poder e dos interesses da classe burguesa, e de como a favela recebe os dejetos provenientes dos prédios vizinhos. Zizo não se alinha a nenhum partido político, assim como não demonstra qualquer preocupação ideológica de ser entendido pelos amigos e moradores do local. Ou seja, seu periódico anarquista não visa um leitor específico, nem resultados que possam dar origem a uma resistência ou guerrilha urbana. Em confronto com instituições como, por exemplo, a família, o personagem propõe uma vida sem interditos sexuais e o amor livre de esteticismos ou conveniências de gênero.

Na oficina do artista, um cartaz fixado na parede do anarquista russo Mikhail Bakunin (1814-1876) sugere o posicionamento ideológico de Zizo, que, em diversos momentos do filme, refere-se ao anarquismo, concepção política que tem como uma das “bandeiras de luta”, a crítica em relação à propriedade privada. Por isso que, de certa maneira, o espaço onde reside o poeta seja sobrecarregado de objetos empilhados, sem a ordem comum das residências e sem valor monetário, como se o espaço de criação do personagem refletisse sua concepção utópica em relação ao mundo e às coisas.

Essa aparente “desordem”, como crítica aos modelos sociais, é evidenciada, noutro sentido, no comportamento transgressor de outros personagens que compõem a comunidade de amigos que frequenta os encontros em grupo organizados por Zizo. Nesse espaço comunitário, agregam-se pessoas de diferentes idades, e sem uma história de vida prévia fornecida pelo roteiro, anônimos na maior parte, como se buscassem uma espécie de “paraíso idílico”, onde é permitido realizar “atos condenáveis”, aquém dos interditos. Por isso, o lema principal da comunidade é: “o direito de errar”.

Foucault, em uma de suas conferências (1984), faz uma associação entre utopia e espaço, o que ele chama de “heterotopias”. Segundo o filósofo, esses espaços têm como uma das formas principais “uma espécie de contestação simultaneamente mítica e real do espaço em que vivemos” (FOUCAULT, 2001, p. 416). Essa descrição é precisa no tocante ao espaço coletivo representado em *Febre do Rato*, que se engendra como uma maneira de se contrapor às normas “disciplinares” de convivência. Para Dunker (2015, p. 90), um dos sintomas do contexto social brasileiro é a busca de espaços fortificados, como os condomínios, tema marcante, para exemplificar, mas não citado pelo autor, no filme *O Som ao redor* (Kleber Mendonça Filho, 2012). *Febre do Rato* seria então esse contraponto, ao propor uma comunidade utópica em que os sujeitos não vivem isoladamente, nem com o pressuposto de um sentido de igualdade e uniformização.

É nesse mesmo espaço de heterotopias, para usar o termo de Foucault, que Zizo recebe a visita de suas parceiras, geralmente senhoras da vizinhança que compartilham do respeito e dos prazeres sexuais “oferecidos” pelo artista. Elas demonstram um forte entusiasmo diante do personagem, que não se importa em tê-las como companhia afetiva. O filme, nesse sentido, perfaz uma crítica ao estereótipo construído em relação ao corpo feminino, já que as companheiras sexuais do poeta são mulheres idosas, mas que para ele, são “corpos sem idade”.

Os encontros entre os “libertos” acontecem durante a noite, e a fusão dos corpos pode ser visualizada parcialmente por meio de uma câmera posicionada acima

de numa banheira de água improvisada, no quintal do artista, e sem a perspectiva do “conforto” usual dos casais. A câmera, nesse enquadramento, torna-se testemunha subjetiva do envolvimento dos corpos e, ao mesmo tempo, transfere ao espectador a focalização angular do espaço e da intensidade visual da cena.

No entanto, ao encenar corpos fora do chamado “padrão estético”, *Febre do Rato* segue uma proposta de “desfetichizar o corpo humano”, termo usado por Glusberg (2009, p. 42) para criticar a configuração estética do corpo que coloca a beleza visual em primeiro plano, preceito este criticado pela *body art*, corrente artista que transformou o “corpo” no ponto central da performance. Ainda de acordo com Glusberg, uma das nuances da *body art* e da performance se engendra num processo visual que coloca o olhar em face de uma dialética do “velado frente ao desvelado”. Essa dimensão estética é recorrente nos filmes de Cláudio Assis, a partir do uso de câmeras posicionadas em ângulo superior, sobretudo diante de cenas que envolvem o sexo, nudez ou violência dos corpos, como se um “olho” intruso da câmera desvelasse a intimidade dos corpos, em situações não comuns, como bem propunha Foucault (2001) a respeito do corpo filmado.

A sequência inicial de *Amarelo Manga* (2002) é oportuna nesse aspecto, quando focaliza a personagem Lígia nua deitada em sua cama, seu despertar e movimentação nos espaços entre seu quarto e o bar que gerencia como proprietária. Em *Bastio das bestas* (2007), após o uso desenfreado de álcool, o delinquente Everardo (Mateus Nachtergaele) agride sexualmente uma das prostitutas da casa de Dona Margarida (Conceição Camarotti).

Em *Febre do Rato*, o diretor segue a mesma opção estética nas cenas eróticas entre Zizo e as senhoras do bairro, assim quando a câmera desvela a vida sexual de um grupo formado por três rapazes brancos e uma jovem negra, que vivem num espaço improvisado, e que comungam uma vida sexual livre. Sobre este último grupo, em um dos enquadramentos filme, os personagens aparecem, em plena nudez, deitados uns sobre os outros, estáticos diante da câmera, após diversas doses de vinho e de narcóticos. O corte elíptico, que não permite a visualização do que aconteceu



anteriormente à cena, sugere, diante da visualização da nudez dos corpos, a liberdade sexual e extrema do grupo. A câmera estática, por alguns segundos acima dos corpos que jazem quase “mortos” após o gozo, pode ser associada ao que Bataille (2014) “violação do ser dos parceiros”, quando se diluem as fronteiras do “ser”, pois, como explica o teórico, “a passagem do estado normal ao de desejo erótico supõe em nós a dissolução relativa do ser constituído na ordem descontínua” (espécie de comunidade erótica).

Outra célula do filme está centrada num casal de amigos próximos de Zizo. Pazinho trabalha num cemitério da cidade como coveiro e mantém um relacionamento homoafetivo, porém conturbado com a travesti Vanessa. Entre violências verbais e traições de ambas as partes, Zizo acredita, contudo, que o casal é um exemplo transgressor e subversivo de amar, ou, em suas palavras, “casal do caralho”. Desse modo, ele busca unir o casal escrevendo poemas que falam da igualdade dos corpos e das “espadas” sexuais que se cruzam, numa imagem metafórica que remete-se à masculinidade positiva de ambos, ou como diz o poeta, “dois afoitos que se completam”.

É nesses momentos de declamação poética que a performance artística de Zizo exerce determinado fascínio diante do grupo de amigos. O artista cria uma conexão estética que compreende o estatuto da voz e a recriação dos gestos corporais. Pela análise de Glusberg (2009, p. 58), “a *performance* é um questionamento do natural e, ao mesmo tempo, uma proposta artística”. O que está em jogo nesse posicionamento estético é desconstruir a supremacia dos “dogmas comportamentais”, ao “ressignificar” a organicidade do corpo.

Mesmo sem um entendimento pleno das metáforas suscitadas pela voz poética e pelos gestos corporais extremos de Zizo, os amigos que observam sua performance sentem a vibração e o teor libertário de suas ideias, movimentos gestuais e palavras. Zumthor (2000) considera que a poesia está intrinsecamente ligada à performance do corpo, numa espécie de “ritualização da linguagem”, pois, de acordo com o estudioso “no caso da poesia, o discurso se dirige a comunidade humana”. Nos poucos instantes

em que Zizo se põe a declamar seus poemas, é recorrente a presença de pessoas ou interlocutores anônimos, mas, principalmente de amigos que ouvem atentamente o gozo das palavras, representando, para ele, a possibilidade de uma “utopia do corpo”.

No entanto, o filme aceita pensar não somente uma “utopia do corpo” livre do caráter normativo biossocial, mas especular sobre a possibilidade utópica da ideia de “comunidade”, conceito este debatido, entre alguns autores, por Blanchot (2013) no livro “A comunidade inconfessável”, muito pertinente ao aproximá-lo teoricamente de alguns aspectos ideológicos que transitam na concepção espacial de *Febre do Rato*.

Para o teórico francês, quando se pensa em uma forma de comunidade, a partir do que ele chama de “incompletude”, o que está em questão é o fato do sujeito não buscar nesse “espaço” uma maneira de tornar-se um “igual” ou manter-se como uma unidade plena e sem discordâncias com os outros. Blanchot, nessa perspectiva, não se vale de um tipo de comunidade pensada dentro de uma ótica de “esquerda”, onde todos os indivíduos comungam, sem contradições, seus afetos e opiniões. O crítico francês aventura justamente a ideia de comunidade que somente é possível talvez realizar, como linha de fuga, com base na “contestação do outro”.

No filme de Cláudio Assis, chama atenção a forma de vida “anárquica” da comunidade de amigos de Zizo. Não se percebe essa “unidade” de pensamentos ou de ideologias, ou uma “Cabeça” que pense por todos, apesar de certo destaque do personagem. Contudo, é nessa aparente “contradição” que a comunidade exerce a “utopia do corpo” avesso à produtividade social, ao contestar as “disciplinas” que regem a vida cotidiana dos “sujeitos comuns”. Como explica Blanchot (2013, p. 23), “à diferença de uma célula social, ela (comunidade) se interdita de fazer obra e não tem por fim nenhum valor de produção”, algo que está patente em *Febre do Rato*.

Entre os amigos de Zizo, o único que mantém um trabalho com vínculo empregatício é Pazinho. Os outros personagens são descompromissados de qualquer normatividade trabalhista, pois, no decorrer do filme, são mostrados em espaços de lazer ou festas organizadas em locais abertos e sem uma demarcação espacial rígida. Nas conversas que rondam a comunidade, o banal se mostra muito mais transgressor

do que propriamente algum tema político, como, por exemplo, em uma sequência em que o personagem “boca mole” (chamado por Zizo de “fornecedor de sonhos”) conta uma anedota sobre a imagem de uma cidade de Recife muito além da ideia de “inferno”.

Na festa principal organizada por Zizo, no quintal da residência de sua mãe, a intenção é fazer um contraponto à festividade religiosa do domingo de Páscoa, chamada pelo poeta, parodicamente, de “Páscoa de cabeça para baixo”. De acordo com Bataille (2014), a festa apresenta aspectos transgressores contra qualquer limite imposto socialmente, e ainda uma negação tácita do trabalho produtivo do homem. O pensador francês associa a “violência báquica” da festa à ideia de “profanação” dos interditos. Nesse sentido, inverter o sentido da Páscoa em *Febre do Rato*, configura-se como uma afirmação do corpo livre e profano, em contraposição ao sentido de “pureza” justificado pela religião cristã. Tanto que a festa transcorre durante o dia inteiro, fechando com a exibição do filme *Maconha*, feito por Zizo, em homenagem aos “costumes condenáveis” (fala do poeta).

Em outro momento do filme, em uma conversa com Pazinho, Zizo fala ao amigo que “as pessoas perderam a capacidade de espernear para as coisas mudarem”. Emblematicamente, o diálogo se passa diante do cemitério, o que, de certa maneira, significa um questionamento acerca da finitude humana, mas também do estado de “morte” em que as pessoas se encontram, já que, como explica o poeta, os homens perderam o “espírito coletivo”, ou como ele diz, olhando diretamente para a câmera, é “a lógica do umbigo miúdo”, enquanto que na perspectiva visual da cena, um cortejo conduz um corpo para ser sepultado.

A organização da comunidade de amigos de Zizo se faz presente na sequência que antecede aos protestos contra o dia da “Independência do Brasil”. Ao redor do poeta, este conclama aos presentes a utopia da “reorganização dos vícios que só fazem bem ao desenvolvimento do espírito”. Com bandeiras improvisadas que parodiam a bandeira nacional, a comunidade ouve do poeta brados furiosos que falam do “desacordo” diante do conservadorismo. Esse momento do filme talvez seja o mais

emblemático quanto à possibilidade de uma resistência de classe, entretanto, distante das organizações de esquerda, e mais próximo do anarquismo, não há, no discurso de Zizo, qualquer tentativa de “tomada de poder”, mas uma despreocupação ideológica quanto aos efeitos que poderão advir a partir dessa mobilização coletiva, o que está bem posto quando ele diz: “se isso vai fazer diferença não sei, mas também, eu não tô nem aí!”. O artista reforça ainda a importância do espírito de amizade, da cumplicidade e da coletividade, para ele, as “respostas” que eles darão ao mundo, e que “vai dar uma bicuda no ovo direito da ordem” (fala do poeta).

Munidos de dois veículos, o grupo de amigos avança em direção às ruas onde as forças armadas estão em marcha saudando o dia da Independência. Enquanto Zizo, em cima de um dos carros em movimento grita ferozmente sobre a necessidade de “quebrar as grades”, exemplares do periódico “Febre do Rato”, postos dentro de uma pequena jaula, são jogados por ele pelas ruas de Recife. Num plano alternado, em confluência com o discurso do personagem, a marcha militar abre caminho nas ruas ostentando armas e medalhas que reluzem na vestimenta dos militares. Esse entrelaço visual realizado pelo filme mostra Zizo à frente do grupo de amigos lançando panfletos e pedindo, além de “teto e comida”, “anarquia e sexo”. Enquanto os tanques do exército cruzam as ruas, ao fundo, templos religiosos se apresentam de relance, porém, com letras portentosas, o que reforça a conexão entre os poderes institucionais no tocante à ordem e disciplina dos corpos.

Após a marcha militar, o grupo de amigos atrai a atenção dos passantes quando Zizo, em completa nudez, declama um poema para Eneida, personagem que representaria no filme sua “musa” erótica, e que, assim como o poeta, despe-se de todas as roupas. Pode-se pensar esse ato de nudez plena dos personagens, a partir de “um estado de comunicação, que revela a busca de uma continuidade possível do ser para além do fechamento em si mesmo” (BATAILLE, 2014, p. 41). Esse encontro erótico de alguma maneira antevê a morte de Zizo, ao ser jogado ao rio pelos soldados da polícia militar, o que comprova a acertiva de Blanchot (2013) quando autor afirma a “finitude” humana está em conexão aguda com a dimensão erótica.

Nas cenas finais, mesmo com o desaparecimento ou morte de Zizo (fica a dúvida), a comunidade de amigos e de amantes se mantém ao redor da banheira onde o poeta exercia sua “utopia do corpo”. Não há qualquer sentimento de luto, mas um sentimento de continuidade, já que, como diz um dos personagens, Pazinho deseja escrever poemas como Zizo. Nesse sentido, de acordo com Blanchot (2013), a comunidade segue mesmo com a morte de algum dos “integrantes”, pois, o estatuto da “presença” dos que ficam equivale à ausência daquele que acabou morrendo. Diante dos objetos deixados por Zizo e a imagem do cartaz de Bakunin, o filme termina com a câmera em *plongée*, desvelando a intimidade do grupo de amigos que pouco lamenta o destino final do poeta, mas passa a compartilhar de alguns objetos que ficaram do artista, como parte do princípio de que nada pertencia a uma pessoa específica dessa comunidade.

### **Não é o fim...**

*Febre do Rato* evidencia-se no cenário do cinema contemporâneo brasileiro na contramão de uma impossibilidade utópica de resistência social. O filme sugere uma espécie de “devir revolucionário”, porém usando outras formas de intervenção, no presente caso, o questionamento sobre as normatividades que disciplinam os corpos no âmbito das leis e regras institucionais. Ao operar uma “utopia do corpo” ou dos corpos, o filme de Cláudio Assis propõe uma forma política de resistência pouco ou raramente notada nas produções que surgiram após a “retomada” dos anos 90, ou seja, o retorno da concepção de espaço comunitário, distante, contudo, dos “romantismos” previstos para o advento de uma sociedade igualitária, aos moldes do comunismo utópico. O que se vê em *Febre do Rato* é essa “incompletude” e essa impossibilidade de um diálogo ordenado entre os “membros” da comunidade de amigos.

Por outro lado, são nessas desconexões ideológicas que o senso de coletividade extrai formas de resistência, mas sem telegrafar efeitos vindouros ou o “bem da humanidade”. As ações da comunidade, no entanto, não prevê o isolamento em relação aos problemas e embates sociais, mas, desinteressadamente, como se



percebe numa das falas de Zizo, chama outras pessoas para se congratular nesse espaço coletivo, que não apresenta qualquer tipo de regra ou exigência produtiva. Como afirma Agamben (2013, p. 9) em seu livro *A comunidade que vem*, “o ser que vem é o ser qualquer”, ou seja, perdeu-se a utopia estereótipo do sujeito “revolucionário”, muito presente nos filmes brasileiros dos anos de 1960. Se há uma possibilidade de utopia ou comunidade, ainda não podem ser telegrafadas, já que o processo ainda está em construção.

### Referências bibliográficas

AGAMBEN, Giorgio. *A comunidade que vem*. Trad. Cláudio Oliveira. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

BLANCHOT, Maurice. *A comunidade inconfessável*. Trad. Eclair Antonio Almeida Filho. Brasília: Editora Universidade de Brasília; São Paulo: Lumme Editor, 2013.

BATAILLE, Georges. *O Erotismo*. Trad. Fernando Sheibe. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

DUNKER, Christian Ingo Lenz. *Mal-Estar, sofrimento e sintoma*. São Paulo: Boitempo: 2015.

*Febre do Rato*. ASSIS, Cláudio. Brasil: 2002. 110 minutos.

FOUCAULT, Michel. Sade, o sargento do sexo. In: FOUCAULT, Michel. *Estética: Literatura e Pintura, Música e Cinema*. In: Ditos & Escritos. (Vol. III) Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

\_\_\_\_\_. Outros espaços. In: FOUCAULT, Michel. *Estética: Literatura e Pintura, Música e Cinema*. In: Ditos & Escritos. (Vol. III) Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

FURTADO, Felipe. Dos modos de performance: a figura do ator no cinema brasileiro contemporâneo. In: CAETANO, Daniel (Org.). *Cinema Brasileiro (1995-2005): ensaios de uma década*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.

GLUSBERG, Jorge. *A arte da performance*. Trad. Renato Cohen. São Paulo: Perspectiva, 2009.

ZUMTHOR, Paul. *Performance, recepção, leitura*. Trad. Jerusa Pires Ferreira; Sueli Fenerich. São Paulo: Educ, 2000.

## Perspectivas de um devir literatura-televisão em *A Pedra do Reino* de Luiz Fernando Carvalho<sup>1</sup>

Marco Túlio Ulhôa<sup>2</sup>

**Resumo:** O conceito de *alteridade das imagens* é o índice que orienta a análise da microssérie *A Pedra do Reino*, dirigida por Luiz Fernando Carvalho e exibida pela Rede Globo de Televisão, em 2007. Em busca de estabelecer um pensamento sobre a alteridade da imagem televisiva, mediante às suas alterações e interferências, é que o presente artigo ensaia algumas perspectivas sobre a adaptação do romance de Ariano Suassuna. A fim lançar uma série de notas sobre o hibridismo da linguagem televisiva, como uma instância à ser assimilada em sua perspectiva conflituosa e questionadora de formas, o texto pretende revelar a maneira como este processo que envolve um devir prático entre a literatura e a televisão, consiste em apontar algo mais do que um simples diálogo entre diferentes meios de expressão, para configurar uma relação estabelecida por dois regimes de imagem distintos.

**Palavras-chave:** *televisão; literatura; imagem; alteridade; adaptação.*

*A recriação que Luiz Fernando Carvalho fez do meu Romance d'A Pedra do Reino resultou numa obra extraordinariamente bela que me comoveu como autor e como pessoa, como espectador. Acho que, como o grande artista que é, ele captou inteiramente o espírito do romance e meu universo de escritor, cuidando de cada cena como se fosse um quadro e valendo-se, para a escolha de tais quadros, de alguns dos Mestres, quase sempre barrocos, que, a meu ver, mais se harmonizam com o Brasil e nosso grande Povo.*

Ariano Suassuna

Do fracasso de audiência ao sucesso conceitual, a série televisiva *A Pedra do Reino* foi responsável por gerar muito encanto e estranhamento por parte crítica e dos seus espectadores. Fruto de um projeto ambicioso da maior rede televisiva do Brasil, a obra ganhou o *status* de produto midiático experimental, capaz de levantar questões que envolvem a natureza estética da televisão e as fronteiras da linguagem televisiva, ao interrogar todo um espectro da criação artística do nosso tempo e das origens culturais da nossa civilização. Exibida em cinco capítulos, entre os dias 12 e 16 de junho de 2007, *A Pedra do Reino* foi dirigida por Luiz Fernando Carvalho e assinada como uma coprodução da Rede Globo de Televisão com a produtora independente, Academia de Filmes. Realizada como a primeira produção do *Projeto Quadrante*, a “microssérie” (como fora chamada pelos seus próprios realizadores) foi concebida como parte das comemorações e homenagens aos 80 anos do

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT2 Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º CONECO - Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação + XII PosCom. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, na linha de pesquisa de Estudos de Cinema e Audiovisual. E-mail: mtulhoa@gmail.com

escritor paraibano, radicado em Pernambuco, Ariano Suassuna. Autor da obra literária que inspirou a produção, *Romance d'A Pedra do Reino e o Príncipe do Sangue do Vai-e-Volta*, o escritor foi homenageado com a exibição do último capítulo no dia do seu aniversário.

A obra de Ariano Suassuna, publicada em 1971, foi adaptada por Bráulio Tavares, Luís Alberto de Abreu e Luiz Fernando Carvalho. Adaptação que ganhou desfechos inexistentes no livro, criados pelo próprio Suassuna, especialmente para a microssérie. O *Romance d'A Pedra do Reino* é considerado por muitos, a obra-prima do escritor e um dos textos literários mais importantes sobre a cultura popular do nordeste brasileiro. Nas palavras de Ariano Suassuna, o texto é um misto de romance de cavalaria e novela picaresca. Gêneros que definem as suas aproximações com a literatura medieval e demarcam a influência da estética popular no imaginário do seu autor e, conseqüentemente, na sua adaptação.

A epopeia sertaneja de Ariano Suassuna narra as desventuras do “*cronista-fidalgo, rapsodo-acadêmico e poeta-escrivão*”, D. Pedro Dinis Ferreira-Quaderna. Um sertanejo que, através dos relatos de seus antepassados, utiliza as suas memórias para compor o seu “*romance heróico-brasileiro, ibero-aventuresco, criminológico-dialético e tapuio-enigmático de galhofa e safadeza, de amor legendário e de cavalaria épico-sertaneja*”. Uma grande obra literária que tem o intuito de sintetizar a identidade nacional e conferir ao seu autor o título de “*Grande Gênio da Raça*”. Com seu “*estilo régio*”, o personagem destaca-se como o narrador-protagonista tanto no livro quanto na adaptação televisiva, conferindo a ambas, características baseadas nas fusões entre a prosa e o verso sertanejo, o real e o lúdico, o arcaico e o moderno.

Os acontecimentos recriados a partir do imaginário de Quaderna são parte de uma narrativa metalinguística onde Ariano Suassuna faz da sua própria obra, um misto de elementos ficcionais e de fatos verídicos. A associação do *Romance d'A Pedra do Reino* com a histórica política do Nordeste e com os relatos dos eventos ocorridos na Pedra Bonita, no século XIX, é o ponto de partida da investigação de Quaderna que busca conectar as origens de suas duas famílias à linhagem do mesmo rei: Dom Sebastião de Portugal. Influenciado pela sua herança real e pela convivência com cantadores, poetas populares, cordéis, folguedos e cavalcadas, Quaderna sonha com a ascensão de um novo reino ligado ao mito do Quinto Império Português, unindo o trágico passado de sua família com as antigas dinastias ibéricas.

A narrativa que tem o seu início ao meio-dia de 9 de outubro de 1938, quando, Quaderna, preso no pavimento superior da cadeia da Vila da Ribeira do Taperoá, descreve a vista que lhe salta aos olhos como um local mítico, é a descrição que dá início ao projeto metalinguístico de Ariano Suassuna e ao projeto memorial de seu personagem-narrador, de modo a costurar a cultura e a paisagem nordestinas às ambições do projeto estético e político de seus respectivos criadores. O sonho de restaurar o prestígio e a honra de sua família através de uma saga literária capaz de reunir referências eruditas, políticas e intelectuais é o intuito criativo que sintetiza o estilo literário de Quaderna e Suassuna. Por uma série de associações, o *Romance d'A Pedra do Reino* apresenta uma tênue relação entre as aspirações estéticas e ideológicas de Ariano Suassuna e a sua vida privada. Apesar de muito ter se especulado sobre as possíveis relações do romance com os acontecimentos que permearam a história de Ariano Suassuna, o fato é que várias relações podem ser notadas na análise da biografia do autor.<sup>3</sup> A sua memória traumática tornou-se então objeto de estudo, na medida em que o descortinar dos acontecimentos da sua trajetória passaram a ser assimilados aos elementos das suas obras.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Nascido em 16 de junho de 1927, na cidade Nossa Senhora das Neves, atual João Pessoa, capital do Estado da Paraíba, Ariano Vilar Suassuna é o oitavo filho de Rita de Cássia Dantas com João Urbano Pessoa de Vasconcelos Suassuna, governador da Paraíba entre os anos de 1924 e 1928. Após deixar o governo do estado, João Suassuna e sua família mudaram-se de volta para a cidade de Aparecida, no alto sertão paraibano, local das fazendas Acahuan e Saco, pertencentes à família. Em meio aos acontecimentos que antecederam a Revolução de 30, no ano de 1929, estoura uma luta armada na Paraíba. Com o apoio de João Suassuna, o chefe sertanejo, José Pereira Lima, da Vila de Princesa Isabel, declara o município “independente”, com o título de “Território Livre de Princesa”, com hino, constituição, jornal, bandeira e exército próprios. Com a morte do então governador da Paraíba, João Pessoa Cavalcanti de Albuquerque, João Suassuna é assassinado durante uma viagem ao Rio de Janeiro; então capital da República; como consequência das lutas e divisões políticas na Paraíba e devido ao fato de pertencer ao grupo político oposto a João Pessoa. Após a retaliação que levou a morte de seu patriarca, em 1933, a família Suassuna deixa a região do alto sertão paraibano, mudando-se para a cidade Taperoá. Em 1938, mudam-se novamente, dessa vez para Recife, capital de Pernambuco, onde Ariano Suassuna cursa o ginásio, estudando também música e pintura. No ano de 1946, o jovem Ariano começa a sua trajetória na Faculdade de Direito e inicia a sua produção teatral. Ele exerceria ainda, a advocacia até 1956, quando abandona a profissão e torna-se professor de Estética na Universidade Federal de Pernambuco, ocupação que foi fundamental na articulação do Movimento Armorial, alguns anos depois.

<sup>4</sup> Da mesma forma que a vida de Ariano Suassuna se confunde com a história e a cultura do nordeste brasileiro, é em torno da personalidade de D. Pedro Dinis Quaderna que se concentram a maior parte das análises que ligam o *Romance d'A Pedra do Reino* à vida de seu autor. O longo processo de concepção da obra teve o seu início por volta do ano de 1958, quando Ariano Suassuna começou a elaborar o personagem Quaderna e, ao mesmo tempo, a dar vida ao projeto de uma trilogia que permaneceu inacabada e que se chamaria: *A Maravilhosa Desventura de Quaderna, o Decifrador, e a Demanda Novelosa do Reino do Sertão*. Esta trilogia seria composta pelos livros: *Romance d'A Pedra do Reino e o Príncipe do Sangue do Vai-e-Volta*. A segunda obra, que seria intitulada *História D'O Rei Degolado nas Caatingas do Sertão*, por sua vez não foi concluída, tendo apenas uma primeira parte publicada em folhetim no suplemento literário dominical do *Diário de Pernambuco*, de novembro de 1975 a maio de 1976, para depois ser editada com o título de *O Rei Degolado Ao Sol da Onça Caetana*. E por fim, uma terceira obra que nunca foi escrita e que se chamaria: *O Romance De Sinésio, O Alumioso, Príncipe Da Bandeira Do Divino Do Sertão*. Aos que buscam o lastro da realidade no romance, é o olhar atento às características de seu protagonista que ampliam as tais possibilidades analíticas. Trinta anos separam Quaderna e Suassuna, tendo o personagem nascido em 16 de junho de 1897 e seu autor no mesmo dia do ano de 1927. Da mesma forma que Quaderna traz no sangue a tragédia de sua família, sendo essa herança algo determinante na sua consciência e aspirações poéticas e políticas, Suassuna, por sua vez, é um escritor marcado pela tragédia do assassinato do pai em meio ao plano da revolta



A maneira como D. Pedro Dinis Quaderna pretende juntar referências populares e eruditas em sua epopeia sertaneja, faz com que o processo metalinguístico do *Romance d'A Pedra do Reino* se semelhe, não só ao intuito de Ariano Suassuna em compor o seu “romance armorial brasileiro”, mas também àquilo que move o projeto conceitual da sua versão televisiva, intitulada apenas como *A Pedra do Reino*. Ao ser responsável por dar um novo tipo de vida à obra, Luiz Fernando Carvalho amplia as possibilidades do universo referencial do romance, a partir do diálogo entre o seu campo referencial e aquilo que foi sistematizado pela escrita de Ariano Suassuna. Nesse sentido, *A Pedra do Reino* propõe uma nova experiência das imagens literárias do romance, no campo audiovisual. Algo que anima a obra original e lhe dá novas perspectivas dentro do âmbito barroco-armorial sobre o qual a sua escrita foi forjada. Dessa forma, ambas as criações parecem somar os seus efeitos frente às possibilidades técnicas e estéticas que cada meio oferece, dando forma à um devir criativo que não cessa de adquirir referências simbólicas, diante de outro devir que é o da própria cultura nordestina.

Por uma perspectiva semelhante, o projeto que deu vida a microssérie *A Pedra do Reino* pretende estabelecer uma discussão entre as paisagens culturais brasileiras e a forma como essas matrizes se abrem para outras possibilidades e novas influências. A adaptação do romance de Ariano Suassuna faz parte de uma iniciativa que pretende ressaltar a diversidade cultural do país, através da adaptação de obras literárias filmadas nas regiões onde se passam as suas histórias originais, utilizando a mão de obra local. Eis o intuito do *Projeto Quadrante*, idealizado por Luiz Fernando Carvalho e pela Rede Globo, cujo objetivo era produzir quatro séries, sendo elas, *A Pedra do Reino*, a partir do romance de Ariano Suassuna; *Capitu*, da obra de Machado de Assis; *Dois Irmãos*, de Milton Hatoum; e *Dançar Tango em Porto Alegre*, da

---

monarquista que causou derramamento de sangue e reação do estado republicano. É nesse sentido que o romance faz pulsar de maneira indireta e poética, seus traços autobiográficos, porém, nunca se limitando a uma leitura tão específica e redutora. Idelette dos Santos, em sua obra, *Em demanda da estética armorial: Ariano Suassuna e o Movimento Armorial*, questiona se Quaderna seria uma representação de Suassuna. Ao seu ver tal resposta só poderia ser negativa. Contudo, existem relações destinadas através do personagem, como a data de nascimento, os hábitos indumentários e personalidade dos seus mestres. Para a pesquisadora, “a infância de Quaderna é, fundamentalmente, a infância de Suassuna”. As lutas partidárias que culminaram na morte do pai e do padrinho são reflexos dos dramas vividos na infância de Suassuna e na de seu personagem. A presença perturbadora desses depoimentos indiretos foi o motivo que, segundo Idelette, levaram Suassuna a interromper a publicação da *História d'O rei degolado nas caatingas do Sertão*. “Suassuna fala de um reino do qual o rei estava ausente: o pai tinha ido, levando consigo a alegria e a despreocupação da infância. Ausente, continuava sendo o rei, o rei escondido, desaparecido, o dom Sebastião do reino infantil do filho. O Romance d'A pedra do reino representa, portanto, uma longa conquista, uma demanda do Reino, pelo narrador Quaderna. Representa, para o autor, Suassuna, um caminho mais longo ainda, uma reconstrução paciente do mundo da infância que lhe permitirá talvez exorcizar a ausência do pai e suas lembranças obsessivas para tornar-se finalmente rei e dono do seu destino.” (SANTOS, 2009, p. 99)

obra de Sérgio Faraco. Após os percalços que envolveram os baixos índices de audiência das séries, houve a paralisação do projeto que realizou até o momento, apenas, *A Pedra do Reino* (2007) e *Capitu* (2008), ambas sob a direção de Luiz Fernando Carvalho.

As filmagens de *A Pedra do Reino* foram realizadas em Taperoá, cidade da região do Cariri paraibano, local no qual Ariano Suassuna e Luiz Fernando Carvalho passaram parte das suas respectivas infâncias. Filmada em 16 mm, *A Pedra do Reino*, além de ter sido exibida na televisão, contou com uma série de exibições especiais em salas de cinema de sete capitais brasileiras – Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Brasília, Fortaleza, João Pessoa e Porto Alegre – entre os dias 24 de agosto e 6 setembro de 2007. Organizadas em duas sessões, totalizando 3 horas e 48 minutos, as exibições foram divididas em duas partes: episódios 1, 2 e 3; intervalo de 20 minutos; e episódios 4 e 5. Foi a primeira vez na história do país que uma série feita para a televisão ganhou as salas de cinema, conservando o seu formato original. As exibições realizadas nas salas de projeção digital, com qualidade de imagem inédita e mixagem de som em 5.1, só foram possíveis porque toda a pós-produção da série foi finalizada com tecnologia de alta definição. Em algumas cidades, foram realizados fóruns com Luiz Fernando Carvalho, com o elenco de atores e com a equipe de produção.

Apesar de *A Pedra do Reino* ter sido divulgada por uma empreitada multimidiática da Rede Globo, a microssérie tornou-se a teledramaturgia de menor audiência da história da emissora na sua faixa de horário, desde que o Ibope começou a ser medido com os métodos atuais. No dia da estreia, a audiência do programa foi de 12 pontos, deixando a Globo em 3º lugar, atrás da Record (16,1 pontos) e do SBT (13,8 pontos). No segundo dia, a produção teve um desempenho ainda pior: 9,4 pontos. No terceiro, a série angariou 11 pontos. Um fiasco para os padrões da emissora, colocando em cheque a continuidade do *Projeto Quadrante* que, desde a transmissão da série *Capitu*, em 2008, está suspenso e sem previsões de retorno.

O caráter experimental da produção associado à sua baixa audiência levantaram uma série de incógnitas sobre os temperamentos comunicacionais da Rede Globo. A microssérie colocou em questão a natureza estética da adaptação da obra de Ariano Suassuna e, acima de tudo, ressaltou o cunho das produções de Luiz Fernando Carvalho, considerando o seu espaço dentro das expectativas da emissora. O que para uns corresponde a um projeto fracassado,

para outros é um sinônimo da ideia de que só aquilo que não é perfeitamente assimilado é capaz de retribuir com perguntas que estimulam a reflexão e a análise. O diálogo da literatura com a televisão é apenas uma das relações conceituais que fazem da versão televisiva do *Romance d'A Pedra do Reino*, um produto capaz de interrogar o discurso das artes e dos meios técnicos na cultura contemporânea, além de levantar questões sobre a natureza de todo um projeto estético e do seu devir no mundo das imagens, das artes e das mídias.

### A imagem televisiva como reação criativa à literatura

*Recuso a ideia de adaptação. Ela me parece sempre redutora. Nos melhores momentos, seja trabalhando para a TV ou para o cinema, talvez tenha alcançado uma espécie de resposta aos textos, ou, no meu modo de sentir, um diálogo, uma reação criativa à literatura.*

Luiz Fernando Carvalho

Ao pensarmos em uma relação de devir entre a literatura e a televisão, antes de tudo, é necessário entender a via de mão dupla à qual as imagens literárias e audiovisuais estão submetidas. Em um mundo onde milhares de imagens estão disponíveis, vemos surgir a todo o momento, novas imagens capazes de reclamarem para si, a existência de seu *outro*. Um *outro* que se dá a partir dos indícios e resquícios que marcam a alteridade dessas imagens. O que há de peculiar nessa relação é compreender como uma paisagem de signos das culturas ibérica e nordestina foram capazes de oferecer imagens que, transformadas na prosa e verso do *Romance d'A Pedra do Reino*, permaneceram em estado de devir, suscitando essa espécie de “reação criativa à literatura”, da qual fala Luiz Fernando Carvalho. Nesse sentido, o termo *adaptação* parece conter certa carência conceitual que não dá conta desse livre trânsito entre as imagens e a experiência que elas são capazes de proporcionar. É devido ao fato desse processo ser proposto como uma “reação” que podemos estabelecer uma relação de devir entre a literatura e a televisão como algo que é, antes de tudo, um devir crítico e recíproco que as imagens segundas propõem às imagens primeiras, assim como no seu completo oposto.

A mutualidade dessa analogia possibilita notar a configuração do *Romance d'A Pedra do Reino* como uma apologia crítica às imagens que integram o seu nascedouro de signos e significados. Foi inspirado pela escrita e ritmo dos folhetos de cordel, dos versos sertanejos, das epopeias gregas, dos autos medievais, dos romances de cavalaria, dos repentes e das

emboladas que Ariano Suassuna encontrou acordos de linguagem e material simbólico suficientes para desenvolver a escrita de praticamente todas as suas obras, seja como dramaturgo, poeta ou romancista. As influências desses modelos literários são decisivas na linguagem do escritor, pois revelam a maneira como a sua escrita devém de imagens profundamente arraigadas no inconsciente estético das artes populares nordestinas, barrocas e medievais. É dessa reação simbólica que Luiz Fernando Carvalho trata quando propõe que, de uma obra à outra, palavras e imagens estabeleçam uma relação criativa e renovadora.

Fiquei muito animado com a dinâmica que foi dada ao texto por Bráulio e Abreu, que estiveram muito mais à frente deste trabalho com o romance do que eu. Pedi aos dois para criar um diálogo com a circularidade do livro, que é todo dividido em folhetos que vão e voltam no tempo. (Luiz Fernando Carvalho)<sup>5</sup>

A narrativa fragmentada do *Romance d'A Pedra do Reino*; subdividida em “folhetos”; é mais do que uma referência direta à literatura de cordel e à sua importância na composição do romance armorial, é a maneira como este gênero literário é transformado em paradigma formal de uma outra elucubração estética que modifica as suas vias de significação. Nesse sentido, o romance pretende estabelecer um diálogo com a literatura de cordel, na mesma medida em que se distancia do gênero, para propor uma outra perspectiva narrativa da qual o cordel não dá conta de todo o referente formal. De maneira geral, os conceitos de *adaptação* e de *referência* parecem então insuficientes, principalmente, quando pensados sob uma lógica acumulativa e ordenadora, ou mesmo, por via de uma problemática conceitual que remeta apenas aos nexos fundados no trânsito entre linguagens ou na aparição consecutiva de signos.

Na passagem realizada entre o *Romance d'A Pedra do Reino* (literatura) e *A Pedra do Reino* (produto televisivo) é possível imaginar como os aspectos formais da linguagem audiovisual “respondem” aos propósitos da palavra escrita. Porém, antes de tudo, é necessário pensar que não há nada de positivo no vetor que opera essa passagem de uma linguagem à outra. Nesses termos, é como se as palavras fossem devolvidas ao seu locutor, na mesma medida em que o romance assume o seu papel de fundamento das imagens transmitidas na tela da televisão. O ritmo e a métrica da prosa poética do romance são transfigurados pelo ritmo da montagem e pela manipulação do tempo da narrativa televisiva. A fragmentação do

---

<sup>5</sup> Depoimento disponível no portal do Projeto Quadrante, no endereço: (<http://www.quadrante.globo.com>).

enredo literário é dimensionada por uma desconstrução da totalidade da história que tende a ir se organizando no decorrer do texto. Por uma lógica semelhante, a série adota o desarranjo cronológico, em busca de uma recomposição posterior dos fatos. Há algo nessa “resposta” do audiovisual à literatura que funciona como uma conexão dada pela impossibilidade de se estabelecer qualquer tipo de relação simétrica entre o texto literário e as imagens audiovisuais.

O ritmo das imagens de *A Pedra do Reino* instituem um discurso que faz dessa relação entre o desarranjo da montagem e a recomposição mental do enredo, algo que se desdobra simultaneamente na macro e na micronarrativa. Da totalidade de seus cinco capítulos, a não-linearidade dos fatos, desorganiza cronologicamente, mas não rompe com a construção de um todo narrativo. Da mesma forma, numa microinstância, o ritmo veloz das imagens opera uma lógica semelhante. O propósito de desmontar a narrativa faz com que, dentro de pequenas sequências, os acontecimentos sejam entregues por uma via não positiva da montagem e da narração. Algo que se constrói também por uma via multiperspectiva. A presença excessiva dos *raccords* e da montagem paralela de dois *takes* de filmagem geram, não só várias quebras de eixo e embaralhamentos da perspectiva, como também criam um desajuste cognitivo ditado pela ruptura com o sentido ordenador da montagem clássica. Um dos responsáveis pela adaptação do texto, Luis Alberto Abreu, em uma entrevista disponível no portal do Projeto Quadrante, propõe que o ritmo das imagens de *A Pedra do Reino*, não pretende romper com a narratividade, sendo a forma da enunciação, aquilo que precisa ser desvelado ao espectador.

É preciso deixar claro para o espectador, desde o início, os códigos onde se apoiam a obra. Se o sistema for simples e de fácil entendimento não há dificuldade de compreensão. Esse sistema de código não pode ser aleatório, nem se transformar num quebra-cabeça intelectual. É preciso descobrir um sistema orgânico, natural. Se partirmos do princípio que toda a obra é construída a partir das lembranças de um velho homem, toda quebra de tempo e de espaço, fantasia e realidade, serão facilmente assimiláveis pelo espectador porque são determinadas organicamente pela memória de um personagem. Foi isso que fizemos. (Luiz Alberto Abreu)<sup>6</sup>

Ao não priorizar a positividade e a causalidade da narrativa, aquilo que se pretende a partir desta “naturalidade” da recomposição mental do leitor e do espectador tem conotações e formas diferentes em ambas as obras, pois revelam as operações que constituem dois diferentes *regimes de imagem*. Conceito que caracteriza a investigação do texto *O destino das*

<sup>6</sup> Depoimento disponível no portal do Projeto Quadrante, no endereço: (<http://www.quadrante.globo.com>).



*imagens*, do filósofo francês, Jacques Rancière, ao lançar um olhar sobre a imagem e o seu *outro* como partes de uma mesma empreitada teórica. A partir do neologismo conceitual, *regime de imagéité*, substantivo abstrato dado a partir das palavras “imagem” e “imaginação”, a intenção de Rancière é pensar o *regime de imagens* como operações que “vinculam e desvinculam o visível e sua significação, ou a palavra e seu efeito, que produzem e frustram expectativas”. (RANCIÈRE, 2012, p. 13) Assim, Rancière avança na investigação da forma como a televisão, o cinema e as demais mídias não podem oferecer sistemas narrativos que deem conta de determinar uma linguagem pura e universal de seu próprio meio. Nenhuma obra pode realizar uma essência própria de sua natureza artística ou midiática. Elas apenas oferecem indícios ou conceitos sobre uma determinada tradição retórica a qual ela possa estar inserida, na mesma medida em que seus procedimentos são capazes de produzir e desconstruir sentidos, assegurando ou desfazendo ligações que se dão por percepções, ações e afetos.

A imagem nunca é uma realidade simples. As imagens do cinema são antes de mais nada operações, relações entre o dizível e o visível, maneiras de jogar com o antes e o depois, a causa e o efeito. Essas operações mobilizam funções-imagens diferentes, sentidos distintos da palavra imagem. Dois planos ou encadeamentos de planos cinematográficos podem, assim, depender de uma *imagéité* diferente. E, inversamente, um plano cinematográfico pode pertencer ao mesmo tipo de *imagéité* que uma frase romanesca ou um quadro. (RANCIÈRE, 2012, p. 14)

Ao recorrer à noção de uma *performance* do regime estético das imagens, através da qual, cada produto demanda ser analisado em suas posturas, revelando a sua identidade e alteridade, Rancière é categórico ao dizer que a natureza intrínseca das imagens continua a mesma, independente do meio em que elas são projetadas. Em suma, as imagens não remetem a nada além delas mesmas, o que não quer dizer que elas sejam intransitivas, mas que a alteridade entra na própria composição das imagens e independe das suas propriedades materiais. De acordo com Rancière, as imagens não são propriedades de um determinado meio técnico, mas sim, *operações* que acentuam relações entre um todo e as partes prefiguradas no bloco espaço-temporal que cabe a cada obra. Entretanto, por mais que tal definição torne possível afirmar que o fato de *A Pedra do Reino* ter sido exibida no cinema e na televisão, não altera a natureza das suas imagens, é necessário pontuar o papel dos elementos técnicos nos desdobramentos sensíveis que compõem a experiência, apontando os tipos de recepção proporcionadas por cada meio. Pois, quando Rancière propõe que cada obra

seja pensada através das *operações* que constituem seus regimes de relações entre elementos e funções da narrativa, o que interessa ao presente estudo, passa a ser a maneira como *A Pedra do Reino* apresenta as suas próprias questões sobre a experiência estética no meio televisivo e de que forma ela propõe um pensamento sobre as imagens, cujo lugar da literatura e das outras artes na estrutura da obra são fundamentais ao seu regime de enunciação.

Os regime de imagens e as operações dedutíveis em *A Pedra do Reino* propõem que o encadeamento das percepções e os movimentos da narrativa, na singularidade da sua perspectiva espaço-temporal, sejam assimiladas como partes constituintes das funções que direcionam a investigação da alteridade da sua natureza estética. Estão em jogo, ao mesmo tempo, as questões narrativas e interpretativas da microssérie, como produtora de sentido em meio ao fluxo de imagens da televisão e de suas respectivas funções social, política, comercial e estética, bem como as operações de produção de relação do seu regime de imagens com outros regimes. Tudo isso, a fim de considerar a bagagem intersemiótica incutida nos signos históricos e artísticos encontrados na produção, pois, quando Rancière trata da suposta “natureza artística” de uma obra, ele não pretende referir-se apenas àquilo que está ligado ao discurso das artes, mas estender o sentido desse conceito como um termo capaz de sugerir a performance tanto das artes como das mídias, frente à distribuição e à redistribuição dos seus regimes de imagens. A *outridade* da imagem nos permite então compreender um meio expressivo por um regime diferenciado, mesmo quando esses regimes sofrem alterações e se tornam inapreensíveis como essência, mas deixam pistas sobre outros regimes interpretativos.

Essa dupla potência da imagem oferece a possibilidade de uma “transposição” entre linguagens, a partir da forma como os códigos de um determinado meio ou gênero acionam a constituição de seus procedimentos, sugeridos por uma semântica e uma forma de afecção. Das palavras do romance de Ariano Suassuna às imagens de *A Pedra do Reino* há uma passagem entre duas linguagens que está além das possibilidades da análise semiótica de dois regimes expressivos, indeterminados em substância e potência, mas viva como duas propostas de experiências sensíveis. Nela, as possibilidades fraseáveis pela linguagem da televisão ou da literatura podem até sugerir polos comparativos, porém têm muito mais a dizer sobre o olhar retórico de Luiz Fernando Carvalho no jogo com as propriedades simbólicas da obra de

Ariano Suassuna, ao estabelecer vias possíveis para as *performances* de dois regimes de imagem distintos. Diferentes, não por natureza ou essência, mas na forma como acionam o imaginário e transformam a expressão através de cortes e ligações baseadas na maneira como a palavra e a imagem criam diferentes próteses de percepção. Do romance à microssérie foram modificados trechos e desfechos da história original e, principalmente, a organização da mesma. Diversos cortes foram necessários para a adequação de uma obra com quase 800 páginas, em pouco mais de três horas de narrativa audiovisual. Por via de diferentes regimes de imagem, os textos literário e televisivo conjuram distintos acordos narrativos na construção de um mesmo material ficcional. Sobre o trabalho de adaptação, Luis Alberto Abreu descreve o desafio que foi manter o que ele chamou de “integridade” da obra de Ariano Suassuna.

A abordagem da adaptação foi feita com paciência, muita reflexão e conversa com o Bráulio Tavares e o Luiz Fernando Carvalho, e propostas de roteiro até afinar a linha da adaptação. Um dos critérios, sugerido pelo Luiz Fernando, foi o pensamento da obra, quais reflexões importantes a obra continha. Outro foi o respeito à ação e à densidade das personagens. Um outro critério ainda foi o respeito, sempre que possível, à palavra de Ariano Suassuna e ao sabor de sua escrita. O que ajudou muito também foi o fato de o roteiro ter sido reescrito muitas vezes. Em cada re-escritura havia uma nova reflexão, um melhor entendimento dos personagens e, conseqüentemente, a busca da essência da obra. (Luis Alberto Abreu)<sup>7</sup>

Na construção do roteiro adaptado também há o fato do próprio Ariano Suassuna ter participado do seu processo junto aos demais roteiristas. De acordo Luis Alberto Abreu, no início, as intervenções de Ariano permaneceram no campo da elucidação de algumas questões principais e no melhor entendimento da obra. No final, o escritor fechou as histórias de alguns personagens que estão em aberto no livro. Dentre os finais propostos estão a morte de Arésio e o final da história de Sinésio. A necessidade de realizar cortes no texto original é parte de um problema que não compete somente a manter o necessário à integridade do romance, mas à problemas que, segundo Luis Alberto Abreu, dizem respeito à própria linguagem.

Um livro se constrói com palavras que remetem às imagens, um roteiro se constrói diretamente com imagens. Essa diferença básica determina uma série de diferenças como o ritmo que, por características da linguagem visual, se torna mais intenso; as descrições muitas vezes importantes na literatura tornam-se dispensáveis substituídas pelas imagens. (Luis Alberto Abreu)<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Depoimento disponível no portal do Projeto Quadrante, no endereço: (<http://www.quadrante.globo.com>).

<sup>8</sup> Idem.

A dificuldade de adequação do romance original à linguagem audiovisual transformou a passagem entre diferentes meios de expressão, em uma questão que compete menos às diferenças estruturais entre tais linguagens que às opções de circunscrição do tempo de suas respectivas narrativas. No entanto, o devir entre a literatura e a televisão operado pelos cortes e ligações entre estas linguagens remetem a determinados níveis de aprofundamento e recriação da narrativa televisiva no texto referencial que sobrepujam quaisquer relações de dívida que o audiovisual possa ter com a literatura, a fim de propor um novo tipo de domínio do tempo. Bráulio Tavares, um dos roteiristas da microssérie, detalha a maneira como essa relação de circunscrição do texto original foi pensada pelos criadores de *A Pedra do Reino*.

Em casos assim a gente precisa dar preferência àqueles episódios e cenas que têm maior impacto visual, e maior interação entre personagens. A narrativa de Ariano é muito visual, isto faz parte do seu estilo épico, que Quaderna chama de "estilo régio". Perdem-se partes muito interessantes do livro, como por exemplo a descrição das genealogias e das histórias de família; perdem-se alguns longos monólogos de Quaderna, que precisam ser sintetizados; perdem-se numerosos episódios humorísticos menores que são saborosos em si mas não têm influência direta sobre a história. Precisamos estabelecer qual é a história principal, e manter tudo que soma para ela, tudo que contribui para o entendimento dela. Isto se dá com qualquer romance, mesmo um romance mais curto. Há um certo tipo de narração romanesca que não passa para o cinema. Nossa sorte é que o livro de Ariano tem uma quantidade enorme de material tipicamente cinematográfico, e isto é o bastante para nos fornecer inúmeras cenas que são essenciais pra a história. (Quando digo "cinema", claro, estou me referindo à linguagem audiovisual, cinema e TV). (Bráulio Tavares)<sup>9</sup>

Na apropriação de Luiz Fernando Carvalho, a organização original do romance ganhou uma configuração recapitulativa. A influência da linguagem teatral foi decisiva na exposição cronológica orquestrada pela série. As imagens iniciais do primeiro capítulo mostram a abertura dos portões da Vila de Taperoá que tem a sua praça principal arranjada como o palco do espetáculo prestes a acontecer. Adentram ali, os personagens que irão aparecer no decorrer da narrativa. Em uma grande ciranda, todos dançam em celebração à encenação da peça. Procedimento semelhante aos rituais de apresentação dos personagens e aos preparativos dos folguetos de cavalo-marinho. Ali se concentra o fluxo central da narração onde, numa grande encenação de teatro de rua, Quaderna toma o seu palco-carroça a fim de narrar a história d'*A Pedra do Reino*. Em uma narrativa em *flash-back*, Quaderna, que aparece na história em cinco fases distintas: na infância, na juventude, como seminarista, na

<sup>9</sup> Depoimento disponível no portal do Projeto Quadrante, no endereço: (<http://www.quadrante.globo.com>).

idade adulta e velho, aos 70 anos, quando se transforma em um palhaço, relembra os acontecimentos, coexistindo na mesma cena com personagens que serão interpretados em diferentes tempos do enredo, sendo estes também, o próprio público da peça. Esta primeira imagem anacrônica da apresentação dos personagens é o estágio mais avançado do itinerário narrativo e umas das cenas que marcam a influência da linguagem teatral na adaptação.

Ariano é um grande romancista mas tem sangue teatral, e tudo que ele escreve pode ser transcrito através de ação, imagem e fala. Por mais delirantes que sejam as cenas, ou por maiores que sejam as liberdades tomadas pela imaginação do autor, tudo tem sangue teatral, tudo convence pela maneira como o ator descreve o ambiente e faz a ação evoluir. Eu imagino que depois de ver a microssérie, o espectador que riu com os personagens, sofreu com os personagens, acompanhou as peripécias e as lutas de todos eles, vai ter muito mais condições de começar a ler o "Romance da Pedra do Reino" sem se perder nas idas-e-voltas do enredo. Ele já vai ler sabendo quem são Arésio e Sinésio, sabendo como é Taperoá, sabendo o que foi o massacre da Pedra do Reino, e assim por diante. A minissérie é uma obra independente, por ser de natureza audiovisual, mas pode servir como transição para que o leitor, algum tempo depois, tenha um acesso mais tranquilo à obra escrita, podendo usufruir a impressionante beleza poética da linguagem de Ariano, o seu humor, a sua visão crítica do Brasil. (Bráulio Tavares)<sup>10</sup>

A sequência inicial tem, além de um forte apelo da linguagem teatral e de tudo o que ela representa para a obra de Ariano Suassuna, a característica de ser a introdução em todo um sistema de opções estéticas do diretor Luiz Fernando Carvalho. Tais escolhas exemplificam a maneira como os procedimentos do teatro e da literatura podem ser encarnados efetivamente na linguagem audiovisual. Pois, da mesma maneira que o teatro permite que personagens em diferentes tempos possam habitar a mesma cena, ou que dois personagens possam ser interpretados pelo mesmo ator, a microssérie se apropria da linguagem teatral para dar vida a imagens que se assemelham à um teatro filmado. Novamente, é o roteirista Bráulio Tavares que comenta os impactos na temporalidade e na plasticidade da microssérie, ocasionados pelos procedimentos narrativos adotados por seus roteiristas no trabalho de adaptação.

Introduzimos, por sugestão de Luiz Fernando, o personagem do Velho Quaderna e o seu Circo, que no romance são apenas sugeridos como um desdobramento futuro do enredo. Nós saltamos para o futuro, com Quaderna já idoso, e a história inteira é um grande *flash-back* do ponto de vista dele, com outros *flash-backs* menores no seu interior. Alguns personagens muito divertidos tiveram que desaparecer, alguns episódios tiveram que ser encurtados. A participação de personagens como Samuel e Clemente precisou ser um pouco reduzida, embora eles apareçam com destaque. Episódios da vida de Dom Pedro Sebastião também foram sintetizados. Mas a maior

<sup>10</sup> Depoimento disponível no portal do Projeto Quadrante, no endereço: (<http://www.quadrante.globo.com>).



parte do que é essencial para a história permanece. Nosso objetivo é contar a mesma história, mas com outros recursos, e neste processo podemos abrir mão de coisas que para um escritor são essenciais mas para nós não são. (Bráulio Tavares)<sup>11</sup>

O romance de Ariano Suassuna, por sua vez, tem início com as primeiras palavras da obra que começa a ser escrita por Quaderna na prisão. Uma das primeiras sequências do primeiro capítulo da microssérie também mostra o momento em que o personagem descreve a praça de Taperoá vista pela janela da cadeia, preservando boa parte do texto original. No romance, tal descrição é um artifício metalinguístico, onde as narrativas do protagonista e do seu autor se desenvolvem simultaneamente. Já o testemunho de Quaderna ganha formas distintas no livro e na adaptação. No livro, a história é contada a partir do testemunho prestado por Quaderna durante o inquérito. Na série, a narrativa em *flash-back* é o eixo principal do enredo que também conta com a escrita feita na cadeia e os depoimentos do inquérito a partir do terceiro capítulo, como duas espécies de sub-eixos de organização dos fatos. Assim, Quaderna configura diferentes regimes de encadeamento do conteúdo, cujo intuito é construir histórias que sejam assimiláveis em sua totalidade. Nesse sentido, tanto a extensão literária do romance quanto o bloco espaço-temporal da produção televisiva são independentes e, ao mesmo tempo, frutos de perspectivas singulares sobre o mesmo enredo. A exposição cronológica das obras demonstra como cada uma delas é capaz de gerar movimentos dentro de seu próprio regime sem estabelecer um modelo qualitativo do desenvolvimento da narrativa. O que dá consistência a um devir que não se ampara nas especificidades estruturais de cada linguagem na hora de sugerir o seu trânsito interpretativo.

A indiscernibilidade entre as questões legitimamente literárias e aquelas recorrentes a outras formas artísticas, dentro do projeto estético de Ariano Suassuna, ilumina algumas questões sobre a maneira como a obra de Luiz Fernando Carvalho se apropria de alguns princípios do conteúdo literário original. Na microssérie se encontram procedimentos capazes de estabelecer uma relação entre as diversas temporalidades e as suas respectivas formas de apropriação da palavra, num texto passível de ser sobreposto por outras escritas que lhes adulteram a forma inicial. Nesse sentido, é a maneira como as palavras estão encarnadas na dimensão poética da narrativa que fazem da série um amplo processo de ressignificação.

---

<sup>11</sup> Depoimento disponível no portal do Projeto Quadrante, no endereço: (<http://www.quadrante.globo.com>).

As interseções entre palavra e imagem em *A Pedra do Reino* não se limitam ao regate de gêneros e formas discursivas. A maneira como a obra questiona os fatos oficiais valendo-se da história e da cultura nordestina são apenas alguns dos aspectos do romance que foram trabalhados pela microssérie, a partir de um outro tratamento estético. Daí a opção em pensar no termo *adaptação* como um conceito que tem o seu referente aberto a novas possibilidades de troca com o seu objeto referencial. A maneira como as opções estéticas do romance foram transfiguradas pela linguagem televisiva propõem que estas escolhas sejam mais do que os resultados de uma demanda do texto original, para serem compreendidas como uma relação de devir entre dois pontos que exercem pressões referenciais sujeitas às incompletudes e impossibilidades de cada meio. Talvez seja dessa incapacidade que surjam as semelhanças entre as qualidades artísticas e midiáticas de cada obra, na medida em que estas nada mais são do que regimes de criação de imagens que operam mediante os seus suportes, de maneira à serem determinadas pelos seus próprios limites em promoverem vias positivas da construção do imaginário e da produção de sentido. Com isso, a divisão conceitual entre discursos artísticos e midiáticos por nível de especificidade é um meio arbitrário de anular os processos de significação que concernem a cada produto, desconsiderando, como as particularidades da criação tocam o imaginário coletivo e social, adquirindo importância como produtos culturais. Algo que, por fim, nos leva a pensar como esses fatores confluíram no caráter inacabado, tanto da trilogia literária de Ariano Suassuna, quanto do Projeto Quadrante ao provocar os exercícios da imaginação frente às demandas da comunicação.

### **Referências bibliográficas:**

CARVALHO, Luiz Fernando. *Roteiros e Cadernos de Diário de elenco e equipe A Pedra do Reino*. Escrito por Luiz Fernando Carvalho e outros. São Paulo: Editora Globo, 2007.

RANCIÈRE, Jacques. *O destino das imagens*. tradução Mônica Costa Netto; Org. Tadeu Capistrano. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

SANTOS, Idelette Muzart Fonseca dos. *Em demanda da poética popular: Ariano Suassuna e o Movimento Armorial*. 2ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

SUASSUNA, Ariano. *Almanaque Armorial*. Seleção, organização e prefácio Carlos Newton Júnior. 3ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2012.

\_\_\_\_\_. *Romance d'A Pedra do Reino e o Príncipe do Sangue do Vai-e-Volta*. 9ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2007.

**As Torres Gêmeas<sup>1</sup>**  
O lado heroico do 11 de setembro  
Marília Schramm Régio<sup>2</sup>

**Resumo**

*As torres gêmeas* (2006), de Oliver Stone, filme que foca sua trama nos atentados de 11 de setembro de 2001 é nosso objeto de estudo. Observamos o lado heroico da tragédia, pois com uma sensação de desconfiança e medo, era preciso que alguns sentimentos e princípios fossem resgatados. Analisar filmes que compreendem os ataques cumpre investigar o papel e o contexto desempenhado pela arte no mundo contemporâneo, e de acordo com Rancière, “a arte é considerada política porque mostra os estigmas da dominação, porque ridiculariza os ícones reinantes ou porque sai de seus lugares próprios para transformar-se em práticas sociais” (2012, p. 52). A compreensão do acontecimento no cinema como uma arte política, poderá nos conduzir a uma reflexão sobre o que foi falado e/ou mostrado, e da maneira que foi.

**Palavras-chave**

11 de setembro; Cinema; Política; Imagem; As torres gêmeas.

**Um voo panorâmico: 11 de setembro de 2001**

As primeiras horas da manhã na cidade de Nova York, nos Estados Unidos, já são agitadas devido a sua numerosa população<sup>3</sup>, entretanto, no dia 11 de setembro de 2001 um acontecimento marcou a memória de milhões de pessoas e entrou para história norte-americana. As emissoras de televisão de todo o mundo noticiavam em

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda e Mestra em Comunicação Social – PUCRS. E-mail para contato: msregio@gmail.com

<sup>3</sup> No ano de 2001 mais de oito milhões de pessoas viviam em Nova York. Esse número refere-se ao censo feito em 2000.

tempo real o que estava ocorrendo. Alguém havia desafiado a principal potência mundial e resolveu destruir certamente um dos seus símbolos de poder econômico: as Torres Gêmeas do complexo *World Trade Center*<sup>4</sup> (WTC), de Nova York.

Não era um filme, era a realidade. E as imagens dos aviões que abateram as torres circularam de forma repetida, pois todos estavam estupefatos com que assistiam e em dúvidas com que estava acontecendo. Narrar aqui o que aconteceu naquela manhã de 11 de setembro de 2001, deve também remeter ao leitor ao seu dia. Onde estava? Quando soube do que ocorrera nos Estados Unidos? Viu tudo ao vivo?

Além dos marcos cronológicos regulares que datam o fim do século XX e o início do XXI, a data de 11 de setembro ficou como referência obrigatória, epílogo de uma trama que dividiu o mundo em duas fases do terrorismo internacional. Com certeza não se pode falar dos eventos daquele dia sem proceder a um exame de suas motivações modernas, que combinam: estratégias, conhecimento tecnológico, serviço de inteligência. Isso implica achar razões que têm raízes distantes no tempo e no espaço (MEIHY, 2005, p. 2).

Os Estados Unidos nunca havia passado por uma situação semelhante, mesmo alguns comentaristas políticos fazendo comparações com *Pearl Harbor*. Essa analogia não condiz com que ocorreu no dia 11 de setembro, pois o contexto era completamente diferente. Quando o exército japonês atacou a base naval norte-americana, em 1941, já estava instaurada a Segunda Guerra Mundial, mesmo os Estados Unidos ainda não fazendo parte da mesma assumidamente, havia uma questão de guerra e os ataques não foram contra civis (BORRADORI, 2004, p. 62). E de acordo com Habermas,

se o ataque terrorista de 11 de setembro deve constituir uma ruptura na história mundial, com muitos julgam, então ele deve ser capaz de suportar uma comparação com outros acontecimentos de impacto histórico. Nesse caso, a comparação não deve ser feita com Pearl Harbor, mas com os desdobramentos de agosto de 1914 (apud BORRADORI, 2004, p. 38).

O teórico alemão remete a Primeira Guerra Mundial porque seu pensamento direciona-se para o início de uma instabilidade entre Ocidente e Oriente devido aos

---

<sup>4</sup> World Trade Center era um complexo de sete edifícios. Os mais altos, com 110 andares, eram as torres gêmeas, distinguidas por Torre Norte e Torre Sul. Foi inaugurado em 1973.

ataques de 11 de setembro. E, “talvez, e o que é ainda mais perturbador, entre Estados Unidos e a Europa”, na compreensão de Habermas (BORRADORI, 2004, p. 62). Já o jornalista e cientista social, Demétrio Magnoli, postula que “o atentado, em si mesmo constituiu um novo degrau de uma escalada que se iniciara dez anos antes, na primeira Guerra do Golfo” (2008, p. 46). As comparações são diversas dos porquês dos atentados e suas referências. Porém, há o atenuante que foram sequestrados aviões comerciais e lotados de civis, sendo os mesmos a arma fatal. Além de tudo ser transmitido em tempo real para o mundo inteiro, e como questiona Derrida em uma entrevista, “o que teria sido o ‘11 de setembro’ sem a televisão?”, talvez suas proporções fossem bem menores (apud BORRADORI, 2004, p. 118).

Quem estuda relações internacionais, ciência política ou tem um conhecimento político sobre os conflitos dos Estados Unidos deve saber que seus vínculos com alguns países não são nada amigáveis. Por trás dos atentados de 11 de setembro há diversos momentos da história envolvidos, além do que

é sempre mais fácil personalizar o inimigo, identificar um símbolo do Grande Mal, do que buscar compreender o que está por trás das atrocidades cometidas. E, é claro, existe sempre a tendência de se ignorar o papel desempenhado por si mesmo nesta questão – o que, no caso, não é difícil de expor (CHOMSKY, 2002, pp. 40-41).

Os ataques foram articulados e realizados por terroristas de uma organização islâmica, a *Al Qaeda*<sup>5</sup> (*A Base*), liderada na época por Osama Bin Laden, que teve treinamento de guerra com o próprio Estados Unidos contra a antiga União Soviética, na Guerra Fria (1945-1991). No total 19 sequestradores dividiram-se e dominaram quatro aeronaves a jato foram sequestradas, todas de linha nacional, partindo das cidades norte-americanas de Newark, Boston e Washington, com destinos para São Francisco e Los Angeles.

Dois aviões tinham como alvo as Torres Gêmeas, outro o Pentágono e se não fosse à derrubada de uma aeronave sobre um campo próximo a Shanksville, na

---

<sup>5</sup> Organização fundamentalista islâmica que visa diminuir a influência não-islâmica na sua cultura.



Pensilvânia, supõem-se que teria sido atingida a sede do governo, a Casa Branca. Ninguém podia acreditar que os aviões estavam colidindo com as torres e tampouco que eles causariam tamanha destruição. Menos de duas horas foi o tempo para desmoronarem totalmente, e junto delas outros prédios vizinhos também foram arrasados. Não houve sobreviventes nos voos e mais de 3.000 pessoas foram mortas devido a esses ataques.

Em 2002, o então presidente Bush e o congresso americano estabeleceram por lei o *The National Commission on Terrorist Attacks Upon The United States*<sup>6</sup>, também conhecida como *The 9/11 Commission*. Essa comissão teria como finalidade estudar as causas e consequências dos ataques terroristas que aconteceram no dia 11 de setembro de 2001. Depois de três anos de estudo, e tendo em vista a vontade que o cidadão norte-americano tinha de entender o que aconteceu naquela manhã, todos os resultados foram publicados em formato de livro, intitulado *The 9/11 Commission Report* (KEAN, 2004). Entretanto, respostas para tantas incompreensões, o relatório não deu. Os familiares das vítimas dos atentados queriam esclarecimentos por parte dos órgãos competentes, mas não houve responsabilidades atribuídas por parte das autoridades.

As pessoas que morreram ou sobreviveram após a manhã de 11 de setembro, podem ser vistos não como meras personagens, mas sim como heróis no *The Commission Report* (KEAN, 2004). Embora o primeiro capítulo traga a total descrição do momento que os aviões decolaram até os alvos atingidos, os passageiros do voo United 93 são tratados como heróis nesse momento da narrativa. Numa tentativa de impedir que o avião no qual estão tenha o mesmo destino dos outros três sequestrados naquela manhã, eles traçam um plano de tomar o avião de volta o que levaria o mesmo à sua queda. “O objetivo de Jarrah era bater seu avião em um dos símbolos da República Americana, no Capitólio ou na Casa Branca. Ele foi derrotado pelos passageiros desarmados do United 93” (KEAN, 2004, p. 14).

---

<sup>6</sup> A Comissão Nacional sobre Atentados Terroristas contra os Estados Unidos.

Enfim, o conteúdo exposto pela comissão não direciona responsabilidades exatas, somente atribui aos governos de Bill Clinton e Bush, porém sem dar ênfase e destacar reais problemáticas. E outro ponto fulcral que deve ser lembrado, é que os atentados foram o estopim para alavancar a política articulada pela administração Bush denominada “guerra ao terror”. Tal iniciativa provocou duas guerras em resposta aos ataques de 11 de setembro. Uma contra o Afeganistão e outra contra o Iraque. A mídia norte-americana interpretou pelo ponto de vista da luta “do bem contra o mal”, pelo seu país ter sido ferido em sua mais profunda autoestima e os atentados produziram três tipos de efeitos, como relaciona Ignácio Ramonet: “destruição material, impacto simbólico e grande choque na mídia” (2003). Entretanto, a invasão no Iraque não era compreendida pela maioria da população norte-americana e mundial, já que o país asiático não tinha relação alguma com os responsáveis pelos atentados.

E por quê os atentados do 11 de setembro foram tão falados e exibidos? Primeiramente, podemos pensar, pelo seu alvo. Uma superpotência mundial, uma nação hegemônica. E segundo, pelos ataques originarem-se por fanáticos advindos de países subdesenvolvidos do Oriente. E como aponta Baudrillard,

Esse confronto só pode ser compreendido à luz da obrigação simbólica. Para compreender o ódio do resto do mundo em relação ao Ocidente, é preciso inverter todas as perspectivas. Não se trata do ódio daqueles de quem tudo se tomou e a quem se deu tudo sem que pudessem retribuir. Não é, portanto, o ódio dos despossuídos e dos explorados, mas o dos humilhados. O terrorismo do 11 de setembro responde justamente a isso: humilhação contra humilhação (2007, p. 63).

Estas incompreensões dos atentados são concebidos até certo ponto. Na opinião de Chomsky (2005, p.38) os ataques em 11 de setembro não são crimes justificáveis e não se relacionam com a globalização econômica, nem um resultado direto da política americana. Mas caracterizar os Estados Unidos como ‘vítimas inocentes’ seria ignorar todo um passado, e nele pode conter algumas respostas.

## 11 de setembro não é Hollywood

A indústria cinematográfica norte-americana sempre contou com narrativas que exploram atos terroristas, ações suicidas, homens-bomba e/ou guerras, obviamente que, com diversas perspectivas. Encontramos muitos filmes cujo foco central predomina em assassinatos, sequestros e/ou atentados. Entretanto se é plausível determinar um momento em que ganhou novos rumos no que diz respeito a um assunto tão polêmico e por vezes duvidoso, devemos pensar no dia 11 de setembro de 2001.

Notou-se que o episódio é ainda relativamente recente na história norte-americana, e explorado de forma discreta pela indústria cinematográfica, principalmente em Hollywood. Poucos filmes abordam como temática os atentados de 11 de setembro, outros utilizam o sofrimento de personagens com perdas em relação ao acontecimento e muitos com mensagens subliminares, como citam Civan Gürel, Jean-Marc Genuite e Mehdi Derfoufi no artigo *Hollywood vê o pós-11 de setembro*:

Em *Batman Begins* (de Christopher Nolan, 2005), um comboio do metrô é arremessado contra a "Torre Wayne" por Ra's Al Ghul. Este planeja mergulhar Gotham City na loucura destrutiva, graças a um alucinógeno – alusão, pouco velada, à paranóia ligada ao antrax. No fim do filme, Bruce Wayne percorre as ruínas da sua mansão e anuncia a intenção de reconstruir tudo, "tijolo por tijolo", de forma "idêntica ao que era". Transmutando esse simbólico "ground zero" na promessa de um renascimento "virginal".

Verificamos uma dificuldade em produções norte-americanas que representem esse momento da história do país, mesmo este sendo conhecido internacionalmente por suas obras espetaculares e cheias de ação. No dia 11 de setembro de 2001, “a sensação dominante foi a de que as imagens não podiam ser reais; elas só poderiam pertencer a filmes de catástrofe produzidos em Hollywood” (RESENDE, 2010, p. 208). De acordo com Habermas,

Talvez o dia 11 de setembro pudesse ser chamado de o primeiro acontecimento histórico mundial no sentido mais estrito: o impacto, a explosão, o lento colapso – tudo o que não era mais Hollywood, mas, na verdade, era uma realidade medonha, teve lugar literalmente diante da “testemunha ocular universal” de um público global (apud BORRADORI, 2004, p. 40).

Numerosas interrogações foram levantadas com o propósito de averiguar possíveis causas para tamanha tragédia. E, incontestavelmente, o cinema que se baseia muitas vezes em fatos históricos, apresenta-se como um instrumento valioso para o cumprimento dessa tarefa, ao oferecer uma oportunidade para discutirmos novas abordagens acerca do passado, sob diferentes ângulos, e contribuindo para uma reavaliação da história. E de acordo com Rancière (2012), uma estética da imagem reconhece um poder contínuo das imagens como registros de marcas da história que nos educam, como interrupções que nos afetam diretamente, e como sinais abertos a combinações do visível e do dizível.

Analisar filmes que abordam os atentados de 11 de setembro cumpre investigar o papel e o contexto desempenhado pela arte no mundo contemporâneo, e de acordo com o teórico Jacques Rancière, “a arte é considerada política porque mostra os estigmas da dominação, porque ridiculariza os ícones reinantes ou porque sai de seus lugares próprios para transformar-se em práticas sociais” (2012, p. 52). No cinema, “a vontade de repolitizar a arte manifesta-se assim em estratégias e práticas muito diversas. Essa diversidade não traduz apenas a variedade dos meios escolhidos para atingir um fim. Reflete uma incerteza mais fundamental sobre o fim em vista e sobre o que a arte faz” (RANCIÈRE, 2012, p. 52). A observação do acontecimento no cinema como uma arte política, poderá nos conduzir a uma reflexão sobre o que foi falado e/ou mostrado, e da maneira que foi. E cabe ressaltar, que

Não se trata pois de dizer que a ‘História’ é feita apenas das histórias que nós nos contamos, mas simplesmente que a ‘razão das histórias’ e as capacidades de agir como agentes históricos andam juntas. A política e a arte, tanto quanto os saberes, constroem ‘ficções, isto é, rearranjos *materiais* dos signos e das imagens, das relações entre o que se vê e o que se diz, entre o se faz e o que se pode fazer (RANCIÈRE, 2009, p. 59).

Passado mais de treze anos desde os atentados, apenas dois projetos<sup>7</sup> cinematográficos foram focados diretamente nos sequestros dos aviões comerciais que resultaram na queda das Torres Gêmeas, ao ataque ao pentágono e a aeronave que supostamente atingiria a Casa Branca, em Washington. *As torres gêmeas* (2006), de Oliver Stone e *Voo United 93* (2006), de Paul Greengrass, são os filmes que centralizam suas tramas nos atentados. Não obstante, ambos mostram o lado heroico da tragédia. Com uma imensurável sensação de desconfiança e medo, era preciso que alguns sentimentos e princípios fossem resgatados. Assim, algumas produções tentaram representar um pouco esses valores outrora perdidos.

Aqui será feita uma análise do longa-metragem *As torres gêmeas* (Oliver Stone, 2006), buscando uma compreensão do acontecimento no cinema como uma arte política, e desenvolver uma reflexão sobre o que foi falado e/ou mostrado, e da maneira que foi.

### **As torres gêmeas**

*As Torres Gêmeas* (2006), filme originalmente intitulado de *World Trade Center*, de Oliver Stone, foi lançado cinco anos após os atentados de 2001. A obra é uma das poucas que aborda diretamente o dia 11 de setembro, entretanto direciona-se para coragem e a imagem heroica norte-americana. E de acordo com o próprio diretor do longa-metragem “Na verdade, não é sobre o *World Trade Center*. É sobre qualquer homem ou mulher que está diante o fim de sua vida, e como eles sobrevivem”<sup>8</sup> (on-line). O roteiro é baseado em relatos reais de dois policiais: John McLoughlin e Will Jimeno.

---

<sup>7</sup> Aqui, no caso, estamos tratando do cinema norte-americano e longa-metragens. Entretanto, não há também muitas cinematografias conhecidas produzidas por outros países que abordem o tema dos atentados do 11 de setembro de 2001 de forma direta.

<sup>8</sup> Tradução nossa: “It’s not about the World Trade Center, really. It’s about any man or woman faced with the end of their lives, and how they survive”



De acordo com o historiador Marc Ferro (1992), um filme é agente da história e não somente um produto, assim, as obras cinematográficas podem desempenhar um papel de exaltação ou doutrinação de algo, gerando também um desmascaramento para uma realidade social ou política. Desse modo, notamos, que a cultura fílmica norte-americana está de certa maneira acostumada com o personagem herói ou representante do povo, porém essa narrativa também envolve um sentimento de luto, ainda fresco na memória dos Estados Unidos.

[o cinema] destrói a imagem do duplo que cada instituição, cada indivíduo se tinha constituído diante da sociedade. A câmara revela o funcionamento real daquela, diz mais sobre cada um do que queria mostrar. Ela descobre o segredo, ela ilude os feiticeiros, tira as máscaras, mostra o inverso de uma sociedade, seus “lapsus”. É mais do que preciso para que, após a hora do desprezo venha a da desconfiança, a do temor [...]. A idéia de que um gesto poderia ser uma frase, esse olhar, um longo discurso é totalmente insuportável: significaria que a imagem, as imagens [...] constituem a matéria de uma outra história que não a História, uma contra-análise da sociedade (FERRO, 1992, p.202-203).

O filme inicia com planos do personagem de Nicolas Cage, o sargento da polícia portuária de Nova York, John McLoughlin se preparando para ir trabalhar. São 3:29 e o despertador toca, McLoughlin levanta, toma banho, despede-se da esposa e de seus quatro filhos. Assim, já percebemos que esse policial primeiramente, é um pai de família. Logo nos planos seguintes visualizamos a cidade Nova York amanhecendo, lentamente, despertando com seus habitantes no que parece ser mais uma manhã habitual. Os cenários que compõem os planos, também demonstram o estilo de vida norte-americano e o gosto desses ‘heróis’. O metrô, a Estátua da Liberdade, a música country que se escuta no carro do policial Will Jimeno quando ele está se dirigindo ao trabalho, são elementos importantes no sentido de criar uma identificação entre o público, personagens e o jeito de ser norte-americano. Observamos que as torres aparecem antes de serem atingidas, mas sem nenhum destaque, pois “talvez produza um deslocamento do desgastado afeto da indignação para um afeto mais discreto, um afeto de efeito indeterminado, a curiosidade, o desejo de ver mais de perto” (RANCIÈRE, 2012, p. 101).

Com a chegada dos policiais no trabalho, as delegações de tarefas do dia são distribuídas. Com isso, reparamos neste momento o destaque que os sobrenomes dos personagens obtêm. Em todo filme os sobrenomes são evidenciados, são de diversas nacionalidades como Jimeno, Pezullo, Colovitto e Rodrigues. Desta maneira, este fator faz com que o mundo já se identifique com aqueles policiais, isto é, não apenas os Estados Unidos foram atacados, mas todos os povos que estão representados pela polícia portuária de Nova York. A condição cosmopolita de Nova York é profundamente explorada no sentido de demonstrar o sofrimento de todos diante a maldade promovida pelo terrorismo internacional, além de deixar clara a compaixão do povo norte-americano por si mesmo, sendo eles o Bem que deve ser copiado e dissipado, no intuito de eliminar o Mal advindo dos terroristas islâmicos.

Retomando a história do filme, nos primeiros dez minutos, uma das torres já é atingida por um avião, McLoughlin e sua equipe respondem ao chamado e vão até o complexo, situado na zona de negócios chamado *Lower Manhattan*. Ao chegar lá, a equipe toda consegue ter uma melhor ideia do tamanho da catástrofe, pois as informações que tinham eram duvidosas. Os planos das imagens são feitos com técnicas, como as de câmera lenta para mostrar pessoas se atirando do prédio em chamas, papéis voam por toda parte vindos das Torres, as ruas estão repletas de pessoas ensanguentadas correndo sem direção.

Um grupo é formado voluntariamente sobre o comando de McLoughlin para entrar na Torre Sul. A equipe é constituída por quatro pessoas Rodriguez, Pezzulo e Jimeno, além do sargento. Ao entrarem no complexo, encontram outro policial, Chris, que lhes traz a notícia do ataque à Torre Norte e ao Pentágono. O McLoughlin prossegue com sua equipe, em seguida, recebe um chamado pelo rádio, pedindo-lhe que saia do prédio e encontre o resto dos policiais, pois a outra torre tinha problemas. Entretanto, os cinco policiais não tem tempo, a estrutura do prédio não resiste e começa a desmoronar. O sargento manda que todos corram para o vão do elevador, pois esta é a parte mais forte do edifício.

O plano se fecha e abre novamente no escuro. Apenas é possível ouvir o diálogo dos policiais, que começam uma contagem dizendo seus nomes em voz alta. Os policiais vivos são McLoughin, Pezzulo e Jimeno. Pezzulo tenta ajudar os companheiros que estão presos por ferros retorcidos nos escombros, quando ocorre um novo deslizamento. O policial que estava em condições de ajudar os companheiros, agora, encontrava-se muito ferido e preso, assim, Pezzulo saca sua pistola e pede autorização ao sargento para descansar. Então, ouve-se um disparo.

A montagem dos planos seguintes relata a reação das pessoas nas variadas partes do mundo, no momento em que a notícia era veiculada na mídia. Há imagem do presidente Bush fazendo um pronunciamento pela televisão e diz que o exército está em alerta máximo e pronto para evitar um novo ataque. Discurso esse real.

As *Torres Gêmeas* (Oliver Stone, 2006) não seria apenas um filme como arte de figuras do tempo e do espaço, representando o 11 de setembro e suas histórias, de acordo com Badiou, mas principalmente uma arte das grandes figuras da humanidade em ação, um tipo de cena universal da ação. São formas fortes, encarnadas, dos grandes valores que se discutem em um dado momento (Badiou, 2004, p. 34).

O cinema é visitação: do que eu teria visto ou ouvido, ideia permanece enquanto passa. Eis a operação do cinema, cuja possibilidade é inventada pelas operações próprias de um artista: organizar o afloramento interno ao visível da passagem da ideia. (Badiou, 2002, p. 103)

Na maioria das cenas do filme apenas uma luz de fundo compõe o plano para que se possa ver a nuances do rosto dos personagens McLoughin e Jimeno. Os dois policiais conseguem manter-se vivos falando de suas famílias, assim, começam a se conhecer melhor enquanto tentam ajudar um ao outro. Com o uso de *flashback*, os policiais começam a relatar parte de suas vidas. E nestas cenas, não enxergamos quase nada, pois são muito escuras, dando um ar claustrofóbico.

Um personagem que é interessante destacar é Dave Karnes, contador e um ex-fuzileiro naval, que vê na televisão as informações sobre o ocorrido nas Torres Gêmeas e resolve deslocar-se até lá para ajudar nos resgates. Notamos um grande

fervor patriótico em Dave, que beira ao lunático. Tanto que quando chega a Nova York, já é noite, e não o deixam passar para a área dos escombros das torres. Ele passa por cima das ordens superiores e insiste em procurar sobrevivente, falando: “Não sei se vocês sabem, mas o país está em guerra”.

Nosso mundo carece de heróis, diz Badiou, e o cinema continua insistindo em criar personagens com preocupação moral, personagens que entram no combate contra o mal e que pode, na maioria dos produtos midiáticos, assumir as repetitivas formas classificatórias e preconceituosas ensinadas pelo cinema de Hollywood; porém também tem a possibilidade, igualmente, de comover-nos mais profunda e complexamente, na medida em que, num mundo sem heróis sólidos, sem referências fortes, apresenta a grandes públicos algumas figuras típicas, a vivenciarem graves conflitos da vida humana. Ainda hoje, no cinema, como observa Badiou, verificamos a coragem, justiça, paixão ou traição (Badiou, 2004, p. 35), o que, segundo o autor, poderia ser visto como uma herança do teatro grego. O exemplo do cinema no papel que Badiou tão bem caracterizou: o cinema como meio de nos apresentar o outro na sua relação com o mundo; mais do que isso, o cinema como modo de amplificar nossas possibilidades de pensar o outro (Badiou, 2004, p. 56).

## **Considerações finais**

Há séculos criam-se arquivos, bibliotecas e museus, mantêm-se aniversários e celebrações, os lugares de memória nascem e vivem do sentimento de que não há memória espontânea. A razão fundamental de ser um lugar de memória, possivelmente, é a tentativa de bloquear o trabalho de esquecimento, parando o tempo, materializando o imaterial e prendendo o máximo de sentido em um mínimo de sinais.

Em *As Torres Gêmeas* (Oliver Stone, 2006) não há resquícios das questões políticas que motivaram os atentados terroristas contra os Estados Unidos em 2001 ou que foram levantadas por eles, observamos apenas o patriotismo e a representação de indivíduos como heróis. O filme não faz o espectador pensar em relação a toda política ou contextos envolvidos nos atentados, sendo uma história para uma leitura mais crítica e racional, apenas aborda a dor da vítima. Não nos questiona os por quês. Os atentados de 11 de setembro quebraram a aura intocável dos Estados Unidos, que jamais sofreu um ataque de tal magnitude contra seu solo, embora intervenha militarmente em várias partes do mundo.

Assim, observamos que o cinema norte-americano, mesmo passado já vários anos dos ataques, pode não estar preparado para refletir sobre questões que envolvam o dia 11 de setembro. Há apenas silêncios. Por isso, o artigo compreende apenas uma breve reflexão sobre imagens que podem representar um momento ou ponto de vista de alguém.

## REFERÊNCIAS

*As torres gêmeas*. STONE, Oliver: 2006. 129 minutos.

BADIOU, Alain. *Pequeno Manual de Inestética*. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

\_\_\_\_\_. El cine como experimentación filosófica. In: YOEL, Gerardo (Comp.). *Pensar el cine*. Buenos Aires: Manantial, 2004, p. 23-81.

BAUDRILLARD, Jean. *Power Inferno*. 2ª Edição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

BORRADORI, Giovanna. *Filosofia em tempo de terror: diálogos com Habermas e Derrida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CHOMSKY, Noam. *11 de setembro*. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

Civan Gürel, Jean-Marc Genuite, Mehdi Derfoufi, *Hollywood vê o pós-11 de setembro*. Tradução: Leonardo Teixeira da Rocha. Disponível em: <<http://diplo.org.br/imprima1417>>. Acesso em: 30 de agosto de 2012.



FERRO, Marc. Cinema e história. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

KEAN, Thomas H. et al. *The 9/11 Commission Report*. New York: W.W. Norton & Company, Inc, 2004

MAGNOLI, Demétrio. *Terror Global*. São Paulo: Publifolha, 2008.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **11 de setembro de 2001**: a queda das Torres Gêmeas de Nova York. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2005.

RESENDE, Erica Simone Almeida. Aporia e Trauma na crise de significados do Onze de Setembro. In: *Contexto Internacional*, Rio de Janeiro, v. 32, n. 1, p. 205-238, Jan/Jun 2010.

RAMONET, Ignácio. Mentiras de estado. In: *Fragmentos de cultura*, Goiânia, v. 13, n. 6.2, p. 35-45, 2003.

RANCIÈRE, Jacques. Paradoxo da arte política. In: *O espectador emancipado*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012a. p. 51-81

\_\_\_\_\_. A Imagem intolerável. In: *O espectador emancipado*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012b. p. 83-102

SANT'ANNA, Ivan. **Plano de ataque**: a história dos voos do 11 de setembro. Rio de Janeiro: Objetiva, 2006.

## **A Tipificação das Empregadas Domésticas no Documentário “Doméstica” (2012)<sup>1</sup>** Max Milliano Melo<sup>2</sup>

### **Resumo**

Esta comunicação analisa a tipificação das empregadas domésticas retratadas no documentário *Doméstica* (2012), de Gabriel Mascaro, considerando que a produção do filme se deu em um contexto de conquista de direitos por este grupo de trabalhadoras. Discute-se de que forma o método adotado pelo documentarista – conceder aos jovens patrões a missão de retratarem suas empregadas – reforça as representações sociais atribuídas às domésticas ao longo dos séculos XIX e XX pelo discurso hegemônico das elites brasileiras, cristalizadas no imaginário cultural nacional.

### **Palavras-chave**

Empregada Doméstica; Documentário Brasileiro; Representações Sociais; Cotidiano

### **Introdução**

Um anúncio na *fanpage* do Festival Latinidades 2015 trazia em letras garrafais: “Procura-se de atriz negra para papel de empregada doméstica”. As interessadas, ao ligarem para o telefone indicado descobriram tratar-se, na verdade, do convite para um dos debates que ocorreriam no evento: o lugar da mulher negra no cinema brasileiro. A ação realizada pelo festival brasileiro, que gerou intensos debates nas redes sociais, demonstra que o cinema nacional começa a refletir sobre o lugar dedicado a certos grupos em suas produções, entre eles o das empregadas domésticas.

Esta mudança está de alguma forma ligada ao debate nacional em torno das domésticas que vem ocorrendo no Brasil desde 2012, quando o Congresso Nacional aprovou a chamada PEC<sup>3</sup> das Domésticas, dispositivo que alterou a Constituição

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando e Bolsista Capes. Universidade Federal Fluminense (UFF), Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC). Contato: max.milliano.melo@gmail.com.

<sup>3</sup> Proposta de Emenda à Constituição, dispositivo legal que altera a Constituição Federal.

Federal garantindo a esse grupo de trabalhadoras uma série de direitos antes lhes negados como Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) e Seguro Desemprego. A questão foi parar nas manchetes de dos jornais, ganhou as telenovelas – em produções como *Cheias de Charme* e *Avenida Brasil*, ambas exibidas naquele mesmo ano pela Rede Globo – e, finalmente, os cinemas.

Neste contexto foi produzido *Doméstica*, documentário dirigido por Gabriel Mascaro, que alcançou grande sucesso em festivais como o de Brasília e o de Roterdã (Holanda), repercussão entre a crítica especializada e passou a integrar o catálogo do *Netflix*, principal serviço de *stream* de vídeos e séries pago do Brasil.

O método de produção é definidor do filme. Mascaro recrutou sete jovens de diferentes classes sociais de grandes cidades brasileiras com o objetivo de representar o cotidiano de *suas* empregadas domésticas durante uma semana. O diretor teria a permissão de editar as imagens como bem entendesse e os jovens seriam creditados como responsáveis pela fotografia do filme.

O resultado é um retrato contundente – conforme discutiremos mais a diante – de uma parcela das 6,6 milhões de empregadas domésticas existentes no Brasil segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD)<sup>4</sup> divulgada pelo IBGE em 2011, 92,6% delas do sexo feminino. A profissão empregada doméstica inclui uma série de ocupações realizadas no ambiente do lar, como babás, cozinheiras, diaristas, lavadeiras, passadeiras, copeiras, governantas, jardineiros, porteiros e, claramente, a doméstica generalista – que realiza sozinha um pouco de cada uma destas atividades.

Discutiremos de que forma as domésticas apresentadas por Mascaro – ou melhor, no filme do diretor, já que a primazia da câmera foi compartilhada com os jovens patrões – se conectam com as tipificações de empregadas domésticas que habitam o imaginário social brasileiro, definido por Dênis de Moraes como o “conjunto de relações imagéticas que atuam como memória afetiva de uma cultura,

---

<sup>4</sup> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – Síntese dos Indicadores 2011 – Trabalho. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2011/sintese\\_default.xls.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2011/sintese_default.xls.shtm)>. Visitado em 6 jun. 2015.

um substrato ideológico mantido pela sociedade”. (2009, p. 29) Assim, “o imaginário social se traduz por ideologias, símbolos, alegorias, rituais e mitos que plasman visões de mundo e modelam estilos de vida” (Ibidem, p. 30).

Adotaremos a metodologia análise fílmica, em sua diretriz sócio-histórica por sua potencialidade em interrogar o filme não apenas sobre sua narrativa, mas sobre o contexto em que foi produzido, a realidade social e histórica de que é fruto. “A hipótese diretriz de uma interpretação sócio-histórica é a de que um filme sempre fala do presente (ou sempre diz algo do presente, do aqui e do agora de seu contexto de produção)”. (VONOE; GALIOT-LÉLÉ, 2012, p. 51).

Assim, o documentário *Doméstica* se apresenta como um terreno fértil para a análise dos códigos e lugares que integram o sistema simbólico da cultura brasileira, e qual o papel das empregadas domésticas neste universo. Em outras palavras: “Ao examinar tensões e utopias que permeiam o imaginário social, estamos penetrando nos campos das batalhas ideológicas pela conquista da hegemonia cultural. Significa desvelar os jogos de consenso e dissenso que caracterizam e condicionam e difusão simbólica” (MORAES, 2009, p. 35).

Por fim, destaca-se que a representação da doméstica no audiovisual é fenômeno ainda pouco compreendido pela academia. Uma busca nos bancos de teses e dissertações das universidades de São Paulo, Federal do Rio de Janeiro e Federal Fluminense, utilizando combinações entre as palavras-chave “doméstica”, “cinema”, “telenovela”, “empregada”, não retornou nenhum resultado; um sintoma de como o tema foi pouco explorado pelos pesquisadores brasileiros.

## **Domésticas e o Imaginário Social**

Sônia Roncador (2008 e 2015) afirma que, a despeito do senso comum, a imagem da empregada doméstica tem espaço de destaque na produção cultural, alimentadora do imaginário social brasileiro. Imprensa, literatura e outras formas de expressão reservaram lugar relevante para esta personagem em seus discursos, sempre

através da manipulação da imagem da doméstica pela elite cultural como signo partilhando por indivíduos de todos os estratos sociais, e por isso, importante ferramenta para a veiculação de ideologias e manutenção de hegemonias.

A pesquisadora destaca quatro momentos históricos e literários distintos com a construção de tipos marcados de empregadas domésticas: a *Belle Époque*, a vanguarda histórica à partir da década de 1920, os anos politizados da década de 1960, e o período pós-redemocratização, nos anos 1980 e 1990. Cada um destes períodos produziu a sua própria doméstica, que perpetua-se no imaginário social tanto através das obras produzidas então e consumidas até hoje – como a Tia Anastácia dos livros de Monteiro Lobato, ou a Gabriela de Jorge Amado – como nas relações sociais e de classe do Brasil atual que encontram suas raízes no longo, elitista e incompleto processo de Abolição da Escravidão. “As empregadas literárias têm continuamente desempenhado papéis centrais nos discursos intelectuais, destacando a elaboração e as negociações de classe social, gênero e raça no Brasil”. (RONCADOR, 2015, p. 100)

Se ao longo do século XIX ter uma doméstica livre era símbolo de status social, esta simbologia se altera à partir de fins dos oitocentos. Os ideais de modernização do país da *Belle Époque*, que buscava abandonar a condição de monarquia escravagista e ingressar de vez no “futuro” (neste caso definido como ser uma república baseada no trabalho livre), lançam mão de um processo de negatização da imagem da doméstica. Em obras literárias e artigos da imprensa, especialmente os indicados às mulheres, como os escritos de Júlia de Almeida, dão à empregada uma imagem perversa, associada à malcriação e excesso de mimos às crianças e à transmissão de doenças – em especial a sífilis.

Constata-se, por um lado, a apropriação literária de imagens aterrorizantes das empregadas domésticas, transformadas em portadoras de vícios morais e doenças contagiosas nos discursos médico-higienistas, assim como nas teorias e nas políticas eugenistas precedentes à Abolição. Tais discursos revelam, pois, que a empregada doméstica, outrora um indicador social de status e conforto, passou a ser vista como um obstáculo ao projeto higienista de modernização da vida e do espaço domésticos -- projeto tal que



consistia na imposição à dona de casa de uma rotina de trabalho hiper-racionalizada, no controle higiênico do ambiente físico da casa, na ênfase à missão maternal educadora, ou civilizadora. (RONCADOR, 2008, p. 10)

Nasce ali a Doméstica Demonizada, tipo que na mídia passa a ser portador de sentimentos como a inveja e que lança mão da sua condição privilegiada no ambiente do lar – acesso aos espaços e intimidade da família – para alcançar seus objetivos, nem sempre de forma honesta. Exemplo marcante dessa tipificação na TV é a caracterização inicial da personagem Nice, protagonista das duas versões de *Anjo Mau*, telenovela de sucesso exibida pela Rede Globo em 1976 e em 1997.

Tal tipo seria contraposto à partir dos anos 1920, quando os primeiros escritos de Gilberto Freyre, promovem a noção de brasilidade ligada à confraternização entre as raças. A exaltação do Brasil miscigenado, que é reforçada pela produção de autores como Carlos Drummond de Andrade e José Lins do Rego recupera a doméstica à partir de uma perspectiva positiva. Observa-se, segundo Roncador (2008) a recuperação de dois tipos marcantes até os dias de hoje: a mãe-preta, mulher assexuada e devotada à família para a qual trabalha, com comportamento afetivo e maternal; e a mulata sexualizada, jovem de corpo escultural responsável pela iniciação sexual dos garotos e pela satisfação dos homens.

Há modos de caracterização que têm sido utilizados costumeiramente através dos tempos; assim, quando se disse que é possível caracterizar por TRADIÇÃO, queria-se dizer, pelo menos no seio de uma mesma cultura, certas coisas já são do domínio comum, e não se precisa informar a ninguém sobre elas. [...] Durante algum tempo no teatro brasileiro, quando uma mulata bonita entrava em cena já se sabia que ela era a ex-escrava sapeca, namoradeira e graciosa, que ia perturbar a cabeça de muitas personagens masculinas. (PALLOTTINI, 2013, p. 99)

A simples presença de uma personagem mulata ser carregada de tantos significados demonstra o quão arraigada na cultura brasileira estão tais características atribuídas à este tipo. Durante a construção de personagens os autores, ainda segundo

Pallottini, lançam mão destes tipos cristalizados no imaginário social, afim de compartilhar referências simbólicas com o espectador, o que poderia resultar no aprofundamento destas tipificações. Quando uma determinada produção lança mão da mulata sexualizada ou de outra tipificação semelhante da doméstica, acaba por contribuir para sua reafirmação no imaginário social, num processo dialógico.

Tais tipos, possivelmente por serem associados à afetividade e à sexualidade, estão entre os mais recorrentes na produção audiovisual. A Tia Anastácia, da série *Sítio do Pica Pau Amarelo*, diversas vezes adaptada para a TV da obra de Monteiro Lobato, ou Gabriela, personagem de Jorge Amado que ganhou versões para o cinema e para a televisão são exemplos.

Nos anos 1950 e 1960 os tipos mãe-preta e mulata sexualizada passam a ser contrapostos pela sociedade politicamente efervescente daquele período. À mulher urbana é imposto um paradoxo: era necessário ser moderna e tradicional, ao mesmo tempo. Moderna nos hábitos de consumo e adoção de tecnologias; tradicional no culto à valores como família, casamento e maternidade. Neste contexto cria-se uma fissura nas relações profissionais no ambiente do lar. A forma de aplacação desse conflito, e manutenção da hegemonia doméstica foi a transmutação das tipificações tradicionais para novas, mais próximas das amigáveis à classe média que emergia.

Surge a doméstica criativa, portadora de excepcional sabedoria popular e conhecimento prático, capaz de com astúcia resolver os problemas cotidianos; e a doméstica cômica, capaz de provocar o riso pelo seu jeito direto e estabonado, linguajar “errado” (distante da norma culta) e seus códigos de vestimenta e consumo associados ao mal gosto. “A inclusão frequente do tema das domésticas na imprensa feminina [...] revela a intensão dessas aparentes ‘páginas de futilidades’ de inibir não somente as transgressões de gênero, mas também as de raça e classe social que a modernização dos costumes igualmente colocava em risco”. (RONCADOR, 2008, p. 13)

Este é o elemento central na tipificação da doméstica Fausta, protagonista de *O Romance da Empregada* (1988), do diretor Bruno Barreto, um dos poucos filmes da

cinematografia brasileira a serem protagonizados por domésticas. O jeito *cafona* de falar e se vestir, os passeios em lugares populares (como a Ilha de Paquetá e a Quinta da Boa Vista, ambos no Rio de Janeiro) são satirizados pelo diretor como forma de se provocar riso. A doméstica criativa foi apresentada de maneira contundente na telenovela *Supermanoela* (1974), que retratou a vida de uma família em crise financeira que decide demitir a empregada. “Manoela, no entanto, não aceita a demissão e se oferece para trabalhar de graça. Para ajudar os patrões, costura para fora e propõe Carolina que alugue os dois quartos da casa”. (PROJETO MEMÓRIA DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2003, p. 43)

Por fim, à partir dos anos 1980 emerge, segundo Roncador (2008), uma nova forma de produção literária: biografias de empregadas doméstica. Descrita como uma forma de estratégia para a manutenção de uma agenda política e social residual por parte da elite intelectual, nos anos após a redemocratização, tais produções, mais uma vez mantinham a instrumentalização da personagem doméstica. Embora tema central dos livros, à elas não era dado o protagonismo da produção, já que as obras passavam por uma mediação da intelectualidade, responsável por colher os depoimentos, ditados pelas domésticas, ou assumir a autoria direta da apuração e escrita das publicações.

O método de representação mediada pela intelectualidade guarda semelhanças com o modo de fazer do documentário *Doméstica*, objeto deste estudo. Ainda que as empregadas sejam o elemento central da produção, sua representação é conduzida pela visão dos patrões, que têm a primazia da câmera. Ainda que tal opção revele detalhes sobre a complexa relação patrão/empregada, impõe-se a perspectiva dos patrões. A doméstica continua sem voz própria na cultura brasileira.

### ***Doméstica***

A liberdade para os patrões filmarem as próprias empregadas pode ter levado *Doméstica*, filme produzido no mesmo período de debates sobre os direitos

trabalhistas das empregadas, a encurralá-las nas tipificações tradicionais aqui relatadas. O humor, a sexualidade e o talento para a solução de problemas cotidianos, a afetividade e a devoção são aspectos frequentemente ressaltados pelos patrões-cienastas na hora de representar *suas* domésticas, assim descritas:

Vanusa (Vavá): Branca, de meia idade, trabalha para uma família de Recife. Além de empregada também realiza trabalhos como motorista da família, o que considera “muito chique”. Tornou-se empregada doméstica após ser abandonada pelo marido. Demonstra dificuldades afetivas, ouvindo mensagens e músicas românticas no rádio, lendo auto-ajuda, e chorando ao rememorar o fim do próprio relacionamento. Tem um filho viciado em drogas.

Dilma: Negra, de meia idade, trabalhava na casa de uma família judaica em São Paulo. Migrante, foi vítima de maus tratos pelo marido antes de se tornar empregada doméstica. Aprendeu a cozinhar pratos da culinária judaica, que afirma comer eventualmente também fora do trabalho. Participa de uma celebração judaica, sentada à mesa com a família para a qual trabalha, algo que há três meses havia sonhado.

Gracinha: Negra, gorda, de meia idade, trabalha para uma família de Salvador. Desenvolveu “hábitos noturnos”, realizando parte de sua rotina de trabalho de madrugada. Sua postura positiva em alguns momentos (torce em jogos de futebol, fala alto, faz piadas) contrasta com sua aparente melancolia, em outros. Cochila deitada no chão ou sobre os móveis, e revela tristeza por não ter convivido com o filho, assassinado. Nos últimos três meses de vida do rapaz, Gracinha não pode voltar para casa para vê-lo porque uma das patroas havia realizado uma cirurgia.

Lena: Jovem e negra, foi trazida do interior ainda adolescente para morar e trabalhar no emprego, em Salvador. Após alguns anos engravidou, tendo a filha sido “assumida” pela família para a qual trabalha – a patroa cuida de sua filha, enquanto ela trabalha. Pouco se sabe sobre o que Lena pensa ou sente já que ela permanece em silêncio durante toda sua sequência no filme.

Flávia: Negra, jovem. Trabalha como doméstica de uma família pobre, na periferia de São Paulo. Seu trabalho consiste principalmente em cuidar de uma criança com deficiência, enquanto a mãe, também empregada doméstica, trabalha fora. Relata ter sofrido um aborto após apanhar do marido nos últimos meses de gravidez de trigêmeos.

Sérgio<sup>5</sup>: Abandonado pela família, trabalha como empregado doméstico na casa de família de classe média baixa. Pouco fala sobre sua condição. Participa das celebrações de natal da família, aparentando sempre estar à margem, como um personagem não totalmente pertencente àquele universo. Parece triste e melancólico.

Lucimar: Negra, de meia idade, trabalha para uma família do Rio de Janeiro. Quando criança morava no interior do estado, sendo amiga de infância da atual patroa: a transição da relação amiga/patroa é apresentada como um problema. Pouco fala, sobre a própria condição, em aparente resignação.

Identifica-se, portanto, diversos traços comuns entre o discurso do filme *Doméstica* e as tipificações tradicionais das empregadas, expressos por Rocandor (2008). Vanusa, Sérgio e Gracinha se aproximam do ideal de mãe-preta: assexuadas, devotadas e afetivas, dedicam suas vidas à família para a qual trabalham. Verifica-se, no discurso dos patrões, os falsos laços de afetividade e de dependência em relação às empregadas. Nota-se nos três casos, que as empregadas abdicaram da própria família – o filho de Vanusa é usuário de drogas mas fala com ela apenas pelo telefone, Sérgio rompe com os filhos por causa da patroa e Gracinha não pôde acompanhar os últimos dias de vida do filho, assassinado, porque cuidava da patroa convalescente – para dedicarem-se ao patrões.

O discurso dos patrões está em consonância com o padrão ideal de empregada vigente no Brasil, descrito por Gilberto Velho (2012), que ressalta como desejáveis características como a discrição, o respeito a certos códigos de distanciamento. Embora expresse como positiva a disposição da empregada para ajudar nos momentos

---

<sup>5</sup> Embora um dos empregados apresentados seja do sexo masculino, optou-se aqui por adotar sempre a forma feminina no tratamento, em função da primazia das mulheres na profissão.



de dificuldade, vê como inconveniente a situação inversa: quando os problemas familiares da doméstica são trazidos para o ambiente de trabalho.

Vanusa, apresentada também como motorista da família, traz referência à doméstica criativa, capaz de resolver os problemas dos patrões. Nota-se que neste caso a viabilização da carteira de motorista foi promovida pela patroa, e resulta na agregação de mais trabalho à rotina da doméstica. Embora descreva ter irmãos motoristas, algo que ressalte como motivo de admiração, a empregada não demonstra querer assumir posição semelhante, nem é estimulada para tal. Sua nova habilidade, portanto, serve diretamente aos patrões, não sendo apresentada como ferramenta para a conquista de liberdade.

Lena e Lucimar traz consigo características semelhantes à aproximação entre doméstica e patrões, nos anos 1950 e 1960, descritos por Roncador (2008). Quando crianças mantinham relações próximas às famílias para as quais trabalham hoje, fator que é fundamental para conseguirem, posteriormente, o emprego. Nos dois casos observa-se no discurso das patroas uma tentativa de aplacação das diferenças sociais, associando a convivência fraternal como elemento chave na relação empregada/patroa. No caso de Lucimar, há inclusive uma negação da condição de empregada, sendo ela descrita como um membro da família que divide o trabalho doméstico com os demais: embora no instante seguinte os patrões admitam que a jovem deu a luz sozinha no hospital, e que ela dorme num quarto nos fundos da casa, separada dos demais.

Flávia segue o caminho de sexualização presente no imaginário popular em relação às empregadas, associadas à iniciação sexual dos jovens. Embora assuma um discurso de negação da vida afetivo-sexual em função de traumas anteriores, protagoniza uma cena de dança sensual na frente da criança deficiente aos seus cuidados. Aqui há um contraste entre o dito pela própria doméstica a respeito de si, e o mostrado pelos patrões.

Em todos os casos, não parece que estamos diante não dos aspectos mais relevantes do cotidiano de uma doméstica brasileira, mas os aspectos que os patrões

consideram mais relevantes, classificação que carrega consigo sinais das relações de poder e servidão no espaço doméstico.

Nichols (2012) questiona os impactos do documentário na vida da pessoa retratada. O autor, por um lado, afirma a responsabilidade do documentarista em clarificar ao representado os objetivos e possíveis consequências da exposição no filme, mas por outro, reconhece a limitada capacidade do diretor em prever que tipos de transformações serão engendradas pela obra. Assim, a relação documentarista-personagem se apresenta como uma das questões éticas centrais na produção documental.

Neste sentido, as domésticas de Mascaro parecem alheias à dramaticidade do discurso de que são portadoras. Comportam-se diante da câmera, nos momentos de entrevista, como se *devessem* exaltar positivamente a relação patronal. Nos momentos em que são “flagradas” em seus afazeres, muitas vezes são apresentadas – pelos cineastas patrões – em momentos de extrema vulnerabilidade, exemplificados no sono desajeitado de Gracinha, entre o chão e o sofá – filmado aos risos pela patroa –, ou na dança sensual de Flávia. Sobre isso Brenez (2015) afirma:

...o filme revela alguns momentos de vida: saturação física do tempo pelo trabalho repetitivo e desinteressante; saturação afetiva da mente por causa das necessidades dos outros; saturação psíquica do imaginário por causa da televisão e do rádio; exploração por seus patrões de forma amável e, sobretudo, tóxica; pobreza endêmica; exploração por seus cônjuges que quase sempre os abandonaram; *exploração da imagem pelos adolescentes que filmam*. Os domésticos muitas vezes choram; às vezes, desmoronando-se, cantam para atordoar-se e aliviar-se um instante; dançam para criar um momento de prazer que o filme assume como o mais perturbador, embaraçoso e transgressivo possível (a dança muito sensual de Flávia diante da criança com deficiência). (p. 55, grifo meu)

**Figura 1. A exaustão de Gracinha e a dança sensual de Flávia**



**Fonte: Doméstica/Reprodução**

Questiona-se aqui os limites éticos da exposição das protagonistas-empregadas, diante do objetivo de construção de um filme-denúncia, ou de crítica social. O resultado do método de produção do filme, que concede aos patrões a primazia da câmera, revela detalhes sob o preconceito e incompreensão que permeia a visão dos patrões sobre as próprias empregadas, o que poderia contribuir para uma reflexão crítica sobre o trabalhador doméstico brasileiro. Para atingir esse objetivo, contudo, o filme esbarra na exploração das próprias personagens que busca resgatar. Ao investir no ponto de vista patronal e retirar das trabalhadoras o direito sobre a própria imagem não estaria *Doméstica* exercendo os próprios preconceitos que busca combater?

Para Walter Benjamin (2012) o ato de narrar pressupõe inevitavelmente a participação do narrador. “Ela [a narrativa] não está interessada em transmitir o “puro em si” da coisa narrada, como uma informação ou um relatório. Ela mergulha a coisa na vida do narrador para em seguida retirá-la dele. Assim, imprime-se na narrativa a marca do narrador, como a mão do oleiro na argila do vaso” (p. 221). O modelo de narrador proposto pelo alemão seria aquele que de certa forma transmite a experiência, buscada “em um mundo afastado, *culturalmente* distante do seu” (KLINGER, 2012, p. 93, grifo da autora). Ainda de acordo com Benjamin (2012), a narrativa pela experiencição busca inevitavelmente a construção de alguma forma de sabedoria, a qual a nova cultura com que entra em contato é portadora.

Em *Doméstica* haveria uma recuperação do modo de narrar descrito por Benjamin, onde os patrões-cineastas, para retratar as empregadas, se aproximam de um universo que embora esteja geograficamente próximo – em sua própria casa – estão culturalmente distantes. Percebe-se na interação patrões empregadas certa curiosidade deste em relação àquelas sobre suas histórias de vida e experiências pessoais. Mesmo passagens relevantes, como a chegada à cidade grande e a conformação familiar parecem ser, pelo menos em parte, desconhecidos dos patrões, que atuam como narradores.

Nota-se, contudo, em consonância com o modelo de narração benjaminiano, uma busca por uma forma de sabedoria, da qual as domésticas seriam portadoras. A insistência em demonstrar uma pseudo-dependência das empregadas (expressa em falas como “O Sérgio é meu anjo da guarda” reafirmam a visão romantizada construída em torno da doméstica, especialmente a partir do modernismo, e aprofundado à partir dos anos 1950, onde a doméstica é detentora de excepcional experiência de vida e sabedoria prática, tendo habilidades capazes essenciais à ordem da família e do lar. (RONCADOR, 2008)

Embora o filme avance na problematização de questões sociais sobre a trabalhadora doméstica e, principalmente, na retirada destas personagens do cotidiano da invisibilidade, o filme, sob a perspectiva de Agnes Heller (1985), não conseguira se libertar da unidade imediata de pensamento e ação. “A atividade individual não é mais do que uma parte da práxis, da ação total da humanidade que, construindo a partir do dado, produz algo novo, sem com isso transformar em novo o já dado” (p. 32). Tal limitação é expressa na dificuldade de apresentar tipificações de domésticas diferentes daquelas socialmente construídas ao longo do último século e meio, ou da persistência no modelo de representação centrado no patrão.

Há uma mudança de paradigma no espaço dado à doméstica, que de elemento no fundo do quadro se torna o peça central da cena, contudo, a perspectiva mostrada ainda é a dos patrões. O que os patrões pensam, como os patrões interagem com as próprias empregadas. Em vários dos segmentos que compõem o documentário

dirigido por Mascaro as domésticas não falam, tendo sua vida “descrita” pelos patrões, que se vangloriam pela forma afetiva com que tratam *suas* domésticas. Esta opção revela sobre o processo de servilismo que se instaura no ambiente do lar, mas não sobre a auto-representação das domésticas: como elas enxergam a sua própria condição.

### **Considerações Finais**

Este trabalho, parte de minha pesquisa de mestrado que pretende investigar a representação da empregada doméstica no audiovisual – incluindo o cinema ficcional e as telenovelas – contribui para a compreensão de das marcadas mudanças nas formas de relacionamento com os empregados domésticos em tempos de mudanças na legislação, bem como, de maneira panorâmica, na história do audiovisual nacional. Sugere-se sua ampliação para outras formas de representação audiovisual, também pouco compreendidas, como os programas humorísticos e a publicidade.

Assim, compreende-se que *Doméstica*, documentário de 2012, está em consonância com o seu tempo, problematizando e questionando as relações sociais no ambiente doméstico e desconstruindo paradigmas cristalizados na cultura brasileira, como os falsos laços de afetividade devotada entre patrões e empregadas. O filme apresenta, contudo, dificuldades de rompimento com as formas tradicionais de representação da empregada doméstica, provavelmente em função do método utilizado para a filmagem, liderada pelos patrões. Questiona-se ainda os limites éticos na apresentação das empregadas domésticas, por vezes filmadas em momentos de intimidade e vulnerabilidade.

### **Referências bibliográficas**

BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas I – Magia e Técnica, Arte e Política: Ensaios sobre literatura e história da cultura*. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012.



BRENEZ, Nicole. Doméstica, domesticação e servilismo. In: GUIMARÃES, Victor (org). *Doméstica: Coletânea de Textos + Filme*. Recife: Desvia, 2015.

HELLER, Agnes. *O cotidiano e a História*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

KLINGER, Diana. *Escritas de Si, Escritas do Outro: o retorno do autor e a virada etnográfica*. 2. ed. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2012.

MORAES, Dênis. Imaginário Social, Cultura Hegemonia e Comunicação. In: *A Batalha da Mídia: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009

NICHOLS, Bill. *Introdução ao Documentário*. 5. ed. Campinas: Papirus, 2012.

PALLOTTINI, Renata. *Dramaturgia: a construção da personagem*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.

PROJETO MEMÓRIA DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO. *Dicionário da TV Globo Vol. 1: Programas de Dramaturgia & Entretenimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

RONCADOR, Sônia. *A Doméstica Imaginária: literatura, testemunhos e a invenção da empregada doméstica no Brasil (1889-1999)*. Brasília: Editora UnB, 2008.

\_\_\_\_\_. Um Legado Colonial Oneroso: A Servidão Doméstica na Cultura e na Literatura Brasileiras. In: GUIMARÃES, Victor (org). *Doméstica: Coletânea de Textos + Filme*. Recife: Desvia, 2015.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉLÉ, Anne. *Ensaio Sobre a Análise Fílmica*. 7. ed. Campinas: Papirus, 2012.

VELHO, Gilberto. O Patrão e as Empregadas Domésticas. *Sociologia, Problemas e Práticas*, Lisboa, n. 69, p. 13-30, mai. 2012.

## **Efeitos de presença como potencializadores de audiência** Reflexões acerca da experiência de cobertura midiativista por *streaming* ao vivo no Brasil<sup>1</sup>

Michele Lima<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo busca refletir aspectos potencializadores da formação de audiência nas transmissões audiovisuais por *streaming* ao vivo realizadas por coletivos midiativistas através da rede social/aplicativo Twitcasting, durante as manifestações populares de rua ocorridas no Brasil a partir de 2013. Destacando como elementos de análise imagem, som e interação entre emissor e receptor busca-se mostrar como os aspectos corporais e sensoriais presentes nessa narrativa são instigantes à audiência. Para isso, utiliza-se como base os preceitos das “Materialidades da Comunicação”, mais especificamente no que diz respeito à argumentação do teórico alemão Hans Ulrich Gumbrecht acerca da “Produção de Presença” na “Experiência Estética”.

### **Palavras-chave**

*Streaming* ao vivo; Audiência; Efeitos de Presença; Experiência Estética

Durante as manifestações populares de rua ocorridas no Brasil, a partir de 2013, as transmissões audiovisuais por *streaming* ao vivo, realizadas especialmente por coletivos midiativistas, com o uso de *smartphones* (celulares inteligentes) conectados à Internet e com a rede social/aplicativo Twitcasting, se tornaram narrativas fundamentais na cobertura desse momento histórico da vida política do país.

Apesar das imagens instáveis (borradas, tremidas), das narrações muitas vezes inaudíveis e das longas durações, características pouco convencionais para uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação de Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), na linha de Tecnologias de Comunicação e Cultura, e jornalista.

cobertura que se propõe a levar informação ao público, muitas das transmissões conseguiram audiências surpreendentes para um veículo alternativo de comunicação.

A atuação da Mídia Ninja (Narrativas Independentes Jornalismo e Ação), um dos grupos mais conhecidos pelas transmissões dos protestos, é um exemplo do potencial do *streaming* na experimentação de novas formas de produção de conteúdo informativo, que permitem atender ao interesse latente no público por consumir outras formas de divulgação dos fatos cotidianos. O próprio Twitcasting destacou esses indicativos evidenciados nas Jornadas de Junho de 2013: “Quando a Mídia Ninja começou a usar nosso aplicativo o pico foi extremo. No auge, nós tivemos 300 mil visitas diárias”, explicou Yoshi Yanagida, analista do aplicativo<sup>3</sup>.

Em sua apresentação “Got a Smartphone? Start broadcasting<sup>4</sup>”, realizada no TED (Technology, Entertainment, Design), Bruno Torturra, cofundador da Mídia Ninja, disse que se deu conta da força das transmissões por *streaming* em 2011, após experimentar a ferramenta na Marcha da Maconha, em São Paulo. “A parte mais interessante foi quando eu cheguei em casa e pude ver que tinha sido visto por mais de 90 mil pessoas. Tinham centenas de mensagens e e-mails de pessoas me perguntando, basicamente, como fiz aquilo, como era possível fazer algo assim. E descobri que foi a primeira vez que alguém tinha transmitido ao vivo um protesto nas ruas pela Internet no Brasil”.

No auge dos protestos, as coberturas se popularizaram e passaram a ser feitas não só por coletivos de mídia, mas também por pessoas comuns, que encontraram nesta ação uma maneira acessível de manifestar opiniões e mostrar o que via e vivia nas ruas. Paralelamente à proliferação das coberturas pelo país, cresceu a adesão da audiência a elas. De dentro das manifestações, no “olho do furacão”, de forma amadora ou profissional, o audiovisual midiativista trazia conteúdos empolgantes ao espectador.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://levante.vc>>. Acesso em 6 de jul de 2015.

<sup>4</sup> Disponível em: <[https://www.ted.com/talks/bruno\\_torturra\\_got\\_a\\_smartphone\\_start\\_broadcasting?language=en](https://www.ted.com/talks/bruno_torturra_got_a_smartphone_start_broadcasting?language=en)>. Acesso em 6 de jul de 2015.

Em um determinado momento, a prática passou a ser uma espécie de novo concorrente dos meios tradicionais pela audiência. O público passou a comparar as versões dos fatos divulgadas e a questionar seus conteúdos. Repórteres de grandes veículos vivenciaram a rejeição de manifestantes nos protestos, sendo, inclusive, expulsos de alguns deles. Por esses e outros motivos, os noticiários de TV se reduziram a mostrar os acontecimentos com tomadas aéreas, distantes, e chegaram a reproduzir imagens feitas pelos próprios midiativistas.

Foram levantados debates com o intuito de compreender que tipo de fenômeno era esse, que passou a disputar discurso e autoridade com a imprensa corporativa, mesmo que por pouco tempo. Ainda que diversos aspectos possam contribuir para entender o súbito interesse do público pelas transmissões midiativistas como o caráter de novidade do formato, que desperta uma curiosidade natural; o discurso subjetivo e parcial, que amplia o posicionamento padrão dos veículos tradicionais; o engajamento com os próprios eventos em pauta através das redes sociais eletrônicas; entre outros; são as imagens e sons gerados na transmissão e a capacidade de interação entre emissor e receptor em tempo real que terão destaque nessa análise. Entendendo que esse é o “combo” determinante da experiência estética construída nessa narrativa, a intenção é refletir sobre ele com base nas Materialidades da Comunicação, tentando ir além do que a hermenêutica e a semiótica nos permitem.

O conceito de “Materialidades da Comunicação” foi delineado durante uma série de colóquios ocorrida, entre 1981 e 1989, na qual o pensador alemão Hans Ulrich Gumbrecht integrou o grupo de participantes. Na raiz dos questionamentos levantados pelos intelectuais está a crítica de que a aplicação da tradição hermenêutica, caracterizada pela produção de sentido e pela interpretação, como prática exclusiva no âmbito das Ciências Humanas limitou a visão do campo. E, para ampliá-la, os novos estudos propõem superar a dicotomia cartesiana que separa sujeito e objeto, reconhecendo que ambos exercem papel no jogo comunicacional.

O passo em direção às “materialidades da comunicação” abrirá nossos olhos para uma multiplicidade de temas fascinantes, que poderiam ser resumidos (pelo menos aproximadamente) nos conceitos de “história dos *media*” e “cultura do corpo”. Nosso fascínio fundamental surgiu da questão de saber como os diferentes meios – as

diferentes “materialidades” – de comunicação afetariam o sentido que transportavam. Já não acreditávamos que um complexo de sentido pudesse estar separado da sua medialidade, isto é, da diferença de aspecto entre uma página impressa, a tela de um computador ou uma mensagem eletrônica. (GUMBRECHT, 2010, p.32)

Gumbrecht teoriza um conceito próprio de Experiência Estética [*aestisches Ehrfahrung*] caracterizado por “momentos de intensidade” e por uma “experiência vivida” [*aestisches Erleben*] mais ligada à visão fenomenológica, já que a maioria das tradições filosóficas associa “experiência” à interpretação, a atos de atribuição de sentido (id., ib., p. 128). Segundo o autor, se trata de uma forma de percepção que tem impacto específico sobre os homens, um outro tipo de apropriação de mundo. Numa realidade diária completamente baseada na comunicação dos significados é natural que, ao assistir à recitação de um poema, por exemplo, o lado semântico, hermenêutico, se sobressaia num primeiro momento, porém a voz do poeta, o ritmo e a forma como declama, a prosódia, vão tomando conta e causando o Efeito de Presença que compõe a dimensão material num ambiente impregnado pelo sentido. É nesse lugar que se dá a Experiência Estética descrita por Gumbrech.

Se compreendermos o nosso desejo de presença como uma reação a um ambiente cotidiano que se tornou tão predominantemente cartesiano ao longo dos últimos séculos, faz sentido esperar que experiência estética possa nos ajudar a recuperar a dimensão espacial e a dimensão corporal da nossa existência; faz sentido esperar que a experiência estética nos devolva pelo menos a sensação de estarmos-no-mundo, no sentido de fazermos parte de um mundo físico de coisas. Mas devemos desde logo acrescentar que essa sensação, pelo menos em nossa cultura, não terá nunca o estatuto de uma conquista permanente. Então, ao contrário, talvez seja mais adequado formular que a experiência estética nos impede de perder por completo uma sensação ou uma recordação da dimensão física nas nossas vidas. (id., ib., p. 25)

Não se trata de ignorar a dimensão do sentido, mas de passar a considerar também o lado da presença nos nossos cotidianos de vidas cartesianas. Na verdade, ao ponderar sobre os traços específicos que marcam os objetos da experiência estética [*Erleben*], veremos que eles “se caracterizam por uma oscilação entre efeitos de presença e efeitos de sentido” (id., ib., p. 136). O que o autor parece propor é um exercício de percepção das experiências mais sensoriais e corporais do cotidiano, que busque ampliá-las para que outros sentidos sejam construídos com base na materialidade dos Efeitos de Presença. E é isso que essa análise se propõe a fazer,



utilizando como corpus coberturas feitas pelos coletivos de mídia CMI (Centro de Mídia Independente)<sup>5</sup>, Mídia Ninja<sup>6</sup> e Peixe Ninja SP<sup>7</sup>.

### **“Presença” nas manifestações**

Um levante popular surpreendente, especialmente mobilizado pelas redes sociais eletrônicas. Milhares de brasileiros nas ruas com reivindicações das mais variadas possíveis. Da esquerda à direita, as pautas demonstravam insatisfações gerais com políticos, governos, instituições, etc: com o sistema representativo de forma geral. Nenhum líder, partido, grupo ideológico capitaneando as manifestações. Uma polícia cada vez mais repressora, abusando da violência institucional sem critério. Black Blocks dividindo opiniões quanto à sua atuação na proteção aos manifestantes contra a polícia e aos ataques a símbolos máximos do capitalismo. Esse é o contexto no qual os midiativistas produziram as narrativas aqui referenciadas.

Ao acompanhar as transmissões, é possível perceber que a postura dos midiativistas é a de quem está disposto a vivenciar os acontecimentos como qualquer outro manifestante e, sem muitas regras, ir descrevendo o que presencia e conversando com quem passa e assiste, num fluxo contínuo guiado pelo ritmo da manifestação. Como outros corpos da multidão, estão expostos à imprevisibilidade dos acontecimentos, aos conflitos com a polícia, à catarse coletiva. E, munidos com celulares conectados à internet, seu “terceiro olho”, têm a mobilidade necessária para dividir com o público, de maneira muito particular, toda a carga de emoções experienciada nas ruas.

Em um ambiente dessa natureza e no lugar que se propõe ocupar, o midiativista está sujeito a situações inesperadas, de grandes impactos, próximas do que Gumbrecht (2010) chama de “momentos de intensidade”, sob os quais somos tomados por fortes sensações, muitas vezes raras, sem necessariamente apreender algo delas.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<http://us.twitcasting.tv/cmario>>. Acesso em 6 de jul de 2015.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://us.twitcasting.tv/midianinja>>. Acesso em 6 de jul de 2015.

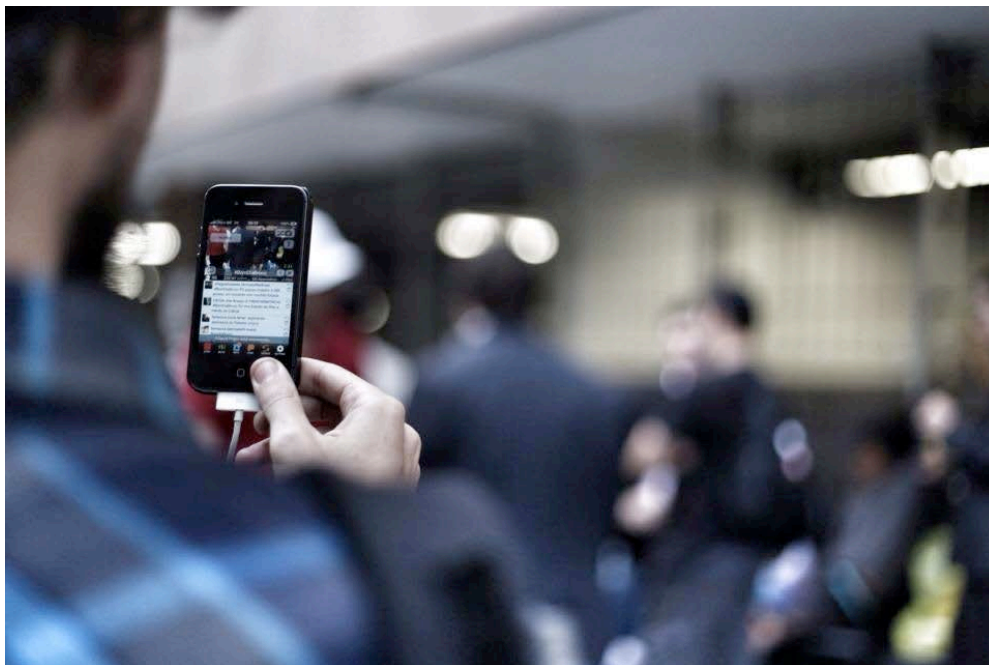
<sup>7</sup> Disponível em: <<http://twitcasting.tv/peixeninjaspmovie/18169788>>. Acesso em 6 de jul de 2015.

Não existe nada de edificante em momentos assim: nenhuma mensagem, nada a partir deles que pudéssemos, de fato, aprender – por isso, gosto de me referir a esses momentos como “momentos de intensidade”. Provavelmente porque o que sentimos não é mais do que um nível particularmente elevado no funcionamento de algumas de nossas faculdades gerais, cognitivas, emocionais e talvez físicas. A diferença que faz esses momentos parece estar fundada na quantidade. E gosto de combinar o conceito quantitativo de “intensidade” com o sentido de fragmentação temporal da palavra “momentos”, pois sei – por muitos momentos frustrantes de perda e de separação – que não existe modo seguro de produzir momentos de intensidade, e é ainda menor a esperança de nos agarrar a eles ou de prolongar a sua duração. (GUMBRECHT, 2010, p.127)

Quando se dispõe a transmitir, num formato audiovisual, a própria vivência no contato com outros manifestantes, na correria da multidão, diante da possibilidade de inalar gás lacrimogênio, levar spray de pimenta nos olhos ou apanhar e até ser preso pela polícia, o midiativista exibe uma autoperformance, na qual seu corpo, estendido pelo aparato tecnológico, é o meio que permite apresentar os fatos e atua como objeto da experiência estética.

No intuito de comunicar, submete-se à intensidade de momentos propagadores de um apelo específico, que nos motivam a “(...) expor nossos corpos e nossas mentes ao seu potencial... certas sensações de intensidade que não encontramos nos mundos histórico e culturalmente específicos do cotidiano em que vivemos” (id., ib., p. 124). Algo como o maravilhamento, muitas vezes inexplicável, compartilhado no momento de cartarse em que uma multidão parece se unir em um só corpo. Um tipo de adrenalina que rompe medos, fragilidades e encoraja a seguir em frente, independente do que virá.

Nessa autoperformance materialista do midiativista, o celular exerce papel fundamental tanto por ser o objeto que permite a difusão das imagens/sons e o contato com a audiência conectada, quanto porque estimula e até define a essência da linguagem construída nessa experiência estética. A descrição do celular-câmera e sua praticidade deixam a cobertura midiativista próxima do invisível e potencializam a capacidade de mobilidade e ação de quem cobre. Esse acoplamento corpo-máquina funciona como uma ampliação das funções motoras do midiativista agregando-o a aptidão de homem-mídia, que carrega uma certa excitação por vivê-la.



**Imagem 1** – Visão da tela do aplicativo pela qual o midiativista divide a atenção entre transmitir os fatos e interagir com a audiência

Para Hans Gumbrecht (2010), perceber a interferência dos objetos significa “não limitar a análise da experiência estética ao receptor e aos investimentos mentais que ele pode fazer, pois aparentemente esses investimentos e seus resultados vão depender, pelo menos em parte, dos objetos de fascínio que começaram por ativá-los e evocá-los” (p.129). As imagens geradas a partir de um celular, por exemplo, terão como resultado a influência da instabilidade de um aparelho móvel, pequeno, leve e com certa limitação para essa função, assim como o rastro natural do movimento do corpo e das habilidades despertadas por ele em quem o manuseia. Logo, se as imagens causarem certo fascínio nos espectadores, necessariamente isso também estará relacionado à dimensão material que as antecede, as permite existir.

As emissões são singulares como o próprio imprevisível dos acontecimentos nas ruas e ao mesmo tempo fazem emergir figuras de linguagem, gestos e atos cinematográficos recorrentes: uma instável câmera subjetiva, câmera cega, o oscilante dispositivo de câmera/celular anômala, narração em direto imprevisível, autoperformance, planos-sequências extensos, edição na própria câmera. Arriscaríamos dizer que nessas imagens a estética pode ser pensada como um “resto”, o que sobra, o que sobrevive de uma intensa intercomunicabilidade expressiva... São imagens que carregam a marca de quem afeta e é afetado de forma violenta,

colocando o corpo/câmera em cena e em ato. A sobrevivência das imagens e sua captação está diretamente colada à sobrevivência de um corpo, de um animal-cinético, que filma enquanto combate e foge, enfrenta inimigos... (BENTES, 2014, p. 333)

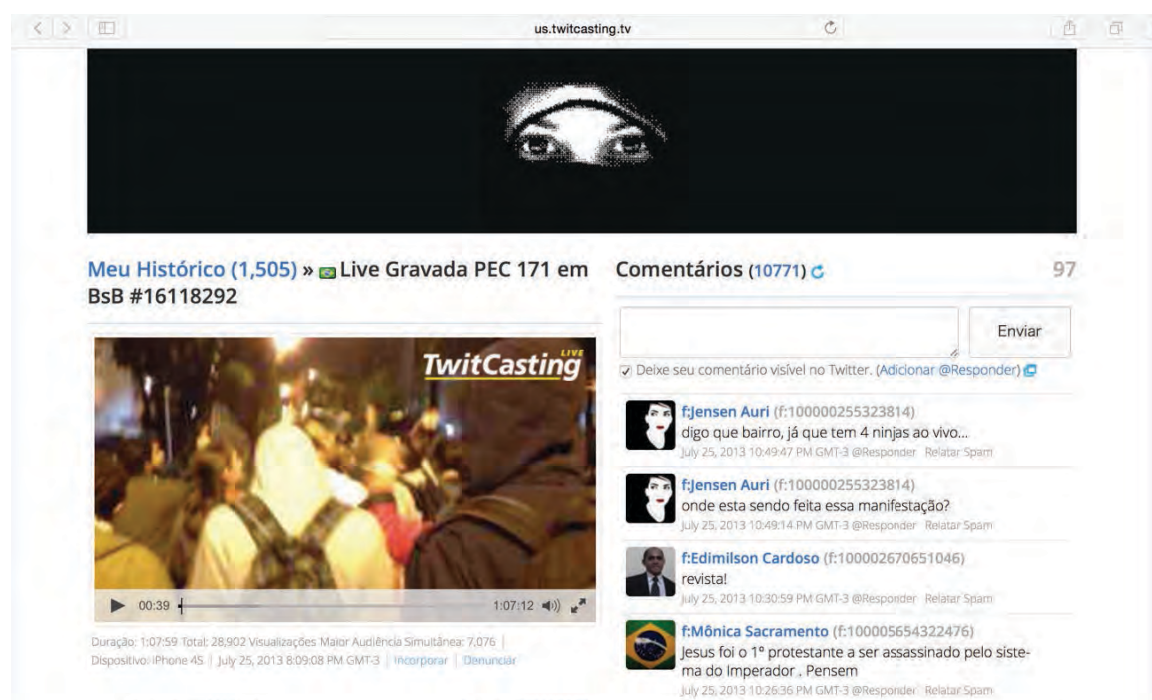
Apesar de se propor reportar os fatos do acontecimento em pauta, não é característica marcante nessa prática midiativista a necessidade de levar informações altamente palatáveis e didáticas ao espectador. As imagens fora de quadro, desfocadas e o som ambiente inconstante, confuso, estão longe de resultar em um produto limpo, antirruído, perfeitamente controlado e acabado, com a objetividade dos noticiários megaproduzidos do telejornalismo, por exemplo. Nesse contexto, a narrativa oral dos midiativistas, que mantem certa linearidade nas coberturas, parece ser o fio condutor dos sentidos resultantes da interpretação em meio aos borrões e aos barulhos não identificáveis do caos audiovisual. Por outro lado, esse componente resgata a tradição da oralidade perdida numa narrativa extremamente contemporânea, ressaltando a organicidade da voz como principal instrumento condutor da comunicação. Um claro exemplo da oscilação entre Efeitos de sentido e de Presença.

É essencial o argumento de que, nessa constelação específica, o sentido não ignorará, não fará desaparecer os efeitos de presença, e a presença física – não ignorada – das coisas (de um texto, uma voz, uma tela com cores, um drama interpretado por um grupo de teatro), em última análise, não reprimirá a dimensão de sentido... a tensão/oscilação entre efeitos de presença e efeitos de sentido dota o objeto de experiência estética de um componente provocador de instabilidade e desassossego. (GUMBRECHT, 2010, p. 137)

A Experiência Estética nos permite viver os componentes de sentido e de presença na sua tensão, mas o peso relativo dos seus objetos depende da sua materialidade, da sua modalidade mediática. Na leitura de um texto, por exemplo, a dimensão do sentido prevalece, mas também há nele “(...) modos de por em ação a dimensão na presença da tipografia, do ritmo da linguagem e até mesmo do cheiro do papel” (id., ib., p. 138). Nesse sentido, podemos perguntar: como é que um conteúdo audiovisual por vezes tão confuso consegue comunicar? Para além da oralidade, a exibição dessa experiência corporal muito própria, especialmente aguçada pela carga de realismo e imprevisibilidade proporcionada pela transmissão ao vivo, também



inclui a interação proporcionada pelo *chat*, disponível no template do Twitscating ao lado da janela de exibição do vídeo. Por meio dele, midiativistas e internautas interagem em tempo real, numa troca incessante, que vai sendo incorporada à narrativa em construção, na medida em que a transmissão ocorre. O espectador pode assistir e publicar comentários e conteúdos a partir da criação de um perfil, que o habilita a usar a rede social, assim como quem realiza a transmissão.



**Imagem 2** – Interface do site do Twitscating na visão do espectador, com a tela de exibição do vídeo e o *chat* lado a lado

Não se trata apenas de receber um relato sobre os fatos – pronto e empacotado a partir de visões pré-estabelecidas, mas de participar da sua apuração e construção, em coautoria, abrindo frente para o imprevisível, outros entendimentos de mundo. Essa funcionalidade altera, de forma singular, a interação entre quem produz e quem consome conteúdo informativo, trazendo todos os atores para a ação narrada. O espectador tem a sensação de estar no lugar dos acontecimentos, presenciá-los, testemunhá-los junto com o midiativista. Algo como uma das condições estruturais da



situação de “insularidade”<sup>8</sup> descrita por Gumbrecht, na qual se é “arrebataado pela “relevância imposta”... o súbito aparecimento de certos objetos de percepção desvia a nossa atenção das rotinas diárias em que estamos envolvidos e, de fato, por um momento, nos separa dela” (GUMBRECHT, 2010, p. 132). Aqui, as funcionalidades da interface da ferramenta cumprem o papel de extensão corporal da audiência, assim como ocorre na relação do midiativista com o celular: as sensações podem ser tão reais, que é como se pudesse sentir tal realidade através da tela de exibição, do toque dos teclados. Ou seja, a interação com quem realmente está vivendo as sensações das cenas exibidas também permite captar suas mensagens de outros modos, que não pelas suas clareza e nitidez.

### **Considerações finais**

Nesse sentido, percebemos que a essência da estética do produto audiovisual desse perfil de cobertura – a Experiência Estética - é resultado da exposição extrema do corpo do midiativista no contexto “de ação” e da sua relação com a tecnologia usada para a produção das imagens. Essa Estética é a tradução audiovisual da experiência vivida por ele em campo, na qual a audiência conectada “é inserida” através das funcionalidades do ambiente de transmissão. A carga de imprevisibilidade e de intensidade que caracterizam os “Efeitos de Presença” vividos pelo emissor são extremamente atraentes aos receptores, que também conseguem “sentir” profundamente tais “efeitos”. Em ambas situações a experiência dos atores passa pela potencialização de uma base mais sensorial e pela extensão tecnológica à qual estão ligados. E ainda que haja uma oscilação entre as produções de sentido e de Presença, trata-se de um experimento no qual a dimensão material é fundamental no resultado do processo comunicacional, podendo, talvez, indicar a construção de outras formas de entendimento, de percepção de mundo.

---

<sup>8</sup> Conceito desenvolvido por Mikhail Bakhtin ao analisar a cultura carnavalesca. “Insularidade” parece trazer conotações menos historicamente específicas do que o conceito de “autonomia estética”- no qual a distância do cotidiano já é interpretada como um ganho de independência subjetiva. Disponível em GUMBRECHT, 2010, p. 130.

## Referências Bibliográficas

BENTES, Ivana. **Estéticas Insurgentes e Mídia-Multidão**. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p. 330-343, maio 2014. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/704/479>. Acesso em: 16 jul. 2015.

CASTAÑEDA, Marcelo. “**As manifestações de 2013: imbricamentos sociotécnicos e perspectivas**”. CAVA, Bruno. COCCO, Giuseppe. Amanhã vai ser maior: o levante da multidão no ano que não terminou. São Paulo: Annablume, 2014.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da internet**. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto. 2012.

GUMBRECHT, Has Ulrich. **Produção de Presença: o que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2010.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social: uma introdução à teoria Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012.

LE MOS, André. **A Comunicação das Coisas. Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede** – Etiquetas de Radiofrequência em Uniformes Escolares na Bahia. SimSocial – Simpósio em Tecnologias Digitais e Sociabilidade, Salvador (BA). Outubro de 2012. Disponível em: <http://www.seminariosmv.org.br/textos/Andre%20Lemos.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2015.

MALINI, F. AUTOUN, H. **A Internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

## **Jogo e riso<sup>1</sup>** O Coringa e o uso da cidade

Nicholas Andueza<sup>2</sup>

### **Resumo**

A partir do filme *Batman: o cavaleiro das trevas* (2008), de Christopher Nolan, pretende-se analisar como o conflito entre os personagens Batman e Coringa reflete numa disputa pela cidade. Se a função do super-herói é conservar a ordem vigente, sua práxis está voltada para a manutenção do *status quo*. Em contraposição, o vilão provoca deslocamentos por meio do jogo para minar a autoridade do homem morcego, abrindo a possibilidade de uma cidade sem a supremacia bélica de Batman. Contudo, o próprio Coringa admite que inexistiria sem Batman. Tal contradição aponta que o direito à cidade de Gotham só é possível quando a disputa herói-vilão não mais subjugar esse espaço. Assim, não se trata de optar entre Batman ou Coringa, mas de usar seu embate no processo reflexivo para a emancipação da cidade.

### **Palavras-chave**

Batman; Coringa; Jogo; Riso; Cidade.

### **Corpo do artigo**

### **Introdução**

Ao se pensar no personagem Coringa, da DC Comics, seu sorriso perverso é uma das primeiras imagens a vir à tona. De alguma forma esse sorriso ambíguo e indecifrável capta toda uma postura que torna o vilão tão específico frente a outros personagens da superaventura. Essa especificidade está na forma com que o Coringa

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 - Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, PUC-Rio, onde também se graduou em Comunicação Social - Cinema. Orientação: Andréa França. Email: nicholasandueza@gmail.com.

afronta seu arquinimigo: se Batman incorpora em sua estrutura a linearidade tecnicista do progresso por meio de metas e projetos, o vilão traça um percurso não-linear e caótico, substituindo o siso pelo riso e lançando mão do jogo em vez de lutar por objetivos definidos. A dinâmica estruturalmente antitética entre herói e vilão fica particularmente clara no filme *Batman: o cavaleiro das trevas* (2008), de Christopher Nolan, segundo longa da trilogia Batman,<sup>3</sup> que é tomado aqui como objeto de análise.

Quando se fala em jogo, entretanto, deve-se ter em mente uma espécie de duplo sentido – significando tanto uma dupla acepção quanto um duplo direcionamento. Ao longo deste artigo são trabalhadas duas definições de jogo distintas entre si, mas que dialogam plenamente uma com a outra. A primeira a ser abordada é aquela proposta por Giorgio Agamben em *Profanações* (2007), segundo a qual jogo é o que profana, ou seja, o que devolve ao uso comum, já que o espaço do sagrado é o lugar em que o livre uso é interditado, por ser propriedade da divindade. Para o autor, o sagrado está sempre marcado pela separação, e a separação, pelo sagrado. Uma vez que a secularização mantém as separações, apenas transportando-as de uma natureza celeste para uma terrena, esse processo ligado à modernidade não profana, pelo contrário, dá continuidade à máquina sacrificial.<sup>4</sup> Assim, a profanação por meio do jogo se torna, em Agamben, uma possibilidade de cancelar dispositivos de poder instituídos (ou sacralizados e sacralizantes). Em relação a esta acepção, o direcionamento do jogo parte do Coringa ao interlocutor: a todo o momento esse vilão problematiza o herói e o sistema que o envolve, expondo contradições com o intuito de cancelar sua legitimidade (ou sacralidade).

A segunda acepção é aquela trabalhada por Jacques Rancière (2002 e 2004), que, baseado num pensamento de Schiller sobre a necessidade do jogo para a

<sup>3</sup> O primeiro filme é *Batman begins* (2005) e o terceiro é *Batman: o cavaleiro das trevas ressurgue* (2012), todos do mesmo diretor.

<sup>4</sup> Dito de outra forma pelo próprio Agamben: “É preciso (...) fazer uma distinção entre secularização e profanação. A secularização é uma forma de remoção que mantém intactas as forças, que se restringe a deslocar de um lugar a outro. Assim, a secularização política de conceitos teológicos (a transcendência de Deus como paradigma do poder soberano) limita-se a transmutar a monarquia celeste em monarquia terrena, deixando, porém, intacto o seu poder.” (AGAMBEN, 2007, p.68). A “máquina sacrificial” é o conjunto de dispositivos que promove o sacrifício, a separação.

realização plena da condição humana, defende o que chama de “livre jogo” do espectador frente à impossibilidade de apropriação de uma obra de arte cuja aparência é livre (autônoma). Esse jogo é uma postura de contemplação ativa exigida pela obra, fazendo parte de sua experiência estética. Ao analisar a economia entre a livre aparência da obra e o livre jogo do espectador, Rancière pretende demonstrar que os conceitos de autonomia (bastar-se em si) e heteronomia (relacionar-se com o outro) estão essencialmente conectados, já que é justamente a indecidibilidade da obra que produz a maneira pela qual ela se insere em um contexto determinado e também o modo como os espectadores interagem (jogam) com ela. Em outras palavras, a autonomia da obra dá margem à sua heteronomia. Neste sentido de jogo, o direcionamento é do interlocutor ao Coringa, já que a imprevisibilidade da performance do vilão exige o livre jogo por parte de seu espectador, para que se tente dar conta dele.

É certo que ao longo do artigo os conceitos serão desenvolvidos de modo mais claro e consistente, mas é possível perceber desde já que a estrutura essencial do Coringa pode ser vista sob a ótica do jogo, o qual, sugere-se, confere ao vilão sua potência e sua especificidade. O personagem está, portanto, intimamente conectado a essa dinâmica dupla: não apenas em sua ação direta e profanatória (Agamben), mas também na forma pela qual deve ser ativamente contemplado, por meio do livre jogo (Rancière). Ou seja, ele não só joga como convida a jogar. E talvez seja no indecifrável sorriso do vilão que esses dois polos se encontrem. O presente artigo é sobre como esse encontro se pronuncia no filme de Christopher Nolan e sobre como o embate travado entre o vilão e o herói dizem respeito à emancipação e ao uso comum da cidade.

### **Jogo e profanação**

*Batman: o cavaleiro das trevas* começa com um assalto a banco planejado pelo vilão. Os ladrões estão todos com máscaras de palhaço. Durante o roubo, eles vão se matando um a um: fica sugerido que o próprio Coringa teria falado com cada



um separadamente para que matassem um companheiro de trabalho – assim, poderia se argumentar, sobraria mais dinheiro na hora de repartir os ganhos. O que acontece é um efeito dominó em que, ao mesmo tempo, o banco é roubado com sucesso e os assaltantes acabam todos mortos; menos um deles: o próprio Coringa, que também havia posto máscara de palhaço para se misturar anonimamente aos outros. Ao final do golpe, um gerente ferido, reclamando da perda de valores na sociedade (inclusive entre mafiosos), pergunta insistentemente em quem aquele criminoso sobrevivente acreditava. Nesse instante o vilão surpreende o funcionário ao tirar a máscara de palhaço e se mostrar Coringa, dizendo: “eu acredito que o que não te mata te torna mais estranho”. Em seguida ele foge num ônibus escolar preparado, que se mescla entre outros veículos idênticos.

Desde a primeira fala, o Coringa demonstra sua natureza jocosa. Na verdade, a frase supracitada parafraseia um ditado popular: “o que não te mata te torna mais forte”. A substituição de “forte” por “estranho” é eloquente tanto em relação à origem do vilão quanto à sua disputa com o herói. Na versão clássica,<sup>5</sup> o Coringa passa a existir depois de uma tentativa de roubo mal sucedida, em que ele cai acidentalmente em um grande tonel de produtos químicos. Por sorte ele sobrevive, mas a química com que entrou em contato o deforma e enlouquece – aquilo que não o matou de fato o tornou mais “estranho”. No filme de Nolan, contudo, a origem do vilão não é definida, ele conta versões diferentes.<sup>6</sup> De qualquer modo, em todas as histórias narradas acontece algo semelhante: há uma violência brutal que traça as feições ridículas e, a partir daí, surge o Coringa – ganhando seu sorriso mórbido e enlouquecendo de vez (o sorriso está sempre na gênese do vilão, intimamente ligado à sua violência). Em relação à disputa com o herói, se o *caos* promovido pelo Coringa está marcado por sua *estranheza*, é possível deduzir que a *ordem* mantida por Batman está imbuída de *força*, já que nessa paráfrase a substituição de um termo pelo outro

<sup>5</sup> *A piada mortal* (1988), de Alan Moore, é um exemplo dos quadrinhos que conta a história da queda no tonel de químicos. O célebre filme *Batman* (1989), de Tim Burton, também conta essa versão.

<sup>6</sup> A origem do vilão no filme, embora não definida, é certamente diferente daquela vista nos quadrinhos: nestes, o sorriso advém de uma contração muscular anormal que ocorre por conta dos produtos químicos, ao passo que, no longa de Christopher Nolan, o sorriso é formado por cicatrizes.

também sugere uma espécie de oposição entre eles. Portanto, além de uma alusão enigmática à origem do vilão, fica anunciado desde então o embate antitético entre uma ação anárquica destrutiva e uma manutenção da ordem pela força. Tudo dito a partir de uma simples troca de palavras.

Assim, fica claro que com o exemplo dessa primeira frase já é possível apreender melhor a noção de jogo trabalhada por Agamben, enquanto meio de profanação do sagrado (AGAMBEN, op. cit., p.67). Em sua análise, o autor coloca duas funções específicas do jogo, uma delas sendo exatamente o jogo de palavras, o *jocus*, e a outra sendo *ludus*, o jogo de ação. Neste ponto, o filósofo se baseia em escritos de Émile Benveniste, e afirma que o jogo (enquanto *jocus* e *ludus*) ao mesmo tempo provém da esfera do sagrado e representa sua inversão. Essa inversão viria pelo fato de que, se a potência do sagrado “reside na conjunção do *mito* que narra a história com o *rito* que a reproduz e a põe em cena”<sup>7</sup> (Idem), então:

O jogo quebra essa unidade: como *ludus*, ou jogo de ação, faz desaparecer o mito e conserva o rito; como *jocus*, ou jogo de palavras, ele cancela o rito e deixa sobreviver o mito. “Se o sagrado pode ser definido através da unidade consubstancial entre o mito e o rito, poderíamos dizer que há jogo quando apenas metade da operação sagrada é realizada, traduzindo só o mito em palavras e só o rito em ações.” (Idem)

Como foi visto em relação à primeira fala do Coringa no filme, ocorre ali um jogo de palavras que parte do sagrado: parte de um ditado popular já instituído mítica e ritualisticamente por uma sugestão de “lei do mais forte” – que, dentro de um filme do Batman, se traduz na dinâmica capitalista, marcada pela concorrência e por aquilo que David Harvey chama de “destruição criativa” (HARVEY, 2014, p.49), em que se destrói para se construir, ou seja: há constante violência para se crescer em força (e capital). Ao se pensar no Batman, é certo que o ditado na forma original caracteriza seu princípio de fortalecimento, pois o super-herói enfrenta males e fica de fato cada vez mais forte, e os avanços técnicos talvez sejam a evidência mais clara desse

---

<sup>7</sup> Grifos feitos pelo autor deste artigo.

aumento de força – porque o homem morcego personifica o próprio progresso tecnicista e bélico, marcado pela destruição criativa capitalista. É o que acontece no longa em questão, quando se produz um novo uniforme, mais adequado à ação; ou ainda no terceiro filme da trilogia, *Batman – o cavaleiro das trevas ressurgue* (2012), em que além do bat-móvel o herói adquire uma bat-nave, tornando-se capaz de sobrevoar a cidade de Gotham. E mais: é possível estabelecer uma ligação do ditado à própria origem de Batman, que se dá no encontro de Bruce Wayne, ainda jovem, com uma revoada de morcegos assustadores; a violência do medo o traumatiza, contudo, mais tarde, ele inverte esse medo e se torna mais forte, virando o super-herói. Isso sem mencionar sua motivação para combater o crime: a morte dos pais.

Visto dessa forma, o homem morcego está de acordo com o rito e com o mito de uma “lei do mais forte”, tornando-se, portanto, uma espécie de representante sagrado dessa realidade. Enquanto tal, ele conjuga mito e rito: o primeiro colocado pela sustentação ideológica (como o próprio ditado na forma original, por exemplo), o segundo, pela prática da violência (do “bem”) contra a violência (do “mal”). Assim sendo, percebe-se que, consubstancialmente unidos, mito e rito se justificam mutuamente, o que torna difícil deslocá-los um do outro – é então que constituem o sagrado. A prática da violência justifica a noção de que a cada novo ataque se deve ficar mais forte, e esta noção por sua vez justifica a prática da violência. Ou seja, por mais agressivo que o Batman possa ser, ele estará sempre do lado da violência “do bem”, a que é legitimada pelo mito. A legitimidade do homem morcego é também sua sacralidade, e vice versa.

Em contrapartida, quando o Coringa se apropria da frase e a subverte num *jocus*, ele profana toda a lógica supracitada, desligando a união consubstancial entre rito e mito e abrindo caminho para novas possibilidades. Assim, uma vez que a legitimidade do super-herói está assegurada na lei do mais forte, garantida e mantida tanto pelo ditado (mito) quanto pela práxis violenta (rito), quando o Coringa subverte essa pequena frase (*jocus*) e pratica essa subversão (*ludus*), ele profana não somente a frase como também o Batman, e não somente o Batman como o próprio discurso que o sustenta – discurso esse que pode ser inclusive partilhado pelo espectador do filme.

Mais que isso: no exato momento do desligamento da consubstancialidade entre mito e rito, fica problematizada a legitimidade de Batman ser o guardião maior da cidade de Gotham por meio da força, e então se abre a possibilidade de uma *restituição da cidade ao uso comum* – que é o resultado do ato de profanar (AGAMBEN, op. cit., p. 71).

Contudo, Giorgio Agamben deixa claro que essa possibilidade de uso comum não é um simples retorno a um uso natural anterior, de antes da separação feita no sacrifício.<sup>8</sup> Na verdade, “[o jogo] desvia a humanidade da esfera do sagrado, mas sem a abolir simplesmente. O uso a que o sagrado é devolvido é um uso especial, que não coincide com o consumo utilitarista” (Ibidem, p.67). Inclusive é possível argumentar, como faz o próprio Agamben, que esse uso é na verdade oposto ao consumo, este último ligado ao abuso: *ab - usus*, como ressalta o filósofo, ou seja, negação do uso (Idibem, p.72). O consumo é abuso na medida em que se baseia na propriedade; o uso, pelo contrário, “é sempre relação com o inapropriável, referindo-se às coisas enquanto não se podem tornar objeto de posse” (Idem) – isso porque a instituição da propriedade realiza um sacrifício, separando um objeto e abstendo-o do uso comum.

Esse conceito de *uso* aplicado ao espaço urbano (“uso comum da cidade”) pode ficar mais claro com a forma como David Harvey descreve a noção de “direito à cidade”. Apesar do direito na sociedade capitalista estar intimamente ligado à noção de propriedade (que, como visto, é contrária a possibilidade de uso), Harvey vai distinguir aquilo que ele designa “direito à cidade” da simples apropriação de bens materiais. Ele reconhece que “os conceitos em vigência são individualistas e baseados na propriedade, e, como tais, em nada contestam a lógica de mercado hegemônica liberal e neoliberal” (HARVEY, op. cit., p.27), de modo que propõe uma natureza diferente de direito:

A questão do tipo de cidade que queremos não pode estar separada da questão do tipo de pessoas que queremos ser, que tipos de relações sociais buscamos, que relações com a natureza nos satisfazem mais, que estilo de vida desejamos levar, quais são nossos valores estéticos. O direito à cidade

---

<sup>8</sup> O sacrifício é a operação que torna algo sagrado, procedimento inverso ao da profanação, portanto.

é, portanto, muito mais do que um direito de acesso individual ou grupal aos recursos que a cidade incorpora: é um direito de mudar e reinventar a cidade mais de acordo com nossos mais profundos desejos. Além disso, é um direito mais coletivo do que individual, uma vez que reinventar a cidade depende inevitavelmente do exercício de um poder coletivo sobre o processo de urbanização.” (Ibidem, p.28)

O autor identifica, portanto, que o direito à cidade passa por todas as esferas que a constituem e, essencialmente, passa pela necessidade constante de reinventá-la, ou seja, de *jogar* com ela a todo momento, provocando deslocamentos e assegurando seu *uso livre e comum* – tornando possível aproximar essa noção específica de direito da ideia de uso sinalizada por Agamben. Em contrapartida, fica evidenciado que a presença de Batman previne contra o uso. Os cidadãos de Gotham são livres para consumir e utilizar a cidade, mas não para *usá-la*. Se exercessem seu direito à cidade (“uso comum”), esta seria transformada de acordo com seus desejos coletivos, uma dinâmica incompatível com a existência do homem morcego, cujo aparato bélico ataca tudo aquilo que oferece perigo à ordem estabelecida (individualista, concentradora, lucrativa – baseada na lei do mais forte, lei do mercado). Esse herói, portanto, faz a manutenção da separação (do sagrado), combatendo as profanações do oponente por meio de sacrifícios.

Fica claro, então, que o jogo como meio de profanação pode provocar deslocamentos por vezes radicais, e que a destituição da autoridade bélica de Batman é um desses deslocamentos. A radicalidade neste caso advém do fato de que, para ocorrer uma tal deslegitimação do homem morcego, é necessário desarticular toda uma série de discursos e práticas que o sustentam, e esses discursos e práticas, esses mitos e ritos, englobam muito mais do que apenas o herói, chegando às múltiplas esferas do espaço urbano. Se o Coringa é uma ameaça ao senso comum e às coisas como estão, então ele se torna uma ameaça não só para o Batman, mas para toda a cidade.

Neste ponto vale destacar: é certo que o filme de Nolan é uma produção hollywoodiana de super-herói e tem o Batman como protagonista, ou seja, a



representação do vilão o torna o mais condenável possível; mas ao mesmo tempo, o gesto anárquico do Coringa de fato visa ao caos e à destruição, se distanciando dos tantos movimentos anarquistas, que pensam uma sociedade para além da greve geral, isso quando consideram a greve como saída possível – Proudhon, Bakunin, Malatesta, Kropotkin, Gandhi. Assim, esse vilão é uma potência puramente negativa, portanto não se trata de optar por estar ao lado do Coringa: nele, nada se constrói. Contudo, é justamente por meio dessa pura negatividade que ele é capaz de fazer frente ao poderio de Batman e jogar com ele. Mas a partir do jogo do Coringa, que abre possibilidades de restituição ao uso comum, é o espectador que deve tomar as rédeas e de fato restituir esse uso. O modo com que pode fazê-lo é por meio do *livre jogo*.

### **Livre jogo**

“O homem só é completamente humano quando ele joga”, e esse paradoxo é capaz “de suportar todo o edifício da arte do belo e da ainda mais difícil arte de viver”, cita Rancière (2002, p.133). Apropriando-se dessa frase de Schiller, o autor a reformula: “existe uma experiência sensória específica – a estética – que guarda a promessa ao mesmo tempo de um novo mundo da arte e de uma nova vida para indivíduos e a comunidade” (Idem). Desde já é possível perceber nesse pensamento um diálogo com a noção de jogo trazida por Agamben, já que, para Rancière, a experiência estética está ligada ao jogo e tem uma promessa de transformação. Com essa leitura, o filósofo francês pretende expor uma conexão intrínseca entre os conceitos de *autonomia* e *heteronomia* – vitais para se compreender a possibilidade do livre jogo e, por conseguinte, da restituição ao uso comum.

Em sua argumentação, Rancière oferece como exemplo o caso da estátua grega conhecida como Juno Ludovisi. Essa peça é a princípio autônoma, uma vez que ela se apresenta como livre aparência: “inacessível, indisponível aos nossos pensamentos, nossos objetivos e desejos”; mas paradoxalmente, “ao espectador é prometida a apropriação de um novo mundo por essa figura da qual ele não pode se apropriar de forma alguma” (Ibidem, p.136). Essa relação entre obra e espectador é o

que caracteriza a experiência estética e justamente o que conecta a autonomia (um bastar-se em si) e a heteronomia (um trocar com a alteridade). Em relação ao Coringa, mesmo ele se configurando como uma performance recente, e não uma estátua antiga, a descrição feita de Juno Ludovisi por Rancière se aplica de modo bastante acurado.

De fato, esse vilão é inapropriável, ao mesmo tempo em que a todo o momento instiga a apropriação de uma cidade sem Batman. Sua livre aparência, portanto, é o que ameaça o homem morcego e os dispositivos de poder, é também o que assusta, justamente por ser estranho e inapreensível. Dessa forma, a interação do espectador (e, frente ao Coringa, todos viram espectadores, seja o Batman, os personagens da narrativa ou quem assiste ao filme) com o vilão se dá pelo livre jogo – que é a parte heterônoma dessa situação, uma espectralidade ativa. Assim, se o Coringa é inapropriável por conta de sua livre aparência, e se o uso, segundo Agamben, é a relação com o inapropriável, então o que fica colocado é a necessidade de *usar o Coringa enquanto instrumento de profanação por meio do livre jogo*.

Essa necessidade tem uma natureza claramente política. Mas o sentido dado ao termo política aqui, dialogando com a definição de Rancière, é um pouco menos direto e mais amplo – consiste não somente em exercer e lutar pelo poder nas instituições representativas constitucionalmente instituídas, mas principalmente em:

reconfigurar a partilha do sensível que define o comum de uma comunidade, em introduzir nesse comum sujeitos e objetos novos, em tornar visível o que não era e em fazer serem compreendidos como falantes aqueles que não eram percebidos senão como animais barulhentos.  
(RANCIÈRE, 2004, p.38 e 39)

A ação profanatória do Coringa já promove esse tipo de deslocamento político, na medida em que, por meio de sua livre aparência, transforma a todos em espectadores, garantindo seu lugar de fala e saindo do lugar comum do vilão hollywoodiano, que tende a ser um “animal barulhento”, cujo discurso é necessariamente equivocado e dispensável. Se essa livre aparência abre ao livre jogo, o uso deste último deve ser político no sentido supracitado, o que significa explorar as

portas abertas pelos deslocamentos do Coringa – e não simplesmente optar por rejeitá-lo ou aceitá-lo. E, em pelo menos dois momentos do filme, o livre jogo é visível.

Em um deles, o super-vilão toma controle de duas barcas, uma contendo cidadãos livres e outra contendo criminosos condenados e presos, e faz um pequeno “experimento”, como ele mesmo chama. Ambas estão lotadas de explosivos e cada uma tem o controle que detona as bombas da outra. A premissa do jogo é perversamente simples: quem explodir o outro primeiro sai vivo, e se nenhum dos dois tomar uma decisão até determinado horário, as duas embarcações explodem. Enquanto na barca dos criminosos um dos prisioneiros joga o controle no mar, eliminando a dúvida de apertar ou não o botão, do outro lado os indivíduos livres fazem uma votação – criando uma eloquente alegoria com o sistema democrático. O desconcertante resultado da votação é uma maioria pela detonação dos explosivos da outra barca. No entanto, quando o voluntário a capataz dessa micro-democracia está prestes a apertar o botão do controle, sua expressão mostra um abalo na confiança que outrora detinha, então ele deixa de lado o controle e não explode a outra embarcação, surpreendendo o Coringa (é a única vez no filme em que ele fica realmente surpreso).

Neste caso, a ação do vilão é primeiramente baseada no *ludus*, no jogo de ação, por meio do qual ele ataca o controle das embarcações e profana assim o próprio sistema de organização e transporte da cidade – paralisando seu sagrado fluxo. Em seguida, quando ele propõe o jogo verbalmente aos passageiros, ele usa tanto o mecanismo do *ludus*, concedendo concretamente aos envolvidos o controle para eliminar o grupo opositor (lembrando que aqui a querela é cidadãos livres *versus* cidadãos condenados), desarticulando, assim, o monopólio da violência detido pelo Estado, quanto o mecanismo do *jocus*, na medida em que reafirma em tom irônico o mito da separação entre livres e condenados, chamando o primeiro grupo de “civis doces e inocentes” e o segundo de “escória de Gotham”. Fica claro neste ponto que o Coringa propõe o livre jogo: as populações das duas embarcações podem optar se explodem uma à outra ou se morrem uma pela outra – tomando a segunda opção, ambas jogam livremente e frustram as expectativas do vilão.

O segundo momento de livre jogo vem logo em seguida. O homem morcego encontra por fim o Coringa e os dois entram em combate, enquanto a situação nas barcas está acontecendo. O vilão parece ter conseguido imobilizar o herói, e o convida a assistir a decisão democrática dos cidadãos livres explodir perversamente os condenados. É então que ele mesmo se surpreende com o desfecho: ninguém explode ninguém. O Coringa então teria que explodir os dois grupos de pessoas para cumprir seu trato no jogo, contudo, antes de fazê-lo, ele pergunta ao Batman: “Você sabe como fiquei com essas cicatrizes?”. O tempo da pergunta é o que o homem morcego precisa para armar um contra-ataque, atirando o oponente do prédio e em seguida impedindo sua queda com um de seus aparatos, que o captura em pleno ar e permite pendurá-lo na estrutura do prédio. O vilão finalmente está imobilizado. Mas o diálogo entre os dois continua, e enquanto o Coringa está falando sobre o embate entre os dois, a câmera que o capta subverte a forma do filme, ficando de cabeça para baixo. Uma vez que o personagem está pendurado pela perna, nesse novo enquadramento ele fica como se estivesse em pé, mas com a estranheza de uma gravidade invertida.

Esse movimento da câmera é uma execução formal que contradiz o próprio filme, todo realizado numa linguagem que não comporta experimentações com diferentes ângulos de câmera. O que acontece nesse instante é que, arrebatada pela livre aparência do vilão, a câmera promove ela mesma um livre jogo, provocando uma transformação espacial ao explorar esteticamente a situação: quando fica de cabeça para baixo, ela inverte a própria realidade que capta, e com isso sugere uma impossibilidade de domar o vilão, que mesmo quando capturado e pendurado, continua “de pé”, em toda a sua potência. Tipicamente, ao final do filme, um vilão hollywoodiano é morto pelo herói, mesmo que apenas simbolicamente. Neste caso específico, a captura não deixa de ocorrer, mas o vilão não morre – nem simbolicamente. O que a câmera faz através da inversão, é tomar consciência desse fato e expressá-lo aos outros espectadores. Em contrapartida, é justamente porque o aparato se inverte e inverte a própria materialidade da imagem que o vilão continua “de pé”, ou seja, sem o livre jogo da câmera, a livre aparência do Coringa não aconteceria, e ele teria sido de fato capturado.

Nos dois momentos utilizados para a análise (o das barcas e este último), fica claro um *ponto de contato entre a autonomia e a heteronomia* – como propõe Rancière. Isso é particularmente relevante ao presente artigo, na medida em que essa conexão é o que vai viabilizar o *uso dos deslocamentos provocados pelo Coringa em favor de uma busca pelo direito à cidade*, e esse uso depende diretamente tanto da participação ativa, livre e comum na experiência estética, quanto da autonomia inscrita na performance do personagem, que é o único capaz de enfrentar Batman por conta dessa potência autônoma – o cidadão comum, sozinho, não tem autonomia suficiente para enfrentar o herói. Como foi visto, o livre jogo tem a ver com uma exploração das possibilidades, e não com uma atitude binária de rejeitar ou não o vilão; por sua vez, explorar as possibilidades só é possível pelo ponto de intercessão entre autonomia e heteronomia, proveniente da dinâmica entre livre aparência e livre jogo.

Quando o cidadão da barca decide livremente por não apertar o botão, a decisão vem a partir de uma interação, de uma complexa experiência sensorial: ele experimenta explicitamente a vontade de eliminar a outra barca, mas descobre por conta própria que é capaz de decidir por não fazê-lo, mesmo que a própria vida dependa dessa opção. Ele decide não explodir a outra embarcação mesmo quando uma decisão positiva estava legitimada pela votação feita antes, ou seja, de algum modo ele profanou aquele microssistema e jogou livremente com o Coringa, explorando-o e surpreendendo-o. Da mesma forma, a postura da câmera sugere essa exploração: ela desloca a própria forma do filme e a profana, impedindo a morte simbólica do vilão e lhe dando espaço de fala e visibilidade. Trata-se, portanto, de um *uso da figura inapropriável do vilão para restituir o próprio embate entre ele e Batman ao uso comum, coletivizando a disputa pela partilha do sensível na cidade*.

## Conclusão

De volta ao sorriso, é possível delineá-lo agora com mais clareza. Fruto e fonte de uma violência estranha e de uma estranheza violenta, a meia lua cravada na



face do vilão sintetiza sua condição complexa. Esse sorriso remete à completa irreverência do personagem, que por sua vez faz alusão à sua autonomia. Contudo, o sorriso estará sempre lá, porque é cicatriz: sua autonomia é também sua fatalidade. Assim sendo, talvez o Coringa ria porque é totalmente livre, mas também porque está fadado a isso. O sorriso-cicatriz que veste o constante riso do vilão marca essa natureza contraditória, que já foi observada por Baudelaire:

O riso é satânico e portanto é profundamente humano. É no homem uma consequência da ideia de sua própria superioridade; e, com efeito, como o riso é essencialmente humano, é essencialmente contraditório, isto é, é sinal de uma grandeza infinita ao mesmo tempo de uma miséria infinita, miséria infinita relativamente ao Ser absoluto cuja concepção possui, grandeza infinita relativamente aos animais. É do choque permanente entre esses dois infinitos que se solta o riso. (BAUDELAIRE, 2006, p.37 e 38)

A concepção do riso como possuidor de uma qualidade satânica faz referência direta ao imaginário cristão, cuja figura central de culto (o próprio Cristo) jamais riu: “o verbo incarnado conheceu a cólera, conheceu até as lágrimas”, mas não o riso (Ibidem, p. 33). Além disso, também a atitude ridente está vinculada à loucura e à fraqueza, uma vez que “o cômico desaparece diante do ponto de vista da ciência e do poderio absolutos” (Idem). E por meio dessas duas colocações fica claro que relação antitética entre Batman e Coringa está sintetizada pelo riso de um e pelo riso do outro: o herói justifica sua “bondade” por meio de uma manutenção do sagrado através do sacrifício, o qual realiza por meio de seu aparato bélico-científico e com uma visão de mundo baseada no progresso tecnicista e racionalista, visando à ordem pela força; em oposição radical, o vilão está vinculado ao “mal” e, portanto ao satânico, sua loucura e aparente fraqueza se subvertem através da estranheza em potência destruidora do sagrado por meio da profanação, move-se de maneira poderosamente intuitiva e se constitui um “agente do caos”, como ele mesmo coloca.

Paradoxalmente, uma tal radicalidade antitética sugere, na verdade, não um completo distanciamento, e sim uma consubstancialidade: é como se um fosse reflexo do outro em negativo. Essa condição dos dois serem lados diferentes da mesma

moeda impede que um saia vitorioso e o outro derrotado, porque se o herói mata o vilão definitivamente, ele já não tem mais sentido de ser, e vice versa. Essa tensão é admitida pelo próprio Coringa, que ao final do filme (quando a câmera fica de cabeça para baixo) aponta para o fato de que o Batman não o mataria por conta de uma seriedade ética e ele não mataria o Batman porque se diverte com o herói.

Pensando nessa inversão especular entre ambos, deve-se trazer à tona dois pontos: embora o Coringa tenha a condição satânica da vilania, é Batman quem separa a cidade de seus habitantes, é ele quem divide um espaço de desigualdades por meio da manutenção do sagrado, e o nome Diabo, vem de *diabolos*, que em grego significa divisão (vale aqui apontar o título de “cavaleiro das trevas” e os chifres de sua fantasia de morcego); por outro lado, movendo-se na potência de sua intuição, o vilão é capaz de prever praticamente tudo o que acontece no enredo, o que sugere que sua capacidade de ordenar o caos e planejá-lo seja ainda mais aguçada e absolutista que a do herói. Aqui novamente fica clara a urgência do espectador tomar a frente e *usar* o embate entre os dois para pensar a cidade, frustrando ambos os personagens e explorando essa disputa sem cair nela: só então a cidade é restituída ao uso comum – quando não for mais subjugada nem pelo Batman, nem pelo Coringa.

## **Bibliografia**

AGAMBEN, Giorgio. *Profanações*. São Paulo: Boitempo, 2007.

BAUDELAIRE, Charles. *A invenção da modernidade*: sobre arte, literatura e música. Lisboa: D'Água Editores, 2006.

HARVEY, David. *Cidades rebeldes*: do direito à cidade à revolução urbana. São Paulo: Martins Fontes – selo Martins, 2014.

RANCIÈRE, Jacques. *Malaise dans l'esthétique*. Paris: Galiléé, 2004.

\_\_\_\_\_. The aesthetic revolution and its outcomes: emplotments of autonomy and heteronomy. *New Left Review*, n. 14, p.133-151, mar./abr. 2002.

**Formação do mercado de cinema no Brasil<sup>1</sup>**  
**Primórdios da distribuição de filmes nas primeiras décadas do século**  
**20**  
**Pedro Butcher<sup>2</sup>**

**Resumo**

Esse artigo é uma apresentação de minha pesquisa de doutorado, que tem como objetivo mapear a formação do mercado cinematográfico no Brasil nas primeiras décadas do século 20, com foco específico na instalação das primeiras filiais dos grandes estúdios estadunidenses no país. Como se deu este processo exatamente? Como e por quê os estúdios americanos se prepararam para sua expansão internacional? De que maneira a chegada dos estúdios no Brasil estabeleceu novas práticas e moldou o negócio do cinema no país? E qual terá sido o possível impacto dessas novas práticas na produção cinematográfica nacional?

**Palavras-chave**

cinema; história do cinema; indústria cinematográfica; distribuição

**Introdução**

Assim como em outros países onde o cinema desembarcou em seus primeiros anos, a projeção paga de filmes no Brasil se iniciou de maneira itinerante, convivendo com outras formas de entretenimento e movimentando-se por espaços de diversão pública como parques, feiras, cafés e teatros, antes de se transferir definitivamente para locais fixos e exclusivos.

Graças principalmente à intensa resposta do público, aos poucos o cinema foi ganhando autonomia como atividade comercial. O interesse das plateias gerou, da parte dos donos dos espaços de exibição, a necessidade de garantir um fluxo constante

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Política e estudos do audiovisual, da imagem e do som, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando, UFF. E-mail para contato: pedrobutter@uol.com.br

de filmes, e, da parte de produtores, a necessidade de obter maior número de “pontos” para exibir seus produtos.

Aos poucos, a partir dessa dinâmica, forma-se um mercado cinematográfico no Brasil. Mas esse processo não ocorreu de forma linear e estritamente planejada, sendo marcado por movimentos de expansão e retração ligados aos mais diversos fatores – entre eles, por exemplo, a oferta de filmes e a dependência de fornecedores estrangeiros, estratégias competitivas, definição de práticas e regras comuns e, ainda, a preferência do público por determinados gêneros.

### **Da preponderância francesa à hegemonia estadunidense**

O modelo de comercialização de filmes que permaneceu quase intacto durante mais de cem anos teve suas origens entre o fim do século 19 e o início da Primeira Guerra Mundial, quando a Europa, sobretudo a França, ainda detinha a hegemonia neste campo. Se, num primeiro momento, rolos de filmes eram vendidos aos donos dos espaços de exibição, que se tornavam donos daquela cópia, aos poucos esse modelo se revelou ineficaz, sendo substituído pelo aluguel dos filmes.

Nos Estados Unidos, essa prática se inicia de maneira informal, com o estabelecimento de grupos que compravam fitas e as alugavam aos donos de espaços de exibição – uma prática batizada de “exchange”.

Depois de 1903, muitos exibidores independentes começaram a aparecer e muitos desses pequenos operadores mal podiam comprar filmes e deixá-los de lado depois de uma temporada. Essa limitação ficou ainda mais evidente quando a plateia ficou mais sofisticada e seletiva. Os exibidores perceberam que, para operar um *show* de forma eficiente, precisariam de

três a cinco filmes de um rolo em seus programas – e, em muitos casos, os programas ainda precisavam mudar ao longo da semana, se quisessem de fato atrair o público. A solução encontrada pelos exibidores foi negociar os filmes entre si, mas o problema da distribuição não se resolveu até surgirem os “motion pictures exchanges”. O primeiro dos “exchanges” surgiu em São Francisco em 1902. Foi organizado por Herbert e Harry Miles, que compraram filmes dos produtores e os alugaram a exibidores por um quarto do preço de aquisição. A ideia funcionou, para a satisfação de todos. Em 1907, entre 125 e 150 “exchanges” estavam em operação, servindo a todas as áreas do país (BALIO, 1976, p. 14).

Segundo os principais historiadores, porém, o aluguel das cópias e outras práticas básicas do comércio cinematográfico já haviam sido estabelecidas e aprimoradas pela companhia francesa Pathé Frères, “a primeira produtora cinematográfica de caráter imperial” (MELO SOUZA, 2004, p. 168), que teve forte presença em vários países do mundo, incluindo Estados Unidos e Brasil.

Do começo da indústria do cinema até a Primeira Guerra Mundial, a exibição internacional não foi dominada pelo produto americano. Filmes iam e viam de país a país com poucas (ou nenhuma) restrições. Apesar de nenhum país ter dominado as telas na mesma extensão que os EUA o fariam anos mais tarde, a França tomou a frente do caminho com os produtores e distribuidores da Pathé (Irmãos Pathé) na liderança. A indústria cinematográfica francesa foi a maior fornecedora de filmes até 1914, e suas maiores empresas, Gaumont e Pathé, dominavam as redes internacionais de distribuição (SEGRAVE, 1997, p.1).

No Brasil não foi diferente. A Pathé Frères foi determinante na formação do mercado de distribuição e exibição principalmente a partir de 1907, quando se deu a primeira grande expansão de salas fixas de cinema no Rio de Janeiro e em São Paulo.

Ligada umbilicalmente à cultura francesa, a explosão das salas fixas no segundo semestre de 1907 foi também moldada por ela. Embora seja difícil definir números exatos sobre a preponderância dos filmes franceses no mercado carioca (...), presume-se que a supremacia no imaginário dos espectadores



estava com o galinho encarnado, o logotipo da Pathé. A partir de 1904-1905 – com as temporadas no Rio de Janeiro do ambulante Édouard Hervet e o início do interesse dos importadores Marc Ferrez & Filhos, agentes autorizados da Pathé no Brasil –, a força da produtora francesa cresceu, popularizando o espetáculo cinematográfico e identificando-o com a marca (MELO E SOUZA, 2004, p. 163).

Esse cenário começa a mudar a partir de 1914, com a eclosão da Primeira Guerra Mundial, que redirecionou o fluxo internacional do capital e levou os países europeus a desviarem seus investimentos para a sustentação dos *fronts*.

Nesse período, as indústrias cinematográficas europeias foram interrompidas ou forçadas a deixar o negócio, criando um vácuo ocupado pelos filmes americanos. Em 1913, último ano antes da guerra, cerca de 32 mil pés de filmes foram exportados dos EUA; uma década depois, esse montante havia quase quadruplicado, e, em 1925, chegou a 235 milhões de pés. (GUBACK, “Hollywood’s International Market”. In: BALIO, 1976, p. 388)

Coincidência ou não, os estúdios americanos começaram a abrir suas filiais no Brasil exatamente a partir do segundo ano da Primeira Guerra: a Universal em 1915; Fox e Paramount em 1916. Uma segunda leva vem na década de 1920 (Metro, em 1926; Warner, em 1927, e Columbia em 1929). O fim da guerra, em 1918, não mudou a situação. A produção europeia jamais se recuperou a ponto de atingir o volume do início do século, enquanto a produção americana cresceu e se diversificou, ampliando sua presença no mundo.

No artigo “Os perigos da Pathé ou a americanização dos primórdios do cinema americano”, parte de *O cinema e a invenção da vida moderna* (CHARNEY, Leo, e SCHWARTZ, Vanessa, 2004), Abel detalha a guerra que se travou no mercado dos Estados Unidos contra a gigante francesa, o que incluiu uma intensa campanha para denegrir a qualidade dos filmes franceses e, em alguns casos, o uso da censura oficial para diminuir a presença dos produtos da companhia nas telas do país e garantir maior espaço para a produção dos estúdios locais.

Dependente da produção europeia, e sem uma produção local sólida e institucionalizada, o mercado brasileiro de exibição viveu seu primeiro grande recuo justamente após a eclosão da Primeira Guerra. Se entre 1907 e 1911 mais de cem salas foram abertas, apenas 29 continuaram funcionando a partir de 1912 (GONZAGA, 1996, p. 94). O circuito voltaria a crescer muito lentamente. Por volta de 1920, o Rio contava com cerca de 70 salas, sendo que muitos desses cinemas permaneceriam abertos por décadas. Boa parte dos remanescentes do circuito original, no entanto, adotou, num primeiro momento, a estratégia do palco e tela, ou seja, não trabalhava exclusivamente com cinema. Os demais se sustentavam ou pela grande capitalização conseguida antes do início da guerra ou fundindo-se a outras cadeias exibidoras.

Um dos episódios mais significativos dessa primeira fase do mercado brasileiro foi a fundação, em 19 de junho de 1911, pelo empresário Francisco Serrador, da Companhia Cinematográfica Brasileira (CBC). Serrador ganhou proeminência ao montar mais de 400 cinematógrafos na capital e no interior de São Paulo, oferecendo programas regulares que comprava de segunda mão dos grandes distribuidores cariocas. A amplitude do mercado paulista lhe conferiu poder e despertou a atenção de alguns industriais e fazendeiros interessados em oportunidades para aplicar seus capitais com grande rentabilidade. Atraindo esses investidores para um projeto de expansão, Serrador organizou a CBC na tentativa de formar um poderoso truste que paulatinamente eliminaria, isolaria ou absorveria concorrentes.

Alguns estudos lançaram a suspeita de que, por trás da fundação da CCB, estaria uma ação orquestrada pelos grandes estúdios americanos, em uma estratégia para começar a impor normas de mercado que lhes interessavam. No livro *Palácios e poeiras*, entretanto, Alice Gonzaga afirma que não existiriam bases suficientes para sustentar essa hipótese – e, se ela ocorreu, não se desenrolou como esperado para os interesses estrangeiros. As ações *trustistas* de fato provocaram uma elevação dos preços de aluguel e um aperto nos prazos de devolução das cópias, mas o principal

beneficiário sempre foi o próprio Serrador, e nenhuma modificação mais substancial das regras do mercado se estabeleceu. Pelo que se pode constatar, Serrador comprometia os exibidores com a CCB, porém não os organizava em circuito nem chegava a impor determinada linha de filmes, o que seriam os principais interesses dos americanos. Além disso, persistiu no mercado uma regra em que qualquer filme se tornava *livrable* (liberado para comercialização) quinze dias após lançado, o que também não vinha ao encontro dos interesses dos grandes estúdios.

Quando as companhias americanas começaram a se estabelecer no mercado brasileiro, a partir de 1915, perceberam que os exibidores do país eram solidários como classe e sabiam reagir a tentativas de mudanças bruscas nas regras do jogo. Nesse período inicial, as companhias trabalharam para a formação de “linhas de exibição” (isto é, circuitos que eram percorridos por completo pelos filmes) e para a transformação das técnicas de publicidade, passando a incluir o uso da fachada do cinema para destacar o filme em cartaz. Mas o que poderia se desenhar como uma relação hostil logo se transformou em uma aliança sólida, ao contrário, por exemplo, das relações dos exibidores com os produtores nacionais – um dos elementos que este trabalho pretende aprofundar.

A formação da hegemonia americana é apontada como a principal causa do fim da “Bela Época do Cinema Brasileiro”, descrita por Vicente de Paula Araújo em seu célebre livro de mesmo nome. Hoje, a própria existência de uma “Bela Época” já foi questionada por historiadores, pois os indícios são de que a produção de cinema no país nesse período foi apenas pontual, não chegando a se configurar do ponto de vista industrial. No entanto, cabe ainda aprofundar essa questão para se compreender melhor as origens da rivalidade entre produtores brasileiros e exibidores, os possíveis efeitos inibidores da forte presença estadunidense no mercado sobre o setor da produção local, e como eram as estratégias de lançamento dos filmes brasileiros em comparação às dos filmes americanos.

## **Notas sobre referências e metodologia**

Apesar da significativa dificuldade de se obter dados consistentes sobre os primórdios do mercado de cinema no Brasil, alguns trabalhos apresentaram uma contribuição fundamental para o desenho deste cenário. Essas pesquisas contemplam, principalmente, os campos da produção e da exibição de filmes – notadamente o trabalho de José Inácio de Mello e Souza (*Imagens do passado – São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*) e Alice Gonzaga (com o precioso auxílio dos pesquisadores Hernani Heffner e Lécio Augusto Ramos, no livro *Palácios e poeiras – 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro*).

No campo da distribuição, no entanto, há ainda muitas lacunas a serem preenchidas. Em *Palácios e poeiras*, Alice Gonzaga aponta que a formação de trustes a partir do começo da Primeira Guerra Mundial ainda não foi devidamente estudada: “Os vários autores que se debruçaram sobre o período geralmente associaram-na a um fluxo externo, de origem americana. Estaria ligada também à passagem do sistema de comercialização dos filmes da venda para o aluguel” (GONZAGA, 1996, p.99).

Outros estudos, nacionais e estrangeiros, referem-se ao fato de que o desembarque das companhias americanas no país teria sido precedido por uma espécie de “prospecção de mercado”. Os chefes dos grandes estúdios teriam tido acesso a relatórios encomendados pelo governo americano a embaixadas e consulados ao redor do mundo, incluindo o Brasil, fornecendo dados sobre o circuito de exibição das principais cidades, incluindo os nomes dos principais grupos exibidores, número de salas, e até mesmo lotação das salas. Para aprofundar essa pesquisa, é preciso vasculhar os arquivos das Câmaras de Comércio dos Estados Unidos no Brasil, bem como as correspondências do consulado americano no Rio de Janeiro. Este é um campo que ainda precisa ser aprofundado, já que hoje em dia se ampliou o acesso a documentos oficiais, principalmente aos relacionados à política e ao comércio exterior.

## **Recortes temporal e espacial**

O recorte temporal da pesquisa está radicalmente sujeito a mudanças ao longo de seu desenvolvimento. Neste primeiro momento, pretendo abarcar os primeiros anos do século 20 até o fim da Segunda Guerra, procurando aprofundar os seguintes aspectos relativos à formação do mercado de cinema no Brasil:

- 1) O perfil e o papel exercido pelos primeiros empreendedores do setor (Paschoal Segretto, Marc Ferrez, Francisco Serrador, Giacomo Staffa, entre outros);
- 2) as características da produção que abastecia os cinemas antes da Primeira Guerra (principalmente as comédias francesas da Pathé e os melodramas nórdicos da Norkiskfilm, mas também os filmes alemães, italianos e a – ainda pequena – produção americana que chegava aos cinemas na época);
- 3) a dimensão e o espaço da produção nacional neste cenário, notadamente os filmes sobre crimes hediondos e os chamados “cantantes”;
- 4) a criação da Companhia Cinematográfica Brasileira (CBC) por Francisco Serrador, primeira tentativa de se estabelecer ações de caráter trustista no mercado brasileiro;
- 5) a primeira fase do projeto expansionista do cinema americano, a “prospecção” dos mercados estrangeiros e o desembarque das filias dos grandes estúdios no país, a partir de 1915;
- 6) as tensões e remanejamentos provocados pela presença dos estúdios americanos (a transformação dos filmes e, também, da publicidade dos filmes);
- 7) por fim, o trabalho se encerraria com a visita ao Brasil de Eric Johnston, diplomata e militante do Partido Republicano que, em 1946 – logo após o fim da Segunda Guerra, portanto –, assumiu a Motion Picture Producers and



Distributors Association, rebatizada, sob sua administração, para Motion Picture Association of America (MPAA).

Uma das hipóteses é que, nesse momento, teria se iniciado uma nova fase da política externa do cinema americano, que passará a agir de forma mais contundente para reverter as restrições à importação de filmes após o fim da Segunda Guerra e, no caso da América Latina, implantará a “Política da Boa Vizinhaça”.

Outra questão que se impõe é a abrangência espacial. Sendo o Brasil um país de dimensões continentais, será difícil realizar um mapeamento da formação e expansão do mercado que englobe todo o território nacional. No entanto, nesse momento da pesquisa, é importante ainda manter essa possibilidade aberta, ainda que o escopo principal seja concentrado nas duas cidades que representavam os maiores centros econômicos do país na época, Rio de Janeiro e São Paulo.

## Hipóteses

Em *Historiografia clássica do cinema brasileiro*, Jean-Claude Bernardet desmitificou o cânone que estabelecia a chegada do cinema americano ao país como ponto de curva do declínio da chamada “Bela Época”. Procurou demonstrar, ainda, como a história do cinema brasileiro se forjou a partir de uma construção essencialmente ideológica, privilegiando a produção em detrimento da distribuição e da exibição. O trabalho foi aprofundado em *Imagens do passado*, de José Inácio de Melo e Souza, que tem como um de seus objetos a principais a formação do circuito exibidor nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

Os questionamentos levantados por esses dois autores abriram um fértil terreno para novos aprofundamentos e reflexões. Um dos objetivos centrais é buscar fontes de registro e documentação nos próprios arquivos dos estúdios e instituições da indústria cinematográfica norte-americana à procura de informações que possam delinear de forma mais precisa o projeto expansionista de Hollywood.

A principal hipótese, aqui, seria de que o projeto internacional de Hollywood teria tido, inicialmente, motivações primordialmente econômicas e comerciais, mas que, em pouco tempo, ganhou contornos de outras ordens, incorporando também questões políticas e culturais. Tentar estabelecer quando e por que vetores que vão além das forças econômicas passaram a fazer parte dessa expansão é um dos pontos em questão.

Em *American Films Abroad: Hollywood's Domination of the World's Movie Screens from the 1890's to the Present* (MCFARLAND & COMPANY, 1997), Kerry Seagrave afirma que, antes de o cinema americano partisse para uma expansão internacional, fez-se necessário organizar e racionalizar o mercado doméstico. Oito companhias viriam a dominar o mercado de cinema americano, com destaque para as “grande cinco”: MGM, Paramount, Fox, RKO e Warner. Todas eram companhias verticalmente integradas que atuavam no ramo da produção, distribuição e exibição. Nenhuma das “três pequenas” (Universal, United Artists e Columbia) estava envolvida na exibição.

Seagrave afirma que o envolvimento do Estado na indústria cinematográfica começou no ano fiscal de 1912-1913, quando o Departamento de Comércio (US Commerce Department) começou a monitorar a exportação de filmes, como já fazia anteriormente com a maior parte dos *commodities*.

Em 1916, depois da fundação da Nampi, o US State Department (Departamento de Estado) mandou instruções aos consulados dos Estados Unidos no exterior para que enviassem relatórios sobre o mercado para filmes americanos em suas áreas. Entre as informações pedidas estavam o número de cinemas na região, seus tamanhos, preço do ingresso, quem distribuía os filmes e taxas de aluguel das fitas. Esse fato marcou o começo de uma relação bastante próxima entre o cartel da indústria cinematográfica e o governo federal, particularmente os departamentos de Estado e Comércio. Com o passar do tempo, o governo proporcionou mais e mais ajuda ao setor, principalmente com a reunião de

muitas informações que eram repassadas gratuitamente aos estúdios (SEAGRAVE, 1997, p 9).

Por outro lado, se essa expansão inicial do cinema norte-americano no Brasil não foi determinante para o fim da “Bela época”, até que ponto ela não teria tido no mínimo uma influência inibidora, que se aprofundou nos anos seguintes? E qual teria sido sua influência dessa presença maciça na circulação de filmes de outras nacionalidades no Brasil?

### **Algumas questões de fundo teórico**

O imenso potencial do filme como produto começou a ser percebido a partir do momento em que o cinema deixou de ser visto como mero registro/documento para se inscrever no campo da narrativa ficcional, ou seja, na possibilidade de “contar uma história”. O sucesso dessas histórias forjou um mercado consumidor e proporcionou o início a fabricação em massa de “fitas para cinema”.

Um dos aspectos que serão contemplados por essa pesquisa está na transição do eixo da produção hegemônica mundial da Europa para os Estados Unidos, e na constituição de Hollywood como elemento-chave naquilo que Félix Guattari chama de “produção de subjetividade do capitalismo clássico” (GUATTARI, 1986, p. 26), propondo-se a gerar uma cultura com vocação universal e desempenhando um papel fundamental na confecção das forças coletivas de trabalho e de controle social. Ao mesmo tempo, Hollywood também se configura como um imenso caldeirão de talentos e de produção estética, forjado principalmente por imigrantes das mais diversas origens, criando um complexo espaço para a manifestação artística e autoral – fatores estes que criam condições constantes para a erupção do novo e da subversão do caráter mais “controlador” da produção industrial hollywoodiana em seu conjunto.

Um dos eixos centrais da pesquisa está no que poderíamos chamar de “primeira Hollywood” – o polo de produção e circulação de filmes que cresceu nas

primeiras décadas do século na Califórnia, na costa oeste dos Estados Unidos, e que atingiu seu ápice nos anos 1930 e 1940. Esse polo guardava características essenciais da “fábrica”, elemento-chave daquilo que Michel Foucault denominou “sociedade disciplinar”, aquela na qual, segundo Gilles Deleuze, o indivíduo “não cessa de passar de um espaço fechado a outro: primeiro a família, depois a escola, depois a fábrica, de vez em quando o hospital, eventualmente a prisão” (DELEUZE, 1994, p. 219).

O quadro do “cinema como fábrica” começou a se transformar a partir do fim da Segunda Guerra e se acelerou brutalmente a partir de meados dos anos 1950, quando a televisão e sua rápida disseminação obrigaram a indústria do cinema a se refundar. A partir daí o cinema americano atravessaria reestruturações que lhe conferiram uma nova forma, até que, no fim dos anos 1970, emergiu uma nova Hollywood, já inserida no novo modelo do Capitalismo Integrado Internacional e iniciando um processo de adaptação à “era da empresa”, com características bem diferentes da “era da fábrica”.

Qual foi o peso e o papel do mercado internacional para a “primeira Hollywood” e, dentro desse cenário, qual teria sido o peso e o papel do Brasil, especificamente? Quais as características da presença do cinema americano no país antes do estabelecimento da “Política da Boa Vizinhança”, que, no começo dos anos 1940, traria Orson Welles e estimularia Walt Disney a criar desenhos animados temáticos e personagens como Zé Carioca?

Ao mesmo tempo, faz-se necessário entender o grau de organização dos agentes de cinema no país, no setor da produção em particular, no sentido de estruturar uma indústria, levando-se em conta que a economia brasileira na época ainda era marcada pela exportação de matérias primas e pela dependência da importação de produtos manufaturados (por que haveria de ser diferente no cinema, também uma indústria, antes de tudo?). A necessidade de importação de negativo, inclusive, será um dos pontos definidores para o estabelecimento de um polo de produção.

Para ampliar o cenário da pesquisa, também será necessário buscar fontes que possam mostrar como o público percebia os filmes brasileiros, e se houve um momento em que estes passaram a ser percebidos em oposição ao filme estrangeiro, e ao “filme americano” em particular.

Algumas referências desde já fundamentais, principalmente pelo conjunto de fatos e dados pesquisados e organizados em relação ao período que se pretende estudar, são os trabalhos de Vicente de Paula Araújo (*A bela época do cinema brasileiro*), José Inácio de Mello e Souza (*Imagens do passado: São Paulo e Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*), Alice Gonzaga (*Palácios e poeiras – 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro*), Arthur Autran (*O pensamento industrial cinematográfico brasileiro*), e Jean Claude Bernardet (*Cinema brasileiro: propostas para uma história e Historiografia clássica do cinema brasileiro*). *O primeiro cinema: espetáculo, narração, domesticação*, de Flavia Cesarino Costa, também é fonte importante para se compreender o panorama anterior a sua fixação em salas de cinema.

Entre as publicações estrangeiras destacam-se os dois grandes estudos sobre o projeto expansionista de Hollywood: *Exporting Entertainment – America in the World Film Market (1907-1934)* e Gerben Bakker, *Entertainment Industrialized: The Emergence of the International Film Industry*. Também são fundamentais os estudos de Richard Abel sobre a Pathé, em especial o livro *The Red Rooster Scares: Making American Cinema, 1900-1910*, a coletânea organizada por Leo Charney e Vanessa R. Schwartz, *O cinema e a invenção da vida moderna*; o trabalho de Kerry Seagrave *American Films Abroad: Hollywood's Domination of the World's Movie Screens From the 1890's to the Present*; e o amplo *Movie-made America: A Cultural History of American Movies* (Robert Sklar).

## Referências bibliográficas



ABEL, Richard. *Americanizando o filme: ensaios de história social e cultural do cinema*. São Paulo: Cinemateca Brasileira, 2013.

\_\_\_\_\_. “Del splendor a la miseria”, in TALENS, Jenaro, ZUNZUNEGUI, Santos. *Historia General del Cine, vol 3*. Madri: Cátedra, 1998.

\_\_\_\_\_. *The Red Rooster Scares: Making American Cinema, 1900-1910*. Berkeley: University of California Press, 1999.

ARAÚJO, Vicente de Paula. *A bela época do cinema brasileiro*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.

BAKKER, Gerben. *Entertainment Industrialized: The Emergence of the International Film Industry (1890-1940)*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

BALIO, Tino (ed). *The American Film Industry*. Wiscosin: The University of Wisconsin Press, 1976.

BERNARDET, Jean-Claude. *Cinema brasileiro: propostas para uma história*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

\_\_\_\_\_. *Historiografia clássica do cinema brasileiro*. São Paulo: Annablume, 1995.

BONIN, Valérie. *L'Économie du cinema: Repères et ressources documentaires*. Paris: Bibliothèque du film, 2004.

CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa R. (org). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

COSTA, Flavia Cesarino. *O primeiro cinema: espetáculo, narração, domesticação*. São Paulo: Scritta, 1995.

DIAS, Adriana e SOUZA, Letícia de. *Film Business: o negócio do cinema*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

EPSTEIN, Edward Jay. *O grande filme: dinheiro e poder em Hollywood*. São Paulo: Summus Editorial, 2005.

GONZAGA, Alice. *Palácios e poeiras: 100 anos de cinemas no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Record: Funarte, 1996.

GUATTARI, Felix & ROLNIK, Suely. *Micropolíticas: cartografias do desejo*. Petrópolis: Vozes, 1986.

GUBACK, Thomas & VARIS, Tapio. *Transnational Communications and Cultural Industries*. Nova York: Unesco, 1982.

JARVIE, I. C. *Hollywood's Overseas Campaign: The North American Movie Trade, 1920-1950*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

JOHNSON, Randall. *The Film Industry in Brazil: Culture and the State*. Pittsburgh: University of Pittsburg Press, 1987.

MELO SOUZA, José Inácio de. *Imagens do passado: São Paulo e o Rio de Janeiro nos primórdios do cinema*. São Paulo: Editora Senac, 2004.

O'REAGAN, Tom. "Too popular by far: On Hollywood's international popularity". In: *The Australian Journal of Media and Culture*. Sidney: Vol. 5, nº 2, 1990.

SEGRAVE, Kerry. *American Films Abroad: Hollywood's Domination of the World's Movie Screens From the 1890's to the Present*. Jefferson: McFarland & Company, 1997.

SKLAR, Robert. *Movie-made America: A Cultural History of American Movies*. Londres: Vintage Books, 1994.

THOMPSON, Kristin. *Exporting Entertainment: America in the World Film Market, 1907-1934*. Londres: BFI Pub., 1985.

VASEY, Ruth. *The World According to Hollywood, 1918-1939*. Winsconsin: The University of Wisconsin Press, 1997.

WILDMAN, Steven, e SIWEK, Stephen. *International trade in films and television programs*. Cambridge, Massachussets: Ballinger Publishing, 1988.

**Viagem e desejo na contemporaneidade:<sup>1</sup>**  
Reflexões sobre a condição estrangeira em *Praia do Futuro*, de Karim Aïnouz

Pedro Henrique Andrade<sup>2</sup>

**Resumo**

O que acontece com a viagem quando ela deixa de ser encontro com alteridades culturais e povos desconhecidos, uma vez que as diferenças do mundo parecem ter sido devidamente cartografadas em arquivos infinitos de imagens e informações? Ou quando, num contexto pós-orgiástico (BAUDRILLARD, 1990), a associação entre viagem e liberação do desejo perde seu sentido? Apesar das incertezas, a viagem retorna e persiste no trabalho de cineastas como Karim Aïnouz. O presente trabalho propõe uma análise de *Praia do Futuro* (2014), em que pesem reflexões sobre identidade, viagem, subjetividade e homoafetividade, a partir de autores como Julia Kristeva, Robert Lang e Gilbert Simondon.

**Palavras-chave**

Viagem; homoafetividade; individuação.

**Ainda viagem?**

Que viagens restam ao sujeito contemporâneo, fragmentado e disperso em fluxos de consumo, em circuitos globais de informações e imagens que lhe revelam as diferenças do mundo sem que seja necessário percorrê-lo? De fato, em um planeta globalizado, a condição de ser estrangeiro se dissemina, massifica-se (KRISTEVA, 1991, p.19). Seja enquanto turista que conhece o mundo segundo protocolos determinados; seja enquanto trabalhador precarizado de um capitalismo global que exige mobilidade e flexibilidade; seja enquanto refugiado e vítima de conflitos e crises humanitárias. Essa proliferação de uma existência nômade parece esgotar

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação e Cultura (linha de pesquisa: Tecnologias da Comunicação e Estéticas) pelo PPGCOM da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). E-mail: ph.andradesouza@gmail.com

sentidos previamente atribuídos à viagem, cristalizados e explorados por tantas narrativas e filmes que consolidaram um gênero próprio nos Estados Unidos (o *road movie*).

Ao longo do século XX, o cinema, a fotografia e a arte, cada um à sua medida e em ocasiões distintas, alimentaram o fascínio peculiar do Ocidente pelo “outro” cultural, que tantos críticos, como Hal Foster, apontaram como característico das vanguardas históricas (FOSTER, 2014). No cinema, não apenas os *travelogues* e os primeiros documentários [*Nanook, o Esquimó* (Robert Flaherty, 1922) apresenta-se como sintomático], mas também a produção hollywoodiana ficcional se incumbiu de encenar o encontro do homem ocidental com o “outro” exótico e pouco civilizado em formas predecessoras ao *road movie*, como o *western* (PAIVA, 2011, p.42). Curiosamente, a consolidação de um gênero como o *road movie* só ocorreria tardiamente, nos anos 1960, quando a viagem pelas autoestradas norte-americanas, tanto na vida, quanto na ficção, era vislumbrada, nesse momento histórico, como horizonte de rebelião contracultural (LADERMAN, 2002, p.5).

Não estaríamos, porém, em outro momento, no qual novas problemáticas se desdobram? Algumas questões se impõem: o que acontece com a viagem quando ela deixa de ser encontro com alteridades culturais e povos desconhecidos, uma vez que as diferenças do mundo parecem ter sido devidamente esquadrinhadas, cartografadas e arquivadas num acervo infinito de imagens e informações? Ou quando, num contexto pós-orgiástico (BAUDRILLARD, 1990), não faria muito sentido falar em rebeldia contra um *establishment* de convenções arraigadas, contra interdições do desejo, pois já teríamos liberado tudo que seria possível liberar?

### **Viagem na obra de Karim Aïnouz**

Apesar das incertezas, a viagem retorna e persiste no trabalho de cineastas como Karim Aïnouz, cujos filmes nos desafiam a pensar novos significados para as experiências de deslocamento na contemporaneidade. Na obra do diretor, viagem e perambulação revelam-se motivos recorrentes em tramas cujos personagens estão

sempre em trânsito, “fora de casa (...) incomodados com uma moradia que não acolhe seus conflitos” (GONÇALO, 2014). Protagonistas que depositam na viagem [ou num vagar sem rumo pela cidade noturna, como em *O Abismo Prateado* (Karim Aïnouz, 2011)] expectativas, anseios por encontros, por novos caminhos para suas vidas. Talvez uma problemática dos encontros atravesse os movimentos e divagações desses personagens: tanto em *O Abismo Prateado*, quanto em *Viajo porque preciso, volto porque te amo* (Karim Aïnouz, 2009), encontros e relacionamentos fracassados levam à deriva, induzem desorientações (ou seriam aventuras?), as quais, por sua vez, serão ocasiões propícias a novos encontros. Em *O Céu de Suely* (Karim Aïnouz, 2006), a protagonista, ao partir definitivamente da cidadezinha onde nascera e para onde havia retornado, talvez desejasse encontrar a si mesma.

Conforme aponta Raul Arthuso, é possível identificar, na obra de Aïnouz, uma dialética da mudança e do abandono, em que se articulam dois eixos de personagens: aqueles instáveis e inquietos, que partem em busca de uma nova vida, e aqueles que são abandonados (ARTHUSO, 2014). Hermila não quer ficar com João, Djalma abandona a esposa Violeta, o narrador de *Viajo porque preciso...* também foi deixado para trás. A viagem e a deriva, porém, não são exclusivas daqueles que ousam sair de casa, como atestam os deslocamentos desorientados de Violeta, em *O Abismo Prateado*, e do narrador sem corpo de *Viajo porque preciso...* Nesses trajetos, todos se tornam, ou desejam se tornar, outros, reconstruir vidas despedaçadas, superar a solidão e o desconforto da existência.

A partir dessas reflexões iniciais, o presente trabalho propõe uma análise de sua obra de ficção mais recente, *Praia do Futuro* (2014), em que pesem reflexões sobre identidade, viagem, subjetividade e homoafetividade, a partir de autores como Julia Kristeva, Robert Lang e Gilbert Simondon.

### **O abraço do afogado: encontros que induzem viagens**

Adrenalina e tensão no litoral cearense. O drama de *Praia do Futuro* começa com uma morte no mar, apesar das tentativas de resgate. É nessa praia inóspita, seja



pela violência das águas, seja pelo salitre que corrói todas as construções erguidas ao longo da areia, em que o salva-vidas Donato passa seus dias. Após a cena do afogamento, planos gerais desvelam uma Fortaleza desértica e desertada. Desânimo e tristeza atormentam o protagonista e se traduzem numa caminhada hesitante após um dia de trabalho. A câmera, vagarosa, ela mesma desanimada, num movimento lento, acompanha Donato depois de uma ducha no vestiário até sobrevoar contêineres e enquadrar o mar ao longe, essa vastidão azul que o protagonista encara todos os dias, paisagem de beleza e de morte.

O mal-estar de Donato, porém, não é vivido em solidão. Seja pela companhia do irmão mais novo, Ayrton, seja pelo encontro com o sobrevivente do afogamento, pois o cearense se compadece e oferece ajuda ao motoqueiro resgatado no mar, Konrad, um alemão ainda mais angustiado e amargurado pela morte recente do amigo. Desse encontro inesperado entre nativo e estrangeiro, nasce uma paixão que, no princípio, é assombrada pela perda do parceiro de viagem. Companheiro ausente que se faz presente nos diálogos entre Donato e Konrad, nos olhares perdidos e tristes do alemão, que encara o salva-vidas como se inquirisse, não só a ele, mas a si mesmo: “o que fazer agora?” ou “quem é você, quem é este homem que entra na minha vida depois de eu perder um amigo de longa data?”.

Curiosamente, os encontros entre os dois ocorrem em lugares de trânsito e movimento, não-lugares como a beira de uma estrada, um quarto de hotel, a orla da praia lavada pelo mar, lugares que só adquirem valor pelos afetos que neles florescem. Ainda assim, trata-se de vínculos incertos, possivelmente efêmeros e brevíssimos como a passagem por esses lugares. A relação é construída ao acaso (Konrad vai à praia no dia em que Donato estaria de folga), mas também movida pela vontade de ajudar, de estar junto. A perda do amigo afogado se faz presente também nas situações dramáticas que se esgotam até exigirem mudanças inevitáveis: esperas solitárias no hotel, tardes carregadas de expectativa quanto às buscas pelo corpo, que se revelam infrutíferas. “Eu não posso fazer nada (...) meu amigo não volta mais”, constata Konrad (*Praia do Futuro*, 2014, 24’). É necessário partir. Apaixonado, Donato segue seu amante rumo a Berlim.

Talvez a partida já se anunciasse na imagem do mar e seu horizonte longínquo logo na primeira sequência do filme. Também poderíamos identificar uma representação alegórica da viagem de Donato na cena anterior ao começo do segundo ato: o salva-vidas se lança ao mar e põe-se a nadar; não mais o nado forte e disciplinado dos treinos e exercícios regulares, que fazem parte de uma rotina em vias de ser abandonada, mas uma entrega às incertezas do futuro, uma ruminação pelo mar que é tanto local de perigo quanto refúgio e abrigo [“Acho que eu não consigo viver numa cidade que não tem praia” , confessa o brasileiro a Konrad, numa conversa em Berlim (*Praia do Futuro*, 2014, 38’)].

Na Berlim de Aïnouz, não haverá choques identitários entre imigrantes e nativos, ao menos não de modo a adquirirem proporção significativa e centralidade na narrativa, como ocorre na filmografia de Fatih Akin, por exemplo. Há uma certa graça no aprendizado dos sons do idioma alemão, que Donato tenta reproduzir com curiosidade e alguma rudeza. E esse encantamento não deixa de ser parte de um encantamento maior pela condição estrangeira, por estar longe de casa e ser mais do que se era. Nas palavras de Julia Kristeva, “você tem a impressão de que a nova língua é uma ressurreição: nova pele, novo sexo”<sup>3</sup> (KRISTEVA, 1991, p.15). Depois de uma cantoria improvisada em francês, Konrad e Donato fazem amor. A tendência geral é de aclimatação e assimilação pela cultura em que se está inserido. “Assim que os estrangeiros adquirem uma ação ou uma paixão, eles criam raízes”<sup>4</sup> (KRISTEVA, 1991, p.9). No terceiro ato do filme, *O Fantasma que Falava Alemão*, encontramos um Donato acostumado e adaptado à vida em Berlim.

Nesta parte final, Ayrton reencontra o irmão mais velho na cidade alemã para um acerto de contas. O passado retorna não apenas na figura do irmão, mas com Konrad, pois, em algum momento, os personagens teriam se separado, apesar da decisão de Donato de permanecer na Alemanha, em vez de retornar ao Brasil. O que teria acontecido entre os amantes fica na imaginação do espectador. Sabe-se apenas

---

<sup>3</sup> Tradução do autor. No original: “You have a feeling that the new language is a resurrection: new skin, new sex.”

<sup>4</sup> Tradução do autor. No original: “... as soon as foreigners have an action or a passion, they take root.”

que a separação ocorreu no intervalo de tempo entre o segundo e terceiro atos. Entre *Um Herói Partido ao Meio* e *O Fantasma que Falava Alemão*, um corte brusco, “a elipse, a fenda, um oceano de possibilidades de trajetos escondidos como um salto no espaço, como um voo que leva rápido ao destino, mas impede de se ver a paisagem por estar além das nuvens” (ARTHUSO, 2014).

A separação de Konrad e Donato e a permanência do brasileiro na Alemanha suscitam questões quanto aos significados associados à viagem do salva-vidas. Se, num primeiro momento, a ida para o estrangeiro poderia representar o desejo de manter a relação que se criou com Konrad, por que ficar quando o amor naufraga? O reencontro dos dois no terceiro ato dá a ver que a separação teria ocorrido há bastante tempo. De modo que a decisão de estar (e permanecer) longe de casa parece ultrapassar a fácil associação entre viagem e encontro amoroso, deslocamento e vontade de perpetuar os laços entre os parceiros. O que estaria, então, implicado na opção de Donato pela condição estrangeira?

### **O herói partido ao meio: viagem e desindividuação**

No segundo ato, *O Herói Partido ao Meio*, vemos Donato divertir-se, dançar, rir, cantar, transar, na companhia de Konrad, mas também sozinho. A ida para Berlim certamente assinala uma liberação, uma soltura, uma distensão de algo que parecia escondido ou não muito explícito em Fortaleza. Uma alegria parece tomar conta de Donato. Trata-se, porém, de “uma alegria restringida, apreensivamente discreta (...) uma vez que o estrangeiro continua se sentindo ameaçado pelo seu território anterior”<sup>5</sup>, pela sombra do passado (KRISTEVA, 1991, p.4). Se na definição arquetípica de Kristeva, o estrangeiro é aquele que abandona a casa, pois é incompreendido pelas autoridades materna e paterna (KRISTEVA, 1991, p.5), em *Praia do Futuro*, não será possível identificar a estrutura quase-edipiana esboçada pela filósofa, que opera nas tensões revolta-exílio, incompreensão-fuga.

---

<sup>5</sup> Tradução do autor. No original: “a happiness (...) constrained, apprehensively discreet (...) since the foreigner keeps feeling threatened by his former territory...”

De fato, não se verificam no filme situações de rejeição, preconceito, que levam a uma ruptura dramática e à partida. Não há embate direto, como prevê Kristeva em alguns momentos de sua elaboração conceitual, embora possamos supor que Donato se sinta rejeitado, obrigado a viver escondendo seus desejos, numa interpretação que leve em conta a carta do salva-vidas para Ayrton, lida ao final do filme. “Eu não preciso me esconder no mar pra me sentir em paz, nem preciso mergulhar pra me sentir livre”, escreve o personagem (*Praia do Futuro*, 2014, 82’). Não conhecemos sua mãe. Sabemos, no entanto, que o personagem assumiu a figura do pai e chefe da família, sendo responsável por sustentar Ayrton e a mãe. E talvez este papel pese insuportavelmente sobre o protagonista. Na imaginação do irmão mais novo, Donato é louvado como super-herói, infalível e imortal. Momentos de solidão antecedem a decisão, sofrida e inconfessada, de permanecer na Alemanha.

Apesar das dúvidas, prevalecem uma alegria, uma felicidade, “pois algo foi definitivamente excedido, ultrapassado: é a alegria de rasgar e correr o espaço de um infinito prometido”<sup>6</sup>, um lugar outro em que é possível ser outro (KRISTEVA, 1991, p.4). A liberdade é comemorada na pista de dança, onde os corpos do alemão e do brasileiro se encontram, se abraçam, se apoiam um no outro.

Neste segundo ato, os momentos em que Donato aparece sozinho, descobrindo e conhecendo Berlim, também apontam para o fato de que a viagem talvez não seja apenas um desejo de relação com outrem, mas algo mais, uma suspensão da vida em Fortaleza que o faz repensar a relação de si consigo mesmo. Caminhadas solitárias e perambulações por uma cidade cinzenta e esvaziada parecem reforçar a lida de Donato com seus conflitos internos. Planos gerais de espaços vazios reverberam a solidão do personagem neste movimento autorreflexivo.

Solidão e angústia, condições da subjetividade que um filósofo como Gilbert Simondon identifica em processos de individuação e desindividuação. Correndo o risco de projetar sobre a obra de Aïnouz a sombra de um estruturalismo distante, talvez valha a pena recuperar alguns de seus conceitos pelas relações que propõem

---

<sup>6</sup> Tradução do autor. No original: “...because something has definitely been exceeded: it is the happiness of tearing away, of racing, the space of a promised infinite.”

entre identidade e subjetividade, angústia e devir. Não tanto um mergulho nos meandros e forças subjacentes ao sujeito, como ocorre na obra de Deleuze-Guattari ou em Foucault, mas um jogo de desvinculações, descolamentos e partidas do ser (PELBART, 2013) que poderiam dialogar com a situação de nosso protagonista.

Que seria a angústia senão a incerteza quanto ao futuro, após um processo de desindividuação, de ruptura entre o sujeito e sua função social, seu papel (PELBART, 2013, p.51)? Donato experimenta a possibilidade de não ser mais o *Aquaman*, o herói da família. Nessa viagem a Berlim, é invadido pela curiosidade por esse outro lugar onde outras facetas de si podem florescer. Nos termos de Simondon, a angústia é a invasão do ser individual por toda uma carga de energias e intensidades pré-individuais, que desmancham as identidades construídas até então (PELBART, 2013, p.51). Ao vislumbrar a possibilidade de viver *autrement*, Donato se assusta. Se ele não quer ser mais quem era, quem ele poderá ser? A resposta de Kristeva seria categórica: “disponível, liberto de tudo, o estrangeiro não tem nada, ele não é nada”<sup>7</sup> (KRISTEVA, 1991, p.12). Nada pode se fixar nesse sujeito marcado pela transitoriedade.

Em *Praia do Futuro*, porém, o movimento de Donato talvez reflita um desejo de tornar-se outro que não implica necessariamente um eterno deslocamento. Como assinala Pablo Gonçalo, “no conjunto da obra de Karim, (...) a principal novidade de *Praia do Futuro* é o ato, do personagem e do filme, de tentar estar num lugar, de morar. Recusa-se a intensidade do nomadismo para delinear movimentos internos aos seus personagens” (GONÇALO, 2014). Berlim é uma cidade que não tem mar, ou seja, lugar do qual não se pode mirar outro ponto de fuga, outro horizonte de viagem e exílio. “Te escrevo pra dizer que não morri, eu só voltei pra casa” (*Praia do Futuro*, 2014, 82’). O começo da carta de Donato para Ayrton é sintomático dessa vontade de estabelecer-se em outro lugar. No entanto, a “casa” que se procura em Berlim é uma casa ainda por criar e construir no momento em que o protagonista decide permanecer na Alemanha.

---

<sup>7</sup> Tradução do autor. No original: “Available, freed of everything, the foreigner has nothing, he is nothing.”



Entre a certeza da vida familiar no Ceará e a novidade no estrangeiro, constata-se uma ansiedade e uma insegurança, que são também culpa por deixar tudo para trás. Num dos poucos momentos mais eloquentes do filme, Donato enfrenta Konrad: “Eu tenho minha vida, Konrad. Eu tenho mãe, eu tenho irmão... pra sustentar. Eu tenho trabalho, tenho emprego. (...) Eu vou ser o que aqui? (...) Isso aqui não é só você não!” (*Praia do Futuro*, 2014, 39’). Apesar de todas as dúvidas e para além de razões pragmáticas, decide-se ficar: “se tem-se força para não ceder, resta um caminho a ser descoberto”<sup>8</sup> (KRISTEVA, 1991, p.5). Seduzido pela discreta alegria conquistada na terra estrangeira, Donato exibe uma “felicidade chamuscada”, para usar a expressão de Kristeva: assombrada pelo retorno do passado, um pouco frustrada pela perda da terra natal, angustiada com o incerto porvir. A angústia, porém, não indica apenas a dissolução de uma identidade, de um modo de ser indivíduo. Esse estado da subjetividade aponta também para uma nova individuação, mais ampla e mais vasta; desmancha-se o que já está dado em favor de um novo nascimento (PELBART, 2013, p.51). Nas palavras de Simondon, “o ser individual foge de si, deserta-se. E, no entanto, nessa deserção, há subjacente uma espécie de instinto de ir recompor-se alhures e de outro modo, reincorporando o mundo, a fim de que tudo possa ser vivido” (SIMONDON *apud* PELBART, 2013, p.51).

Tanto as aproximações com Kristeva, quanto as que são feitas em relação a Simondon, devem ser realizadas com ressalvas, de modo a evitar que se projetem sobre a obra sentidos inexistentes ou abstrações esvaziadas, sem vínculo com a narrativa em questão. Em Simondon, a angústia enquanto estado de transição, que anuncia uma nova individuação, está associada igualmente à constituição de uma subjetividade revolucionária, capaz de instaurar uma transindividualidade. E essa transindividualidade refundaria a sociedade (“o social”) não mais a partir de um modelo de unidade funcional, que atribui a cada um papéis complementares e determinados, mas na forma de um coletivo, onde uma homogeneidade de base permite a todos libertarem-se de funções e afetações identitárias (PELBART, 2013,

---

<sup>8</sup> Tradução do autor. No original: “if one has the strength not to give in, there remains a path to be discovered.”

p.52). Em *Praia do Futuro*, certamente não encontramos traços de uma narrativa de embates e descobertas revolucionárias de si e dos outros: em vez disso, o que se esboça talvez seja um “recurso para a intimidade (que) não implica uma alienação, mas um tom menor” (LOPES, 2001, p.138). A retomada que Peter Pál Pelbart faz de Simondon vai em direção à nossa interpretação: a angústia deve ser pensada não tanto em termos catastrofistas e grandiloquentes e sim, enquanto trabalho de abertura, de resolução de problemas, que permite ser “outro-que-não-o-indivíduo” (PELBART, 2013, p.56).

Estaríamos próximos de narrativas que Gary Needham identifica no cinema francês a partir dos anos 1990: filmes que recusam a organização, por parte de uma dissidência cultural marginalizada, de uma política de identidades e que tratam apenas de trocas e movimentos entre pessoas, corpos, sexos (NEEDHAM, 2009, p.131). Tratar-se-ia de um cinema que explora inquietações íntimas, pessoais, introspectivas, contidas no interior da família ou que implicam a formação de uma nova família, de novos vínculos e/ou de relacionamentos experimentais. Nessa perspectiva, a introspecção não se equipara necessariamente à despolitização, mas pode revelar o atravessamento dos afetos, dos corpos e das relações por discursos micropolíticos (NEEDHAM, 2009, p.131).

Certamente, há um excesso do roteiro na conclusão do filme. A carta lida ao final aparece como expressão um tanto inusitada e demasiadamente eloquente de um Donato poético e verborrágico, pouco convincente se levarmos em conta a postura do protagonista ao longo do filme, caracterizada por silêncios, lacunas e mesmo uma certa rudeza na forma de se colocar. Em *Praia do Futuro*, a escassez das palavras é compensada pela ação dos corpos em cena. No lugar de confissões e conversas profundas entre os personagens, Aïnouz opta pelo movimento, pelas relações e misturas de corpos: corpos que nadam, brincam, brigam, treinam, dançam, aventuram-se por pedregulhos na beira da praia, caminham lado a lado na noite, esbarram-se uns nos outros, choram, cantam, encontram-se, desnudam-se e fazem amor.

Raul Arthuso aponta a proximidade do filme de Aïnouz com a estética de Claire Denis, cujo recorte dos corpos em múltiplos closes comporia um retrato “epidérmico” das situações (ARTHUSO, 2014). A cena do treinamento de Donato à beira da praia é fundamental para estabelecer tal analogia: cena em que os salva-vidas se exercitam, praticam golpes e manobras de resgate numa sobreposição sucessiva de seus corpos, braços, peles de diferentes cores reluzindo à luz do sol. Outro momento de aproximação é a conversa entre Konrad e Donato após sua primeira relação sexual. No carro, o cearense ilumina o corpo do alemão com a lanterna do celular, mapeando seu corpo em busca de tatuagens. O recurso ao primeiro plano, porém, talvez não seja a tônica da mise-en-scène de *Praia do Futuro*, ao menos não como procedimento que cria imagens hápticas e paisagens corporais, tais como Gary Needham identifica na filmografia não apenas de Claire Denis, como também nas de Gaël Morel e Sébastien Lifshitz (NEEDHAM, 2009). O corpo, nessa obra de Aïnouz, talvez valha não tanto por suas superfícies e texturas visadas por uma câmera próxima, como acontece nos filmes dos cineastas citados, e sim, por seus encontros e ações sobre outros corpos.

Os planos médios e americanos são mais recorrentes que o close, permitindo enquadrar a completude dos movimentos desses corpos: é o caso da briga de Ayrton com Donato; da dança ao som de “Aline”, de Christophe; da discussão entre Konrad e Donato no parque berlinense; da revolta de Ayrton no banheiro da casa de Konrad, em que ele se machuca propositalmente, lançando o punho contra a pia; das cenas de dança em que a câmera até se aproxima dos personagens, mas com o intuito de dar visibilidade aos abraços, toques e gestos que convergem na pista de dança. O close é utilizado não para esquadrihar o corpo, mas para ressaltar ações e seus efeitos sobre os personagens, como nas cenas de sexo em que o primeiro plano registra o rosto de Konrad ou Donato e não outras partes de seus corpos, de modo que o que é enfatizado é a violência e a potência da relação homoerótica.

### **O fantasma que falava alemão: conclusões homoafetivas**

É curioso que Ayrton reproduza a trajetória de Donato, embora por razões distintas. O irmão mais novo também vai embora do Brasil, após a morte da mãe, num último esforço de tentar encontrar o salva-vidas. O reencontro se aproxima de um embate, de um confronto: os socos que trocavam de brincadeira quando Ayrton era mais novo se transformam em golpes reais, traduções da raiva por ter sido abandonado. Novas convergências com Kristeva se fazem possíveis, pois a autora desdobra uma concepção da condição estrangeira que toca no tema da *inquiétante étrangeté*, problemática psicanalítica explorada por Freud. Para a autora, a condição estrangeira não estaria tão distante dessa condição do Eu que implica a descoberta da ameaça e do perigo não num “fora” desconhecido e aterrorizante, mas naquelas estruturas psíquicas e relacionais tomadas como familiares e já conhecidas (KRISTEVA, 1991, p.183). Tanto na elaboração de Kristeva, quanto nos estudos de caso de Freud, experimenta-se um estranhamento de si que ocorre posto que o Eu, em sua formação, projeta para fora o que lhe seria inerente e interno: desprazeres, sentimentos e sensações desagradáveis, ameaçadoras. Um processo de repressão expulsa o negativo intrinsecamente pertencente ao sujeito (KRISTEVA, 1991, p.183).

No entanto, esse quinhão de desprazer e desconforto com a existência próprio da subjetividade retorna na forma da inquietação e da sensação de não se sentir mais o mesmo. O que Kristeva procura demonstrar ao longo de sua elaboração teórica é que o “estrangeiro”, que nos perturba e nos aterroriza por sua alteridade, encontra-se em nós mesmos; em última instância, o indivíduo estrangeiro assusta porque provoca um encontro com nós mesmos, um enfrentamento das diferenças que nos compõem e que reprimimos, mas que podem apontar para uma transformação de nós mesmos (KRISTEVA, 1991). Essa leitura se aproxima da trajetória de Donato.

Já Ayrton, abandonado anteriormente e sofrendo com a morte recente da mãe, resolve viajar para encontrar um fantasma. Poderíamos arriscar uma interpretação em que o abandono e a ausência de Donato constituem uma morte, a ser somada à morte posterior da mãe. Para Freud, imagens, experiências e representações da morte podem suscitar essa *inquiétante étrangeté*, pois a finitude da existência sempre assombrou o inconsciente (KRISTEVA, 1991, p.185). Tal inquietação estaria associada a um

processo de fantasia e reificação dos signos, no qual se oblitera a realidade material em favor da imaginação e de uma lógica desconcertante (KRISTEVA, 1991, p.186). Daí a crença infantil de Ayrton, que acredita que Donato teria se transformado num fantasma que só fala alemão. Ou ainda, seu sonho com uma praia sem mar, uma orla sem perigo de afogamento, de morte e de abandono, uma vez que, no filme, conforme dito acima, a viagem de Donato é representada alegoricamente como um movimento de entregar-se ao mar.

O final aberto, com motocicletas percorrendo uma estrada de destino incerto, em meio à neblina, lembra outro filme em que viagem e homoafetividade estão associados: *My Own Private Idaho* (Gus Van Sant, 1991). Robert Lang situa esta produção como integrante de um gênero nascente, uma variação *queer* do *road movie* tradicional, da qual também faria parte *The Living End* (Gregg Araki, 1992). Para o autor, seria natural esse movimento de convergência entre representações da estrada e de relações homoafetivas, por conta das inúmeras “possibilidades que a estrada oferece para aqueles que escolhem viver e amar fora da instituição da parceria monogâmica heterossexual e da família nuclear convencional”<sup>9</sup> (LANG, 1997, p.332).

A fuga para as estradas pode, então, ser vista como um “gesto que aponta para a noção liberadora de que, enquanto homens e mulheres gays, somos livres para inventar nossas próprias narrativas, tomar uma estrada diferente, formar novas definições de família e criar novas regras para os relacionamentos”<sup>10</sup> (LANG, 1997, p.333). Ao mesmo tempo, a viagem dos personagens de Van Sant e Araki assinala que as relações homoafetivas não têm lugar, não podem ter lugar numa cultura patriarcal e heteronormativa; ou seja, uma existência nomádica lhes é imposta, como se só pudessem existir em perpétua transitoriedade, fuga, exílio.

Mike, o protagonista rejeitado de *Idaho*, termina o filme exatamente onde começou: na estrada, nesse não-lugar, onde nada permanece. É também na beira da

---

<sup>9</sup> Tradução do autor. No original: “the possibilities it provides characters who choose to live and love outside the institution of the monogamous heterosexual partnership and the conventional nuclear family.”

<sup>10</sup> Tradução do autor. No original: “a gesture toward the liberating notion that as gay men and women we are free to invent our own narratives, take a different road, form new definitions of family, and make new rules for partnerships.”



estrada que o personagem se declara para Scott. Lang ressalta que o final aberto de *Idaho* denota a inadequação do desejo homoafetivo às estruturas narrativas edipianas do cinema clássico hollywoodiano. Segundo o autor, aí encontra-se uma das potências do filme, que abre caminho para a rejeição do cenário edipiano, cujo fracasso só teria trazido problemas e conturbações para Mike, personagem “sem pai”, fruto da união incestuosa da mãe com o irmão mais velho (LANG, 1997, p.341). Mike estaria condenado à solidão, uma vez que não pode voltar para casa, não pode inscrever-se numa ordem familiar que é a única ordem compreendida pela cultura (LANG, 1997, p.343).

Em *Praia do Futuro*, a temática homoafetiva delineia outra narrativa, outras relações entre os personagens. A rejeição e/ou separação dos amantes não se apresentam como problemáticas. A questão fundamental seria a reconstrução de uma ordem familiar perdida em função da viagem para terras estrangeiras. Donato não deseja mais pertencer àquela família onde ele precisa ser o herói de todos e essa mesma família vai ruir com a morte da mãe e a ida de parentes para fora de Fortaleza. Ayrton se aproxima de Mike, nesse sentido; está só e alimenta devaneios de que ainda pode reencontrar o irmão. O filme de Aïnouz, porém, não termina de forma tão pessimista quando a obra de Van Sant. Será possível resistir e negar estruturas relacionais tradicionais sem que se opte pela solidão e pelo exílio de um protagonista. Ao contrário, o reencontro dos personagens indica uma reconciliação, uma possibilidade de reatar laços, vínculos, afetos partidos. Apesar das incertezas que qualquer *open ending* oferece para o público, reforçadas aqui pela bruma encobrindo a paisagem, talvez possamos terminar o filme com a certeza de que Ayrton, Konrad e Donato ficarão juntos, embarcarão juntos numa jornada ainda por construir e desvelar.

## Referências bibliográficas

ARAÚJO, Inácio. *Crítica: Longa encanta com gestos que parecem nunca se completar*. Folha de S. Paulo. Publicado em 15/5/2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/05/1454574-critica-longa-encanta-com-gestos-que-parecem-nunca-se-completar.shtml>. Data de acesso: 25/7/2015.

ARTHUSO, Raul. *As ruínas colossais*. Revista Cinética. Publicado em 4/10/2014. Disponível em: <http://revistacinetica.com.br/home/praiado-futuro-de-karim-ainouz-brasilalemanha-2014-2/>. Data de acesso: 25/7/2015.

BAUDRILLARD, Jean. *Após a orgia*. In: BAUDRILLARD, Jean. *A Transparência do Mal*. 3ª.ed. Campinas: Papirus, 1990.

FOSTER, Hal. *O Artista como etnógrafo*. In: FOSTER, Hal. *O Retorno do Real*. São Paulo: CosacNaify, 2014.

GONÇALO, Pablo. *A atração gravitacional de uma geografia perdida*. Revista Cinética. Publicado em 12/3/2014. Disponível em: <http://revistacinetica.com.br/home/praiado-futuro-de-karim-ainouz-brasilalemanha-2014/>. Data de acesso: 25/7/2015.

KRISTEVA, Julia. *Strangers to Ourselves*. New York: Columbia University Press, 1991.

LADERMAN, David. *Driving visions: exploring the road movie*. Austin: University of Texas Press, 2002.

LANG, Robert. *My Own Private Idaho and the New Queer Road Movies*. In: COHAN, Steven. HARK, Ina Rae (orgs.). *The Road Movie Book*. London: Routledge, 1997.

LOPES, Denilson. *Entre Homens, Entre Lugares. Ipotesi*, Juiz de Fora, EdUFJF, n.8, p. 137-155, 2001.

NEEDHAM, Gary. *Closer than Ever: Contemporary French Cinema and the Male Body in Close-up*. In: FOUZ-HERNÁNDEZ, Santiago (org.). *Mysterious Skin: Male Bodies in Contemporary Cinema*. New York: I.B. Tauris, 2009.

PAIVA, Samuel. *Gêneses do gênero road movie. Significação – Revista de Cultura Audiovisual*, São Paulo, n. 36, p. 35-53, 2011.

PELBART, Peter. *A catástrofe da liberação*. In: PELBART, Peter. *O Avesso do Nihilismo: cartografias do esgotamento*. São Paulo: n-1 Edições, 2013.

## Filmografia

MY OWN PRIVATE IDAHO. Direção: Gus Van Sant. Estados Unidos: New Line Cinema, 1991. 104 min.

THE LIVING END. Direção: Gregg Araki. Estados Unidos: Desperate Pictures, 1992. 92 min.

O CÉU DE SUELY. Direção Karim Ainouz. 2006. Distribuidor: Videofilmes. 90 min.

VIAJO PORQUE PRECISO, VOLTO PORQUE TE AMO. Direção: Karim Aïnouz e Marcelo Gomes. Brasil: Rec. Produtores Associados Ltda / Gullane Filmes, 2009. 75 min.

O ABISMO PRATEADO. Direção: Karim Aïnouz. Brasil: Vitrine Filmes, 2011. 83 min.

PRAIA DO FUTURO. Direção: Karim Aïnouz. Brasil/Alemanha: Coração da Selva, 2014. 106 min.

## **“O SBT tem tudo a ver com a sua família”<sup>1</sup>**

A família como público do SBT

Rafael Barbosa Fialho Martins<sup>2</sup>

### **Resumo**

O artigo busca discutir a contribuição da mediação da família na interação que o canal de TV SBT propõe a seu público. Partindo da análise estilística da materialidade das vinhetas institucionais da emissora, percebemos que seu *ethos* é marcado por uma configuração familiar conservadora, que enxerga a família como lócus de conservação de valores, morais e tradições. Falar em família no SBT é acionar uma estratégia de definição de público-alvo que busca, nesta emissora, uma alternativa frente às novas representações de família que se vê em outros canais.

### **Palavras-chave**

SBT; Vinhetas; Estilo televisivo; Família.

### **Introdução**

Com o propósito geral de buscar compreender a interação tão próxima e afetiva entre o SBT e seu público, nosso objetivo neste trabalho é entender de que maneira as vinhetas figuram as relações familiares, ou seja: o que é família para o SBT? Partimos então da análise estilística de uma vinheta específica, e escolhemos aquela do *corpus* na qual a família se mostra mais evidente e norteia a narrativa da peça. Isso porque nossos estudos têm mostrado que a mediação da família é um dos principais eixos simbólicos que sustentam essa relação entre o canal e a audiência – tão cativa que gerou até mesmo o fenômeno dos “SBTistas” (MARTINS, 2013).

Nossa investigação se detém sob o estrato estético da televisão, quase sempre ignorado nos estudos, pois acreditamos que a forma televisiva também é um lugar privilegiado de produção de sentido. Utilizamos como metodologia o estilo televisivo proposto por Jeremy Butler (2009), que o concebe como a utilização sistemática de técnicas de imagem e som de cumprindo funções dentro do texto (cenário,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: rafaelbfialho@gmail.com

iluminação, enquadramento, som, encenação dos atores e efeitos especiais).

Fazendo jus ao *slogan* que anuncia – “Mania de TeVer” –, a vinheta<sup>3</sup> em análise teve o propósito de evidenciar a presença constante do SBT na vida de seu público. Com o objetivo de “alegrar o dia a dia da família brasileira”, o canal acompanha atividades cotidianas de uma rotina familiar típica e se coloca como uma pessoa próxima a todas as famílias, pois, como afirma, “é de casa”. A ubiquidade do SBT justifica-se pela amizade citada no vídeo e cultivada ao longo de toda a história do canal, que à época em que a vinheta foi produzida completava 20 anos (em 2001).

### **Caracterização e descrição da vinheta**

Para celebrar essa intimidade, a vinheta começa com a frase dita em *off* pela voz padrão do SBT<sup>4</sup>: “Logo de manhã, e você já está ligado no SBT”. Enquanto isso, um casal que dorme na cama e é acordado pelo televisor, que liga sozinho já sintonizado no SBT, que exibe o telejornal da época, o *TJ Manhã*, cuja apresentadora diz “Para começarmos este novo dia”. O casal se levanta e o marido vai para o banheiro, onde se barbeia enquanto tem a companhia de TVs (uma dentro do armário e outra numa bancada) ligadas no Ratinho, que esbraveja “Eu faço o programa do jeito que eu quiser!”. Na cozinha, com a mesa posta, a mulher já arrumada toma café assistindo à Hebe, que afirma: “Segunda-feira é o dia da minha alegria”; o locutor continua: “Em todos os momentos”.

Enquanto veste seu terno, o marido percorre o corredor onde há vários televisores que mostram Gugu e Silvio Santos dividindo a tela, e a locução diz: “Em todos os lugares”. Há um corte e mostra-se, pela primeira vez, uma criança, presumidamente o filho do casal, que abre a geladeira e vê uma televisão dentro e outra em cima do eletrodoméstico. As imagens na tela são do desenho do Pernalonga. A voz em *off* ressalta: “Afinal, a gente é de casa”. Depois, o garoto toma café sentado, assiste a mais desenhos e a mãe ajeita seu cabelo, enquanto a apresentadora do *Bom*

<sup>3</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=yTg-CChNd2c>. Acessado em 20 jun. 2015.

<sup>4</sup> Carlos Roberto “Bem-Te-Vi” é a voz oficial do canal desde 1983, e narra chamadas, vinhetas e produtos diversos.

*dia e Cia*, Jackeline Petkovic, sorri e a frase musical canta “Vem brincar, a nossa festa não tem hora”. O pai aparece já no local de trabalho, trajado de terno e gravata, no que parece ser um escritório. Há três tevês ligadas no SBT, duas na estante, que exibem o rosto de Carlos Alberto de Nóbrega, da *Praça é nossa*, e outra dentro da gaveta, que mostra a abertura do *Cinema em Casa*; a locução continua: “Chega e fica a vontade”.

O corte nos conduz de volta à casa, onde o menino brinca sozinho de futebol de botão sob uma mesa que na verdade é uma tela exibindo *Chaves* – o locutor fala “Pra brincar”. A esposa está no supermercado; dentro do seu carrinho de compras está uma mini-televisão que exhibe a vinheta de abertura da sessão de novelas da tarde *Sessão de Amor*. Ao passar pela seção de televisores, a dona de casa nota que eles mostram uma cena de novela; a locução enfatiza: “Acompanhar e alegrar o dia a dia da família brasileira”. Na prateleira, há vários discos cuja capa é estampada pelo rosto sorridente de Silvio Santos.

Por fim, o marido já aparece na sala de casa, liga a televisão no *Show do Milhão*, aparentando estar ansioso e atento a Silvio Santos. A voz ao fundo diz “Então tá combinado” quando sua esposa chega e muda de canal; ouve-se um som de vaias e o homem fica bravo, o locutor adverte: “Nada de mudar de canal”, o marido olha e repreende a mulher, que volta para o SBT e prepara algum alimento, já que porta uma tigela e uma colher. A locução diz “Afimal...”, e na tela, o participante acerta a resposta e após ouvirem a indefectível frase “Certa resposta”, de Silvio Santos, todos comemoram, com o locutor finalizando: “uma grande amizade é assim. 20 anos de SBT: mania de te ver. Toda a narrativa é permeada pela trilha instrumental do tema especial composto para comemoração dos 20 anos do canal (presente em outra vinheta), além dos áudios originais dos programas exibidos pelas referidas tevês ligadas.

Embora pouco factível – afinal, como explicar a presença de aparelhos de TV dentro da geladeira, do armário do banheiro e no carrinho de supermercado? –, a vinheta em tela busca expressar essa relação de proximidade e, mais ainda, de



intimidade com o telespectador. Desde seu surgimento, o SBT refere-se à família como seu público central, investindo em uma programação que abarque todas as faixas etárias possíveis; por exemplo, não por acaso ela é a única emissora atualmente que mantém uma programação infantil, já tradicional.

### **A família no SBT**

No intuito de retratar o dia de uma família real, a vinheta opta por figurar as atividades realizadas pelos familiares e as funções por eles desempenhadas, narrativa da qual emerge a discussão a respeito dos papéis sociais ocupados pelos personagens.

Entendemos que o homem e a mulher são um casal desde o primeiro momento, já que ambos dividem a cama; todavia, só é possível inferir sobre a ocupação de cada um deles aos poucos a partir da montagem, que vai dando pistas sobre a caracterização do marido e da esposa. Os dois começam o dia de modo igual, mas o terceiro corte nos conduz até o banheiro da casa, onde o homem se barbeia; ainda não é possível identificar as atribuições dele, mas o corte a seguir mostra a esposa já arrumada e com a mesa do café posta. Assim, já é possível concluir que é dela a função de cuidar da alimentação da família, tarefa que parece demandar grande responsabilidade; a pressa e preocupação expressas em sua face e seus movimentos corporais indicam que tudo deve estar pronto para alguém.

Logo depois surge o marido e o filho, e então intuímos que eles são os próximos a tomarem o café. Todo aquele cuidado e preocupação da mulher passam então a fazer sentido, afinal, ela tinha que servir os “homens da casa”. Entendido isso, a moça indeterminada passa a ser agora uma *mãe*, e graças a ela, seu filho pode comer sossegado enquanto assiste aos desenhos e seu marido chega ao local de trabalho, devidamente alimentado (embora isso não tenha sido evidenciado). As cenas poderiam facilmente ilustrar um comercial de margarina, já que simulam acontecimentos próprios de um cotidiano idealizado e organizado em que tudo ocorre bem.

A montagem concatena ações de um dia completo e, mesmo a mulher tendo feito mais tarefas que o marido, a vinheta pode transmitir a impressão de que ele trabalhou mais; ele *sim foi* trabalhar, passou a manhã e a tarde fora de casa enquanto ela saiu “apenas” para fazer compras. Pensando assim, seria compreensível a repreensão do marido, pois após um dia de trabalho ele tem que descansar, e a mulher não deve mudar de canal, e *sim* continuar preparando o jantar – poderiam dizer alguns.

Nessa engrenagem de atividades suscitou-nos a figuração da esposa, especificamente, devido às obrigações que são delegadas a ela: além de providenciar o café da manhã, ela cuida do filho, vai às compras, e prepara outro alimento, ao fim do dia. Ou seja, a montagem optou por destacar momentos indicadores de que quase todo o seu tempo diário é dedicado ao outro, o que a caracteriza como uma dona de casa prestativa e uma mãe amorosa, que mesmo na correria, ajeita o cabelo do filho e se emociona com a telenovela<sup>5</sup>.

De outro lado, a edição não traz tantas tomadas do marido, não sendo possível especificar sua profissão. Todavia, o cenário, com a mesa, telefone e estante repleta de livros indica um escritório, o que o figurino mais sóbrio (terno, camisa social e gravata) reforça. Assim, em comparação com a mulher, seria o homem quem de fato trabalha na casa; a própria ausência de detalhes sobre a ocupação laboral do marido pode ser entendida como sua ausência no dia da família, o que se justificaria pelo fato de ele ser o responsável por manter financeiramente as despesas da casa.

O cenário, aliás, é um dos elementos estilísticos mais importantes para demarcar os papéis sociais dos personagens desta vinheta, pois são eles que nos possibilitam caracterizar o lugar e a ocupação de cada um, reforçando a construção da montagem citada acima e criando espaços cênicos para que o ator se expresse.

---

<sup>5</sup> Vale destacar a vinculação entre os personagens da vinheta e os apresentadores do SBT como outro modo de determinação dos papéis do homem e da mulher, já que cada um vê seus pares nos televisores, construindo a ideia de que existem programas de mulher para mulher e de homem para homem. Não por acaso o marido vê Ratinho, Carlos Alberto de Nóbrega, Gugu e Silvio Santos enquanto a esposa assiste ao programa *Hebe* e a sessão de novelas *Tarde de Amor*. Assim o SBT define o público de seus programas e também os gostos e hábitos dele – “novela é coisa de mulher”, “Ratinho é para homens”, e assim por diante.

As escolhas cênicas apostam na obviedade garantindo o reconhecimento e compreensão rápida dos papéis sociais de cada membro da família. Entendemos que o homem e a mulher são marido e esposa porque dividem a mesma cama; assumimos que o marido trabalha fora por causa do vestuário e da mobília típica de escritórios; compreendemos que a mulher é dona de casa porque fica mais circunscrita aos ambientes domésticos, e mesmo quando surge em externa, aparece em um cenário ligado às necessidades do lar.

Logo, estão dadas as representações que formam a família da vinheta: à mulher cabe o papel de dona de casa, telespectadora de novelas, amorosa e prestativa com o filho e o marido, que por sua vez, encarna o provedor que trabalha para o sustento da casa. O filho tem a responsabilidade tão somente de brincar e assistir desenhos – no SBT, claro.

Essa configuração remete aos antigos arranjos familiares, unidos pelo laço conjugal, geralmente “[...] preso a uma divisão interna do trabalho, o marido como provedor e a mulher preocupada com os filhos, o lar e a casa” (GIDDENS, 2002, p. 87). A “família brasileira” referida pelo SBT assemelha-se à concepção moderna do termo, definida por Vaitsman (1994):

o grupo de parentesco formado a partir da união fundada na livre escolha e no amor – o casamento moderno – constituído geralmente pelo núcleo do casal, mas podendo incorporar outros agregados – caracterizado pela divisão sexual do trabalho nas esferas pública ou privada atribuída segundo o gênero. [...] Fundada numa dicotomia entre papéis públicos e privados, a família conjugal moderna, como categoria sociológica e histórica, se constitui não como um modelo igualitário, mas hierárquico, e tornou-se o padrão dominante entre as classes médias dos grandes centros urbanos brasileiros até meados dos anos 60 (VAITSMAN, 1994, p.16-7).

Por isso a representação de família contida na vinheta pode ser considerada conservadora, já que ignora as mudanças na noção de conjugalidade e as conquistas femininas ocorridas nos últimos anos. Por exemplo: no último censo do IBGE houve um aumento de famílias tendo a mulher como responsável (de 22,2% para 37,3%)<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Disponível em <http://7a12.ibge.gov.br/vamos-conhecer-o-brasil/nosso-povo/familias-e-domicilios.html>. Acessado em 12 jun. 2015.

Estilisticamente, tais construções se dão sobremaneira de modo visual, já que não há falas dos atores e a narração incidental serve mais para destacar a onipresença do canal e “amizade” com o público. São os cenários e a montagem as principais estratégias para que reconheçamos uma família no vídeo e nos identifiquemos com ela, que pretende figurar a “família brasileira”, como a locução cita.

Fechamos a análise da vinheta fazendo a ressalva de que, longe de intentarmos uma leitura crítica *apenas* a fim de denunciar uma representação estereotipada ou opressiva da mulher ou algo semelhante, nosso objetivo principal é partir dessa análise para discutir em que medida esse modelo clássico de família nuclear serve ao SBT e interfere na interação que ele propõe à sua audiência.

### **A familiaridade no SBT**

Jesús Martín-Barbero (2009) elenca três mediações para que entendamos a interação que as lógicas de produção estabelecem com a instância da recepção: a temporalidade social, a competência cultural e a cotidianidade familiar – esta última que destacaremos agora devido à sua pertinência para a discussão sobre o papel da mediação da família na paisagem televisiva do SBT.

O autor parte da premissa de que a família é a unidade básica de audiência televisiva na América Latina, e isso ocorre, segundo ele, porque o contexto familiar representa para a maioria das pessoas a principal instância de reconhecimento e refúgio da rua, lugar do desconhecido, do perigoso e da violência. Por isso, na investigação em TV não podemos desconsiderar a cotidianidade familiar como lugar social de extrema importância para os setores populares; ainda mais quando nos detemos sobre o SBT, que refere-se à família recorrentemente.

“Âmbito de conflitos e fortes tensões, a cotidianidade familiar é ao mesmo tempo um dos poucos lugares onde os indivíduos se confrontam como pessoas e onde encontram alguma possibilidade de manifestar suas ânsias e frustrações” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 295). Frustrações estas que são muito características do contexto desigual e periférico da América Latina, do Brasil e do público do SBT,

prioritariamente formado pelas classes C, D e E. Por tudo isso, falar de família é falar de um dos espaços fundamentais de leitura e codificação da TV em nossa realidade – daí a importância de não se deixar de falar para a família.

O primeiro dispositivo para o engendramento dessa familiaridade no texto televisivo é a simulação de contato, função responsável por manter o telespectador sempre aderido ao que se passa na tela seja por intermédio de um personagem popular que desempenhe o papel de apresentador ou pelo tom coloquial das emissões. Outra estratégia seria a retórica do direto, que diz respeito à combinação entre a proximidade e a magia que o ato de assistir à televisão nos proporciona, trazendo para perto aquilo que parecia inalcançável (MARTÍN-BARBERO, 2009).

Fazendo uma leitura da proposta de interação do SBT à luz das mediações propostas por Martín-Barbero (2009), percebemos que o canal investe na cotidianidade familiar não apenas simulando na vinheta analisada o cotidiano de uma família, mas de variadas maneiras. Procedendo a um pequeno recuo histórico nas vinhetas institucionais do SBT, notamos que quase todas as vezes em que o público é trazido para dentro das peças, há pelo menos uma família fictícia presente. Focadas no modelo clássico de assistência televisiva, há vários exemplares de tentar representar o público por meio de atores que parecem ser familiares sentados em frente ao televisor<sup>7</sup>.

Vemos que, de modo bem geral, a encenação é o principal elemento estilístico que opera para representar visualmente a família, pois a performance dos atores reproduz rotinas cotidianas de uma família, tais como ir ao trabalho, fazer compras e assistir à televisão e a direção de cena coloca os atores juntos, unidos, como se pertencessem à mesma unidade familiar. A domesticidade da TV, discutida há pouco, é traduzida estilisticamente também por meio dos cenários, que simulam locais tipicamente como quartos, salas, cozinhas e banheiros; assim, há uma aposta na associação do núcleo familiar a espaços domésticos.

---

<sup>7</sup> Imagens ilustrativas de qualquer tipo não foram acrescentadas no corpo do texto por motivos de limite espaço do artigo.



O sentimento de pertencimento familiar é evocado não apenas quando a família é representada, mas também quando vemos os artistas e funcionários do SBT confraternizando festivamente como se fizessem parte da mesma família. Notamos que há uma preocupação em traduzir a alegria não só nas músicas, mas na encenação, por isso, os membros do elenco da emissora são sobremaneira representados de modo positivo. Isso quer dizer que os apresentadores, humoristas, jornalistas, atores e atrizes e demais contratados aparecem constantemente sorrindo, alegres, felizes por pertencerem à “família SBT”, à roda de amigos que se estabelece entre eles e quem assiste à vinheta.

Dessa forma, som e imagem se complementam, e a integração entre trilha sonora e encenação dá a ideia de amizade, alegria e felicidade que vigora no discurso do canal, que apresenta-se como um lugar familiar, do qual fazemos parte e somos muito bem-vindos, como se fôssemos um parente querido – o SBT possibilita “conhecer personagens que poderiam ser você naquele instante”, como diz uma vinheta.

A família é evocada no SBT até mesmo por um modo mais literal: os apresentadores mostrando seus familiares de verdade – por exemplo, quando o casal de jornalistas Eliakim Araujo e Leila Cordeiro cantam ao lado dos filhos, Carlos Alberto de Nóbrega beija emocionado o filho em uma vinheta, a jornalista Joyce Ribeiro aparece com sua filha recém-nascida, ou a apresentadora Patrícia Abravanel surgem grávidas no vídeo.

A mediação da família sustenta a proposta de interação do SBT e passa também pela própria família de Silvio Santos; o SBT é uma empresa explicitamente familiar e faz questão de ressaltar isso. São interessantes as referências de Silvio à sua família: por várias vezes o apresentador divulgava um filme em seu programa dizendo que ele mesmo não tinha visto, mas sua mulher assistiu e gostou. Em 2009, uma vinheta na programação dizia “Mulher de Silvio Santos faz revelação”, em alusão à telenovela que Íris Abravanel escrevia, *Revelação*. Agora, com a permanência de Íris na dramaturgia e a presença constante das filhas Patrícia e Silvia como

apresentadoras, esses vínculos ficam cada vez mais evidentes (Daniela, outra filha, é a diretora artística do canal).

Assim, concretiza-se no discurso institucional do SBT aquilo que Martín-Barbero (2009) considerou serem marcas da televisão na América Latina, afeita a aproximar, familiarizar tudo quanto possível:

Na televisão, nada de rostos misteriosos ou encantadores demais; os rostos da televisão serão próximos, amigáveis; nem fascinantes, nem vulgares. Proximidade dos personagens e dos acontecimentos: um discurso que *familiariza* tudo, torna “próximo” até o que houver de mais remoto e assim se faz incapaz de enfrentar os preconceitos mais “familiares”. Um discurso que produz seus efeitos a partir da mesma forma com que organiza as imagens: do jeito que permitir maior transparência, ou seja, em termos de simplicidade, clareza e economia narrativa (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 297).

A proximidade almejada – e alcançada – pelo canal é tanta, que ele se afirma como uma TV feita para a “família brasileira”, havendo um investimento em laços não apenas afetivos, mas vínculos quase sanguíneos, familiares. Quando completou 25 anos, afirmou em uma vinheta: “Bodas de prata com o público brasileiro”.

### **O SBT tem tudo a ver com a sua família?**

Seja representando famílias nas vinhetas, mostrando os familiares dos apresentadores, encenando o elenco como se fossem parentes ou até expondo as filhas e esposa do dono, o intuito é reforçar a ideia de que o canal é uma família ou que faz parte da família do telespectador. Mas como essa mediação se apresenta ou é sentida pelo público do SBT? Quando o SBT fala de família, de que família ele está falando?

Vejamos o texto da mensagem veiculada pelo vídeo publicitário publicado na *fanpage* da emissora no último 8 de dezembro, dia da família, e que trouxe os seguintes dizeres:

O SBT tem tudo a ver com a sua família. Até porque toda família tem um filho chorão. Um tio que adora contar piada. Um pai que pega no pé da filha. Um sobrinho que só apronta. Aquele primo que tá sempre de bom humor. Toda família tem até uma briguinha de vez em quando, mas no

final tudo sempre acaba bem. SBT: há 33 anos, a história da nossa família se confunde com a sua<sup>8</sup>.

Para pensar possíveis respostas a essas e outras perguntas, partimos do texto para o contexto, e olhamos para os comentários ao vídeo citado acima quando publicado no *Facebook*; embora não sejam nosso *corpus* principal, as reações dos usuários são reveladoras de pelo menos uma amostra da recepção do canal.

A maioria das 823 mensagens demonstrou apoio ao SBT, concordando com aquilo que foi dito no vídeo e se identificando com ele. As falas suscitam a ideia de que aquele é um “canal família” porque atende a todas as faixas etárias e permite que os familiares assistam juntos à televisão. Segundo os seguidores, isso só seria possível no SBT, já que suas produções priorizariam uma conduta pautada na “moral e nos bons costumes” que não agrediriam o público. Isso quer dizer que, na concepção do público, ao contrário dos outros canais, o SBT não mostra cenas de sexo, violência ou casos de relações homoafetivas. Vejamos alguns exemplos:

Gisele Silva: Realmente o SBT é uma emissora bem família, conseguimos sentar a família inteira sem ter que pular canais, Parabéns Silvio Santos Deus te abençoe

Bruna Moraes Oliveira: Tenho que admitir o SBT realmente é a única emissora que dá pr sentar com uma criança e deixala tranquilamente quanto tempo quiser , pra toda família , gosto muito !!!

Clélia Ferreira: O SBT e o melhor canal de televisao. Vc se diverte aos domingos, as reportagens sao otimas, enfim e o canal que ate criança pode assistir sem que venha aparecer sexo abertamente.

Raissa De Souza: A SBT pra mim,é a melhor emissora...Porque conserva os valores da família...só no SBT é que podemos assistir a qualquer hora que não passa besteira! Pensa na familia como um todo

Evando Ramos: O SBT é uma das maiores emissoras de televisão por conta disso e por isso é tão amado! Continuem preservando os valores da família como sempre fez! #SBTista #Amo

Marilia De Mattia: Este eu assisto com minhas netas.E família !....

---

<sup>8</sup> As imagens mostram que Quico, personagem de *Chaves*, seria o filho; Carlos Alberto de Nóbrega, o tio; Silvio Santos, o pai; Patricia Abravanel, a filha; Danilo Gentili, o sobrinho; Celso Portioli, o primo; e Christina Rocha, a responsável por aticar e depois apartar os barracos dos *Casos de Família*. Disponível em <https://www.facebook.com/SBTonline/videos/786941308009627/>. Acessado em 8 dez. 2014.

Alan Araújo: SBT a melhor, e que respeita as famílias

Vanderlei Carrion Balda: Com toda a certeza, a SBT é a tv da família rimos e nós emocionemos sem nos preocupar se vai aparecer algo obsceno. Que Deus conceda muitos e muitos anos de vida a esta emissora que nós encanta e é claro ao nosso querido Silvio santos .

Embora a maioria dos comentários tenha demonstrado apoio ao canal, surgiram tensões; usuários apontaram alguns desvios àquela conduta adequada do SBT, como nudez e sexo:

Joao Paulo: PEGADINHAS COM MULHERES NUAS TUDO A VER COM A FAMÍLIA MESMO...

Sergio Ricardo Ayres Faria: a é o filme que vcs vão passar hj é bem familia mesmo so sexo

Vander Calixto: Se fosse tão família assim não passava cenas de sexo as 16:30 da tarde #sóaxo

Fabiano Fernandes: Tirando a Banheira do Gugu, é bem família mesmo.

Chamaram atenção ainda os comentários a respeito de uma polêmica a respeito da novela *Sortilégio*, exibida no ano passado. Na produção mexicana os personagens Ulisses e Roberto são bissexuais e têm um caso, mas fingem ser apenas amigos e têm namoradas. Na versão original aparecem nus trocando carícias na cama e falando sobre sua sexualidade, mas o SBT optou por editar<sup>9</sup> as cenas e redublá-las, desagradando uma parcela da audiência que se manifestou em mensagens tais como:

Gabriel Peloso: preferem tirar um casal gay da novela e colocar dois marmanjos que tratam a mulher como um objeto, boa em SBT, o nível de burrice agora foi forte, minha audiência a novela perdeu e garanto que de um bom público feliz com um tema desses também #Sortilégio

Heliton Diego Lau: Tem certeza? E as famílias homoafetivas, podem se sentir inseridas também?

---

<sup>9</sup> Um exemplo de corte foi o visto no dia 21 de novembro, em que o SBT transformou Roberto em hétero. Na versão mexicana, ele diz a Ulisses, em tom jocoso, que vai ver a sua “mulher”. A dublagem trocou “mulher” por “Raquel”, nome da falsa namorada, e fez o personagem suspirar, como se estivesse apaixonado por ela. Trocou a ironia original por uma declaração de amor velada. Disponível em <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/sbt-corta-cenas-e-transforma-casal-gay-de-novela-mexicana-em-hetero-5804>. Acessado em 20 jul. 2015

Fernando Ungaretti: Nem todas famílias, mostre o casal homoafetivo da novela mexicana.

Veck Gonzales: [...] Infelizmente o Sistema de televisão brasileiro não reconhece a diversidade dos brasileiros.

O SBT alegou que as alterações foram feitas para adequar a novela à classificação indicativa para o horário de exibição, de acordo com a lei; contudo, o Ministério da Justiça não veta insinuações homoafetivas, e outras cenas de sexo consideradas “pesadas” protagonizadas pelos personagens Alessandro e Maria José foram ao ar.

Assim, a mediação da família evoca uma identificação da parcela do público que entende-a enquanto lugar para cultivar determinados valores (palavra citada em diversos comentários), princípios e tradições familiares, já que no SBT ainda predomina aquele modelo doméstico dos tempos de outrora, patriarcal por excelência.

Uma leitura puramente culturalista poderia afirmar, por exemplo, que isso ocorre devido ao público do canal, que supostamente por ser diretamente ligado a Silvio Santos, pertenceria a uma faixa etária mais velha e portanto mais tradicionalista. Contudo, uma pesquisa do IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) que, embora o público da TV aberta esteja envelhecendo aceleradamente, o SBT foi a única emissora na qual ele rejuvenesceu: nos últimos cinco anos; os telespectadores na faixa dos 12 aos 17 anos subiram de 11% para 13%<sup>10</sup>.

### **Notas finais – Um canal família**

Assim, tanto o sucesso de *Carrossel* e o insucesso de *Amor e Revolução* são dois de vários episódios que mostram aquilo que defendemos ao longo do capítulo: o SBT acabou por formar um *ethos* fortemente reconhecido pelo público, que por sua

---

<sup>10</sup> A participação dos que têm mais de 50 anos cresceu apenas dois pontos percentuais, de 24% para 26%. Crianças, adolescentes e jovens são mais representativos. De cada cem telespectadores, 37 tinham de 4 a 24 anos em 2010. Hoje eles são 36. A Record é hoje a emissora com o público mais velho: 41% de seus telespectadores são maiores de 50. Disponível em <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/publico-da-tv-aberta-envelhece-e-sustenta-jornais-sensacionalistas-7288>. Acessado em 10 jun. 2015.



vez, ao se reconhecer nele, rejeita quaisquer desvios à identidade tão consolidada do canal.

Criou-se e estimulou-se ao longo dos anos uma espécie de “competência cultural” que possibilita o público a reagir quando não encontra no SBT aquilo que se habituou a ver desde sempre. É esse *ethos* que perseguimos em nossa pesquisa, mas já é possível afirmar que de maneira muito latente e ao mesmo tempo muito sutil, passam por ele as mediações da brasilidade e da família, esta marcada por matrizes culturais de forte cunho tradicional e conservador.

Contribui para esse viés tradicionalista do canal uma configuração específica da unidade familiar, que difundida por ele durante toda a sua história (em vinhetas, novelas e demais programas), encontra adeptos muito mais acostumados à repetição de padrões como aquela representação da vinheta analisada do que às novas configurações familiares na contemporaneidade.

O SBT seria uma espécie de “oásis” no horizonte televisivo para quem não concorda com as questões sociais atuais retratadas pelas produções da Globo ou não assimila a complexidade narrativa da emissora líder, preferindo uma linha de produtos mais afeitos ao melodrama explícito, ao popular, ao tradicional, ao arcaico, aos valores e à simplicidade – algo que pode ser visto na fala da gerente de comunicação do canal: “Nossas novelas não têm cena de sexo, não têm nada que vai denegrir a imagem da família, do pai, da mãe, das crianças, do vô e da vó”<sup>11</sup>.

Como exemplo para comparação, se na Globo o telespectador vê Fernanda Montenegro e Nathalia Timberg em um beijo considerado como “ato político”, ele muda para o SBT e acompanha os dramas e as alegrias das crianças da Escola Mundial, entremeados por clipes musicais coloridos que falam de amor, amizade e alegria.

Assim, mais do que apenas uma mediação ou unidade de audiência, a família atua no SBT enquanto delimitadora de público-alvo, apresentando-se como uma opção de certo modo mais conservadora a fim de contemplar uma fatia da audiência

---

<sup>11</sup> Disponível em [www.youtube.com/watch?v=9570x-IWR-E](http://www.youtube.com/watch?v=9570x-IWR-E). Acessado em 10 jul. 2015.

insatisfeita como os outros canais vêm tratando as transformações da configuração de família no Brasil. Tal enquadramento opera apagando conflitos e repetindo padrões a fim de capturar uma fatia de mercado com normas, valores, papéis sociais e gostos muito bem definidos, apta para consumir aquilo que vá ao encontro de sua visão de mundo. Insistir em um modelo familiar que confina a mulher no universo doméstico e enquadra o homem como provedor da família significa investir em um *status quo* que caminha para ser revisto e reelaborado na TV, e o SBT seria então o lugar onde isso não ocorreria, e tudo permaneceria da mesma forma.

No canal, ser família é conservar valores positivos, viver uma moralidade baseada em tradições e normas passadas há muito tempo de pais para filhos. Tal posicionamento parece ter sido eficaz até hoje, e se levarmos em conta os anseios da “tradicional família brasileira”, ousamos dizer que muito provavelmente ele persistirá. Ao assistirmos ao SBT, vislumbrar mudanças nesse sentido torna-se um verdadeiro desafio, e parece ficar tudo como está: Silvio Santos no auditório, Chaves na vila, Maria do Bairro no sofrimento, marido no trabalho e mulher na cozinha.

### **Referências bibliográficas**

- BARBOSA, Marialva. *História da comunicação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 2013.
- BUTLER, Jeremy. *Television style*. New York: Routledge, 2010.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. *Da tela à rede: a construção da identidade SBTista*. Monografia (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) – Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2013.
- VAITSMAN, Jeni. *Flexíveis e Plurais: Identidade, Casamento e Família*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

## **Rádio e transmissão de Cultura<sup>1</sup>** Uma análise dos roteiros de Walter Benjamin

Renata Guimarães Victor de Oliveira<sup>2</sup>

### **Grupo de trabalho**

GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som

### **Categoria**

Pós-Graduação

### **Resumo**

O presente artigo propõe uma breve análise do olhar de Walter Benjamin sobre o rádio, com base em seus roteiros radiofônicos, escritos para o universo infantil, que estão compilados na obra “A hora das crianças – narrativas radiofônicas de Walter Benjamin”. Para tal, é necessária uma revisão bibliográfica do pensamento benjaminiano transitando por conceitos do autor, entre eles, a concepção de infância, experiência, história e a figura do narrador. A intenção é fazer apontamentos sobre a forma como o pensador observava as potencialidades do veículo de massa, na Alemanha, ainda em sua primeira década de existência. Além disso, será feito um suave paralelo com os desafios que os profissionais de hoje têm na reformulação do rádio expandido, uma vez que este se apropria no ambiente digital, de elementos sonoros e parassonoros, numa realidade convergente e multimídia, tendo que atender uma nova demanda de ouvintes.

### **Palavras-chave**

Rádio, roteiro, infância, Walter Benjamin

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação Social, na linha Tecnologias de Comunicação e Cultura, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ). E-mail: renatavictoronline@gmail.com

## Introdução

O rádio ainda era novidade quando o filósofo Walter Benjamin aceitou o convite de escrever roteiros radiofônicos voltados para o público infanto-juvenil em Berlim e Frankfurt, entre 1929 e 1932. Os 29 textos compilados na obra *A hora das crianças – narrativas radiofônicas de Walter Benjamin* fazem parte de um original com o título *Aufklärung für Kinder*, que significa em tradução para o português “Esclarecimento para crianças”. O título já aponta que os textos não são esvaziados de propósito, apesar de serem escritos para ouvintes com idade entre 7 e 14 anos. A partir da leitura da obra em português<sup>3</sup>, e também da versão em inglês<sup>4</sup> dos roteiros radiofônicos escritos pelo pensador, pode-se observar que tipo de olhar ele tinha sobre a infância; como adaptava temas que transitam suas obras intelectuais para um público de tão pouca idade e; em que medida, observava as potencialidades tecnológicas e particularidades do veículo de massa a partir da demanda de uma nova audiência.

No início do século XX não havia dúvidas sobre o que era rádio, e sua definição consensual o caracterizava como o “meio de comunicação que utiliza emissões de ondas eletromagnéticas para transmitir a distância mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas” (FERRARETTO 2001, p. 23). Porém, a chegada do universo digital na comunicação e a ocorrência da convergência midiática trazem mudanças significativas em vários aspectos, entre eles, nos modos de produção, distribuição, recepção. Esse novo cenário exige a necessidade da ampliação do conceito de rádio, que agora é entendido de forma mais ampla, como um rádio expandido, que vai além do formato hertziano (KISCHINHEVSKY, 2007) e como uma linguagem independente do suporte (FERRARETTO, 2009).

Nas décadas de 20 e 30, do século XX, Walter Benjamin conseguiu obter um olhar contemporâneo, à frente do seu tempo, sobre o novo veículo, fugindo dos

---

<sup>3</sup> BENJAMIN, Walter. *A hora das crianças: Narrativas radiofônicas de Walter Benjamin*, Tradução de Aldo Medeiros, Rio de Janeiro: Nau editora, 2015.

<sup>4</sup> BENJAMIN, Walter. *Radio Benjamin*. edited by Lecia Rosenthal ; Tanslated by Jonathan Lutes, Lisa Harries Schumann and Diana K. Reese: Verso, 2014.

paradigmas consensuais da época, e levando em conta as necessidades da nova audiência e as possibilidades técnicas do veículo. Hoje, os profissionais do rádio precisam também reformular o veículo dentro da dinâmica exigida pelo novo modelo de ouvinte e suas particularidades no cenário digital, convergente e multimídia.

### **Conceitos que perpassam as narrativas radiofônicas de Walter Benjamin**

Walter Benjamin tem suas obras valorizadas atualmente na academia, mas não foi sempre assim. É preciso lembrar que o intelectual teve a tese recusada na Universidade de Goethe, em Frankfurt, por de certa forma, criticar a academia com a obra *A origem do drama barroco Alemão*<sup>5</sup>. Assim como o título da habilitação recusada, *A hora das crianças – narrativas radiofônicas de Walter Benjamin* – “Esclarecimento para crianças” - também traz sua intenção ao pensamento crítico. Há indicações de como o autor observa a criança na cultura e a importância do brincar e da infância. Também perpassam conceitos encontrados em outras obras como experiência, história, memória, e a figura do narrador.

Segundo a autora do projeto editorial do livro na versão em português, Rita Ribes<sup>6</sup>, a obra original reúne 86 programas, sendo que, o próprio Benjamin narrou 60 deles. Os textos foram deixados em Paris quando o filósofo fugiu dos nazistas durante a Segunda Guerra. Os escritos acabaram nas mãos da Gestapo e por sabotagem foram preservados e levados para a Rússia. Somente em 1960 retornaram para a Alemanha tendo publicação em 1985. A versão em português foi publicada em 2015, pela Nau Editora. No Brasil poucas são as experiências radiofônicas voltadas para o público infantil, mas na Alemanha, elas são mais comuns e são chamadas de *Hörspiel*, onde

---

<sup>5</sup> *Origem do Drama Barroco Alemão*. Trad. e pref. Sérgio Paulo Rouanet, São Paulo: Brasiliense, 1984.

<sup>6</sup> Rita Ribes, Professora da Faculdade de Educação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, em entrevista ao jornal O Globo. <http://oglobo.globo.com/blogs/graca-ramos/posts/2015/05/16/walter-benjamin-radio-as-criancas-566791.asp>. Acessado em 29 de junho.



crianças adquirem o hábito de escuta e se deixam contaminar pelas imagens sonoras exercitando a imaginação e a percepção (BENJAMIN, 2014).

É interessante pensar que o próprio Benjamin referia-se aos roteiros como obras secundárias. Em Notas à edição Alemã, em *A Hora das crianças* (2015, p. 07), há o registro de escritos de Benjamin a Scholem, em 1930: “Fiz duas palestras na rádio de Frankfurt e agora posso (...) dedicar - me a coisas mais úteis”. Segundo Adorno, isso aconteceu pelo fato do pensador ter sido remunerado para escrevê-los em um período de dificuldades financeiras. Mas, será que foi só por dinheiro que ele as escreveu?

Benjamin era colecionador e, entre outras coisas, colecionava brinquedos artesanais e livros infantis. Em algumas de suas obras ao longo da vida intelectual é possível encontrar falas com referências ao universo infantil e aos brinquedos. Um exemplo é *Obras escolhidas* (1996, p. 235 a 253), onde existem essas referências nos textos que fecham o livro: “Livros infantis antigos e esquecidos”, “História cultural do brinquedo”, e “Brinquedos e brincadeiras - Observações sobre uma obra monumental (1928)”.

Segundo Platão, podemos entender a infância de duas formas: 1) como a ausência do saber, algo inferior, é a falta de experiência que precisa ser transformada em adulto sem medo e capaz de fazer escolhas através da razão; 2) é a primeira fase da vida, etapa na qual se imprime a personalidade, é a possibilidade (KOHAN, 2003). No pensamento benjaminiano a criança não é meramente a miniatura de adultos ou um ser sem capacidade argumentativa e reflexiva, por isso é preciso prestar atenção em características particulares dos modos de fazer da infância, pois ela também é produtora de conteúdo e de cultura com múltiplas potencialidades. No roteiro “Passeios pelos brinquedos de Berlim” fica explícita a intenção do autor quanto à escrita dos textos para os pequeninos:

Eu disse a mim mesmo: os adultos podem escutar no rádio todo o tipo de programa que interessa a eles com informações especializadas, apesar de, ou exatamente porque eles já entendem do assunto tratado, no mínimo tanto quanto o locutor do programa. E porque não se pode fazer esses programas especializados para crianças também? Por exemplo, sobre

brinquedos; apesar de, ou exatamente porque eles entendem de brinquedos no mínimo tanto quanto o homem que aqui lhes fala. (BENJAMIN, 2015, p. 61)

Entre as referências que Benjamin faz ao universo infantil ao longo de suas obras está a importância do brincar para recriar o mundo e seu potencial de ressignificação:

O adulto alivia seu coração do medo e goza duplamente a felicidade quando narra sua experiência. A criança recria essa experiência, começa sempre tudo de novo, desde o início. Talvez seja esta a raiz mais profunda do duplo sentido da palavra alemã *Spielen* (brincar e representar): repetir o mesmo seria seu elemento comum. A essência da representação, como da brincadeira, não é “fazer como se”, mas “fazer sempre novo”, é a transformação em hábito de uma nova experiência devastadora. (BENJAMIN, 1996, p. 253).

Na pedagogia atual há linhas que estudam a infância com perspectivas sociológicas e até mesmo antropológicas para compreenderem os modos de viver da criança em sua pluralidade. Olhar a infância de forma não linear em sua construção histórica é admitir contradições na concepção dela mesma. Era assim que Benjamin percebia os pequenos já nas décadas de 20 e 30. Talvez, por estar nessa linha de pensamento ele tenha aceitado o desafio de escrever roteiros radiofônicos, de duração de aproximadamente 20 minutos, para um público que seria o futuro da Alemanha moderna, com suas tensões entre homem, natureza e técnica. No fragmento “A caminho do Planetário”, em *Rua de mão única*, ele diz:

Dominação da Natureza, assim ensinam os imperialistas, é o sentido de toda técnica. Quem, porém, confiaria em um mestre-escola que declarasse a dominação das crianças pelos adultos como o sentido da educação? Não é a educação, antes de tudo, a indispensável ordenação das relações entre as gerações e, portanto, se quer falar de dominação, a dominação das relações entre gerações, e não das crianças? E assim também a técnica não é a dominação da Natureza: é dominação da relação entre Natureza e humanidade. (BENJAMIN, 1987, p. 69).

Também perpassa as obras do filósofo a ideia que se separarmos a concepção de história<sup>7</sup> não será possível entender um conceito. Por isso, é tão importante pensar

---

<sup>7</sup> É a história fragmentada, não linear, que deve ser reordena e ressignificada no espaço-tempo.

de forma atrelada: experiência e história; história e memória; história aberta e o narrador. Pode-se observar o casamento desses conceitos em vários textos do autor, em *Obras escolhidas* (BENJAMIN, 1996), entre eles: “Experiência e pobreza”, “O narrador”, “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica”, “Sobre o conceito de história”.

Nos roteiros radiofônicos de Benjamin observar-se como ele estrutura a narrativa sem esgotar o tema, em uma história aberta, deixando livre novas possibilidades do ouvir, novas interpretações, novas formas de contar e recontar. É dominando com destreza essa fórmula de escrever sem excluir o potencial argumentativo do receptor que ele transforma-se em conselheiro<sup>8</sup>. Um dos exemplos de como o autor explorava a autoridade do narrador sem esconder seus propósitos, é o início do roteiro de título “Caspar Hauser” onde ele diz: “apesar da personagem principal morrer no final, essa história não tem um verdadeiro fim. Ao contrário, ela tem a vantagem de ser uma história que continua, e assim quem sabe, um dia nós todos saberemos juntos como ela acaba.” (BENJAMIN, 2015, p. 171)

Benjamin demonstra preocupação com a relação entre aparatos tecnológicos e o homem. No roteiro “Visita à fábrica de latão” o autor desafia o ouvinte a escutar a história e as descrições das máquinas de nomes quase impronunciáveis. Ele explica que não vai descrevê-las por fora chamando atenção ao fato que “só podemos compreender exatamente o que se passa no exterior, se conhecermos o interior; isso vale tanto para as máquinas quanto para os seres vivos.” (2015, p.107). Em *Obras escolhidas*, no fragmento “Camundongo Mickey”, pode-se observar também esse olhar para a influência da técnica.

O gesto de pegar um isqueiro ou uma colher nos é aproximadamente familiar, mas nada sabemos entre o que se passa verdadeiramente entre a mão e o metal, e muito menos sobre as alterações provocadas nesse gesto pelos nossos vários estados de espírito. (BENJAMIN, 1996, p. 189)

---

<sup>8</sup> No pensamento benjaminiano aconselhar não é dar respostas prontas, é potencializar a continuação de uma história que está sendo narrada a quem tem a experiência de narrar. É a autoridade do narrador.

Além de ter um olhar à frente do seu tempo quanto ao novo modelo de ouvinte, ele se preocupava com o potencial tecnológico do meio eletrônico. O que a maioria dos críticos fazia na época era discutir sobre o potencial político-pedagógico deixando em segundo plano, em certa medida, a necessidade de uma nova linguagem.

### **Olhar diferenciado para a linguagem radiofônica**

É preciso lembrar que o rádio surge na Alemanha no início da década de 20, e em 1925, Walter Benjamin já enxergava a novidade com olhos de quem não se fixa nos paradigmas dos pensamentos da época. Havia um desconforto dos literatos, pois como o cinema, o rádio deveria ser usado, a princípio, como instrumento pedagógico. Sendo assim, o filósofo manteve o caráter pedagógico em seus roteiros radiofônicos prestando atenção na demanda da audiência. Para ele o público não era o receptor meramente passivo, e sim agentes pensantes que estavam ali para ouvir o conselheiro e suas histórias, para depois recontá-las.

Em vários roteiros há a solicitação para que as crianças contem o que ouviram para os pais, para os mais velhos ou para outras crianças. Há sempre interação com a audiência e estímulo para que o ouvinte “entre” na narrativa e a recrie. Um trecho que mostra como os roteiros são “histórias abertas”, e o locutor um “conselheiro” é o final do texto “Um menino nas ruas de Berlim”, no qual ele conta como era Berlim há 120 anos, através de um personagem que descreve o Tiergarten, de 1815, com seus detalhes através da narrativa que dá forma à imagem sonora, e como é feito o encerramento da história possibilitando inúmeras interpretações e reformulações:

Mas limpem direitinho suas botas, pois a casa de Paul Grappe é um local muito distinto. E se então ali, em meio a vistas panorâmicas de cidades, mapas e planos urbanos, vocês lançarem o olhar em direção à janela, vocês terão diante de si exatamente o Tiergarten. E assim, passeando por diversos labirintos, chegamos sem nos dar conta ao lugar de onde saímos vinte e cinco minutos atrás. (BENJAMIN 2015, p. 55)

Surge então uma preocupação com a técnica em um comparativo entre o rádio e o teatro<sup>9</sup>. O Teatro Épico caracteriza-se por uma audiência menor, segue o modelo

---

<sup>9</sup> Teatro como meio, “médium”.

humanista<sup>10</sup> e é baseado na ação e prática carregada da teoria dramática Aristotélica. Já o rádio tem uma audiência maior e conta com seu aparato tecnológico trazendo a descorporificação – a voz é um elemento sem corpo - e preocupação com a demanda da audiência. No novo veículo é preciso pensar a audiência da massa, que é diferente do público restrito do teatro, e as demandas particulares desse novo público, desse novo modelo de escuta. Por isso, o filósofo também demonstra preocupação em repensar uma maneira de se fazer educação para a massa ouvinte que fuja ao modelo humanista literário, pois “apenas assim o aparato permanecerá livre da aura de uma gigantesca empresa de comunicação.”<sup>11</sup> (BENJAMIN, 2014, p. 464. Tradução nossa). A adaptação da linguagem é feita de maneira cuidadosa – sem perder o caráter pedagógico - no texto “Theodor Hosemann”, um dos roteiros de *A hora das crianças*:

Hosemann era então um pintor. Por que falar dele em nossos programas de rádio sobre Berlim? Primeiro, ele não é um autêntico berlinense, e sim nasceu há 123 anos, em Brandenburg na der Havel. Segundo, não é uma ideia meio estranha, falar de um pintor num programa de rádio? Evidentemente eu não vim aqui para tentar descrever para vocês os quadros de Hosemann. Mas, mesmo que eu não descreva nenhum quadro e apenas conte sobre como este homem veio a se tornar pintor, desenhista e ilustrador, o que as pessoas achavam de suas ilustrações e como elas recebiam o seu trabalho, então vocês descobrirão, primeiro, quem era este homem e, segundo, rapidamente descobrir porque eu resolvi falar dele em nosso programa sobre Berlim, apesar de ter vindo ao mundo em Brandenburg. (BENJAMIN, 2015, p 97)

Hoje, essa preocupação com as demandas do público é mais evidente, porém naquela época era difícil admitir, afinal pela primeira vez havia a necessidade de unir objetivos populares e educacionais. Até ali a educação era para os letrados e transmitia-se o que o que era registrado nos ciclos acadêmicos. Todo o conhecimento poderia ser encontrado na enciclopédia. Benjamin já havia percebido que não era interessante reproduzir textos da literatura sem adaptá-los para a linguagem

<sup>10</sup> O modelo humanista aqui se refere ao fato de só ser possível fazer teatro quando o homem é o centro. Sem artistas não há representação, não há espetáculo.

<sup>11</sup> “only thus will the apparatus remain free from the halo of a “gigantic educational enterprise”(do original)



radiofônica<sup>12</sup>. No Brasil, na década de 20, nos primeiros anos do rádio no país, Roquette-Pinto também pensava o veículo com seu potencial pedagógico. Mas, a nova linguagem radiofônica era algo ainda não reformulada e o próprio “Pai do rádio”<sup>13</sup> lia no ar textos dos jornais diários exatamente como eram escritos. (Jung, 2007). Porém, ao escrever seus roteiros o filósofo teve o cuidado de não abrir mão dessa relação entre quem fala e quem escuta e suas demandas particulares, distanciando a maneira de disseminar conhecimento do mundo literário e acadêmico aos do meio rádio.

Em resumo, a peça de rádio em questão luta pelo contato mais próximo possível com a pesquisa recentemente realizada na chamada sociologia da audiência. Ela veria sua confirmação mais alta em sermos capazes de cativar o especialista assim como o sujeito comum, mesmo que por razões diferentes. Com isso, o conceito de uma nova popularidade parece ter encontrado sua definição mais simples. (BENJAMIN, 2014, p. 469. Tradução nossa).<sup>14</sup>

O desafio que o filósofo conseguiu vencer com honrarias foi arriscar, de forma pedagógica e com linguagem adequada ao novo veículo, temas que provavelmente não seriam ditos às crianças. Em *A hora das crianças* arrisco-me dizer que há 3 eixos temáticos que aparecem de forma mais evidente. O primeiro aborda o contraponto entre tradição e mundo moderno, por exemplo, nos roteiros: “O dialeto berlinense”, “O teatro de marionetes em Berlim”, “O comércio de rua e as feiras na Berlim antiga e moderna”. Outro tema abordado é a Cultura Alemã e a literatura, em textos como: “A Berlim demoníaca”, “Visita à fábrica de latão”, “Caspar Hauser”, “Doutor Fausto” e outros. O ultimo tema em evidência é o grotesco, quando o autor fala de catástrofes e na possibilidade de um mundo não tão mágico e puro em: “O terremoto de Lisboa”,

<sup>12</sup> “Linguagem radiofônica engloba o uso da voz humana, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, que atuam isoladamente ou combinada entre si de diversas formas. Cada um desses elementos contribui, com características próprias, para elaboração da mensagem.” (FERRARETTO, 2014, p 35)

<sup>13</sup> Edgar Roquette Pinto é considerado o “Pai do rádio” por ser fundador da primeira rádio oficial do Brasil, em 1923, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, com intuito de difundir a educação através do meio.

<sup>14</sup> “In short, the radio play in question strives for the closest possible contact with the research recently undertaken in so-called audience sociology. It would see its highest confirmation in being able to captivate the specialist no less than the layman, even if for different reasons. And with that, the concept of a new popularity appears to have found its simplest definition. (do original)

“As fraudes em filatelia”, “O incêndio do teatro de Cantão”, “A enchente do rio Mississipe em 1927”.

Hoje é mais fácil entender o raciocínio que Benjamin formulava em relação às particularidades da linguagem. Mas, o filósofo roteirista já afirmava que tão importante quanto o que se fala é como se fala e, pioneiramente chamava atenção para a interpretação, para o uso da voz e os possíveis efeitos sonoros que dão forma ao que se diz (BENJAMIN, 2014).

Na versão em Inglês de *Aufklärung für Kinder*, de título *Rádio Benjamin* (2014), o autor escreve sobre o rádio, como ele o observava apesar de tão pouco tempo de existência do veículo. Esses capítulos não estão contidos na obra em português, pois não são roteiros de programas radiofônicos e sim textos que foram escritos para serem publicados em revistas ou jornais. Neles há registros da preocupação do autor ao aspecto fônico material, ou seja, ao uso da voz e elementos de linguagem no rádio. Lembrando que, na época, a sonoplastia era produzida manualmente com manipulação de folhas de papel, arroz cru, placa de alumínio, corrente, plástico amassado, pedaços de madeira, metal etc.

O uso da voz é tão ou mais importante que o que se diz (BENJAMIN, 2014), para tal é possível recorrer a variações de altura, intensidade, qualidade ou timbre (FERRARETTO, 2014). Como não há registros sonoros do material produzido e narrado por Benjamin, não é possível avaliar como o uso da voz era feito por ele. Isso dificulta uma reflexão mais ampla dos roteiros. Mas, podemos encontrar elementos textuais que permitem um discurso enunciativo<sup>15</sup>, programático<sup>16</sup>, descritivo<sup>17</sup>, narrativo<sup>18</sup>, emotivo<sup>19</sup> e argumentativo<sup>20</sup>.

<sup>15</sup> Discurso enunciativo é aquela que fornece dados concretos. (FERRARETTO, 2014).

<sup>16</sup> Discurso programático é aquele que assume a continuação da narrativa dando unidade ao texto. (FERRARETTO, 2014).

<sup>17</sup> Discurso descritivo é aquele que fornece detalhes ao cenário e personagens auxiliando na criação de imagens sonoras. (FERRARETTO, 2014).

<sup>18</sup> Discurso narrativo apresenta uma ação no tempo e no espaço. (FERRARETTO, 2014).

<sup>19</sup> Discurso emotivo é aquele que indica estado de ânimo (choro, grito, pressa, medo etc). (FERRARETTO, 2014).

<sup>20</sup> Discurso argumentativo é aquele que estimula o raciocínio e/ou polemizando. (FERRARETTO, 2014).

### **Novo olhar para o meio**

O surgimento do rádio trouxe consigo novas formas de sociabilidade e identidade para o público de massa da sociedade moderna. E é na possibilidade de criar imagem através do áudio que há desconforto por causa da dialética entre materialidade e imaterialidade, ou seja, presença e não presença. De forma geral, esse estranhamento é apontado por teóricos como algo em que a imaterialidade aparece mais forte. Essa desmaterialização é fruto de discussão desde o surgimento do telégrafo, no século XIX, e segue até os dias de hoje com a internet. No geral, o “não estar corpóreo” tem mais peso que as inúmeras possibilidades do “estar não corpóreo”. Atualmente a imaterialidade do mundo digital e a reformulação da relação de espaço/tempo também causam incômodos e são alvo de numerosos estudos que apontam, na maioria, essa dimensão mais ampla da não presença.

Ao longo das décadas de existência do rádio a tecnologia sempre causou impactos importantes para sua reestruturação. Entre elas, podemos destacar a criação do transistor. Ela possibilitou que o grande equipamento que ficava na sala para ser ouvido coletivamente passasse a ter um modelo de escuta individual e itinerante. O rádio passa a ser ouvido em pequenos aparelhos à pilha que podem ser levados para qualquer lugar. O rádio individual, somado ao uso da frequência Modulada (FM), possibilita o surgimento de uma mudança radical na linguagem, visando um novo tipo de público que passa a ser mais jovem e segmentado.

A internet trouxe um novo momento de reformulação dos meios de comunicação e o rádio não está excluído dessa tensão causada pelas chamadas novas tecnologias. Para Jenkins (2009) é preciso compreender que novas e velhas mídias se encontram em colisão e por isso, precisamos ver o mundo de forma convergente. E a convergência não acontece na máquina, ela é uma nova proposta cultural que permite novos processos de construção de informação e da própria produção midiática. Um novo modelo de ouvinte surge junto com a digitalização da comunicação. Esse novo ouvinte não se contenta com o ouvir. Ele quer ver, assistir, participar, ter acesso ao

conteúdo independentemente da hora, montar seu player musical particular, compartilhar, comentar.

O que era hertziano agora é transmitido em bits e bytes, agregando elementos parassonoros<sup>21</sup> (KISCHINHEVSKY E MODESTO, 2014) no ambiente digital, podendo ser ouvido, assistido, lido, compartilhado. Além disso, não se limita ao tradicional aparelho que permite sintonizar ondas AM ou FM, sendo então um “rádio expandido”, ou seja, independente de suporte (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010). Agora ele pode ser ouvido no computador - rádios hertzianas que são retransmitidas on-line ou pelas web-rádios de produção exclusiva para internet - no celular, tablet, nos canais de áudio da TV a cabo, através de aplicativo para celular, via *streaming*<sup>22</sup> ou via *podcasting*<sup>23</sup>. Os desafios da radiofonia em tempos digitais multimidiáticos não se limitam a adaptações na esfera tecnológica. Precisam ser reformuladas também questões empresariais, profissionais, de produção de conteúdo, sem esquecer de uma revisão de parâmetros legais da radiofonia (2010).

## Conclusão

Assim como Benjamim, no início da década de XX, foi inovador na maneira de olhar para as especificações do rádio - considerando as potencialidades tecnológicas e as necessidades e particularidades da nova audiência - as reflexões de hoje devem ter um olhar além dos paradigmas até aqui existentes. É necessária uma reformulação dos modos de produção uma vez que disponibilizamos de um enorme leque de possibilidades de interação, mediação e comercialização. Mesmo com toda a tecnologia disponível ainda há fortes vínculos com o modelo de fazer rádio das primeiras décadas de existência do veículo. Ainda hoje, encontramos profissionais lendo no ar textos exatamente como eles foram escritos para um jornal

<sup>21</sup> Elementos parassonoros são aqueles que não são sonoros e podem ser “consumidos” na programação de uma rádio no ambiente digital: hipertextos, fotos, vídeos, gráficos, ferramentas de compartilhamento, comentários etc.

<sup>22</sup> *Streaming* – tecnologia que possibilita a transmissão ao vivo da programação no ambiente digital.

<sup>23</sup> *Podcasting* tecnologia que permite o ouvinte/usuário cadastrado receber o áudio em um endereço eletrônico indicado.

ou revista, utilizando efeitos sonoros com pouca imaginação e ignorando as variações vocais e suas potencialidades.

Benjamin via o rádio como um olhar inovador, onde a linguagem deveria ser diferenciada da literatura e artigos acadêmicos. Para ele a relação entre locutor e ouvinte transpassa pela experiência, onde todos são potenciais narradores e, por tanto, construtores de história. O pensador admite uma nova demanda da massa, e não descarta nem a figura da criança nesse universo de criar e recriar, mantendo no veículo seu potencial pedagógico, sem esquecer-se do aspecto fônico-material.

No século XXI a maioria das rádios disponibiliza seu conteúdo na internet, mas apenas reproduz o que vai ao ar na programação hertziana. É preciso muito mais que isso. A intenção desse artigo não é trazer fórmulas para a reinvenção desse rádio convergente e multimídia, mas instigar a reflexão sobre e, em que medida, as possibilidades tecnológicas nos obrigam a deslocar o modelo tradicional para permitir um rádio ainda pouco pensado e emergido em um múltiplo “vir a ser”.

O rádio precisa ser transmutado com urgência. Há necessidade de perceber novas formas de comercialização e produção; as novas demandas do público; a relação entre homem, máquina e natureza; rever a segmentação; criar novos formatos para personificação do consumo da mídia sonora; explorar a tenra relação de tempo/espço no mundo virtual. O importante é não permanecer estático e sim, se aventurar a novos horizontes. Talvez algo extremado, como foi para Benjamin dedicar atenção especial ao ouvinte de sua época - a nova massa ouvinte - mostrando destreza na maneira inovadora de lidar com a linguagem e estando atento ao potencial tecnológico do meio.



### Referencias bibliográficas

BENJAMIN, Walter. *Origem do Drama Barroco Alemão*. Trad. e pref. Sérgio Paulo Rouanet, São Paulo: Brasiliense, 1984.

\_\_\_\_\_. *Rua de mão única: Obras escolhidas volume 2*. Tradução Rubens Rodrigues Torres Filho e José Carlos Martins Barbosa. São Paulo: Brasiliense, 1987.

\_\_\_\_\_. *Obras escolhidas: Magia, técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 10ª reimpressão. Tradução Sergio Paulo Rouanet; prefácio Jeanne Marie Gagnebin. São Paulo: Brasiliense, 1996.

\_\_\_\_\_. *Radio Benjamin*. Edited by Lecia Rosenthal; Tanslated by Jonathan Lutes, Lisa Harries Schumann and Diana K. Reese: Verso, 2014.

\_\_\_\_\_. *A hora das crianças: narrativas radiofônicas de Walter Benjamin*. Tradução Aldo Medeiros. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2015.

FERRARETO, Luiz Arthur. *Rádio, o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre, Editora Sagra Luzzatto, 2001.

\_\_\_\_\_. *Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta*. In: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 32º Congresso Brasileiro de Comunicação. Curitiba, 5 set. 2009. 15f.

\_\_\_\_\_. *Rádio, teoria e prática*. Summus Editora, 2014.

FERRARETO, Luiz Artur e KISCHINHEVSKY, Marcelo. *Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação*. Revista Famecos • Porto Alegre • v. 17 • n. 3 • p. 173-180 • setembro/dezembro • 2010.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

JUNG, Milton. *Jornalismo de rádio*. 3a ed. São Paulo: Contexto, 2007.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. *O rádio sem onda: Convergência digital e os novos desafios na radiodifusão*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

KISCHINHEVSKY, Marcelo e MODESTO, Cláudia. *Interações e mediações: Instâncias de apreensão da comunicação radiofônica*. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação XXIII. Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Pará, 27 a 30 de maio de 2014.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

KOHAN, Walter Omar. *Infância: Entre a Educação e a Filosofia*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## **Jean Baudrillard e Pedro Almodóvar: Simulacros e Simulações de um número musical<sup>1</sup>**

Uma análise de *Un año de amor*, no filme *De Salto Alto* (1991)

Roberto Gustavo Reiniger Neto<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este estudo tem por objetivo pontuar a encenação do número musical *Un año de amor*, no filme *De Salto Alto* (1991), de Pedro Almodóvar, enquanto um elemento narrativo que atua de forma direta no desenvolvimento de sua trama. Este número musical formata um discurso que traz, de outras formas de arte - como a música, o canto e a dança - elementos que atuam assertivamente na construção das identidades das personagens deste filme, deixando-as em um estado constante de revelações e (re)construções de valores. Trata-se de um jogo cênico de relações interpessoais, um intercâmbio de informações, que será analisado aqui, de forma similar ao que Jean Baudrillard afirma acometer a identidade do homem contemporâneo: a dialética entre *Simulacros e Simulações*.

### **Palavras-chave**

Pedro Almodóvar; Número Musical; Elemento Narrativo; Identidade; De Salto Alto

### **Texto**

Segundo o pesquisador Fernão Ramos, em seu livro *Teoria Contemporânea do Cinema*, a construção imagética que o número musical traz para uma narrativa audiovisual está presente desde o seu surgimento, sempre o caracterizando como uma “quebra” de realismo (RAMOS, 2005). Em uma história que se desenvolve aparentemente como um Melodrama qualquer, a música, o canto e a dança, sem aviso prévio, tornam-se os meios de comunicação das personagens, que posteriormente retomam suas ações dentro do contexto ficcional em que viviam. Este trânsito de informações veio a romper o conforto da montagem invisível, bem como a

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GT2 - Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015;

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi - São Paulo / SP. Contato: roberto.reiniger@gmail.com

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

continuidade espacial, oriundos do cinema clássico. Mas firmou com o seu espectador um comum acordo de que tal situação seria, e ainda é, plausível, imagética e visualmente, cabendo ao filme sua classificação enquanto obra do gênero musical. Gênero que herdou da encenação no palco – independente da área a qual esta pertença, como o Teatro, a Ópera – uma tradição própria, bem como a solução para adversidades formais ao longo de sua história.

No caso do cinema, uma das adversidades seria o advento do som no final dos anos 20, este foi uma nova tecnologia agregada à sua linguagem. Em um primeiro momento, a dificuldade da captação sonora em cenas externas, encontrou no palco dos musicais um parâmetro imediato para atender esta nova necessidade do mercado. Mas “a ausência da linguagem teatral, e de seu palco, já superadas pelo cinema mudo, teriam aqui um adversário contra o ilusionismo cinematográfico” (VADICO; BRANDÃO, 2009, p.152). Foi então que a “quebra” do realismo se instaurou precisamente enquanto característica do gênero: o alocar a narrativa para um plano paralelo, mas não menos importante, para que a(s) personagem(s), em uma posição de destaque, construam seu discurso através do canto, da música e da dança, para formarem valores e conceitos intrínsecos ao desenvolvimento da narrativa, nos mais variados graus de persuasão daquele que estivessem envolvidos naquele momento, diegeticamente (RODRIGUES, 2002)<sup>3</sup> ou não.

Na trajetória histórica desta persuasão, diversas linhas narrativas surgiram, a fim de se firmar uma nova e efetiva linguagem, ora instaurando o número musical em porções individuais ao longo da trama, ora fazendo-o com força motriz do enredo, tornando-o um grande espetáculo do início ao fim do filme. Desde biografias musicais, cantores, como Elvis Presley, atuando, além de um amplo caráter performativo, como as coreografias desenvolvidas por Busby Berkeley<sup>4</sup> – valeu-se de

---

<sup>3 3</sup> Para maior compreensão dos termos técnicos aqui empregados, recomenda-se a leitura do livro de Chris Rodrigues *O Cinema e a Produção*;

<sup>4</sup> Seu trabalho está presente em memoráveis filmes como *Whoopie!* (1930), *42nd Street* (1933), *Annie Get Your Gun* (1950), e entre outros;

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

tudo para renovar e propagar o gênero musical. Tentativas pontuais podem ser contadas na história do cinema, seja no final da década de 70, com filmes como *Grease* (Randal Kleiser, 1978), *Os Embalos de Sábado à Noite* (John Badhan, 1977), ou até mesmo na década de 2000, com *Moulin Rouge – O Amor em Vermelho* (Baz Luhrmann, 2001) e *Chicago* (Rob Marshall, 2002). Pode-se constatar então que, não só o número musical definitivamente se destitui de seu gênero, como passou a adjetivar outras linhas de produção como a comédia e o drama musical, com filmes como *Mamma Mia!* (Phyllida Lloyd, 2008) e *Os Miseráveis* (Tom Hooper, 2012), além de outros formatos audiovisuais, dentre eles, o seriado musical *Glee* (Ryan Murphy, 2009). Nesta trajetória do número musical, também aponta-se o fato de por vezes, ele ser estruturado enquanto característica momentânea do cinema autoral. Diversos estúdios apostaram em diretores como Woody Allen, em *Todos Dizem Eu Te Amo* (1996), ou até mesmo Lars Von Trier, em *Dançando no Escuro* (2000), na tentativa de se impor ou até mesmo, resgatar o gênero musical. Poucos foram o que passaram de uma obra, até pelo estigma que carregavam enquanto realizadores e “grifes” de impérios comerciais cinematográficos.

Porém, é na obra de Pedro Almodóvar, clamada pela independência de produção, com suas origens marcadas no circuito B do cinema europeu, que efetivamente constata-se o uso do número musical de forma concreta enquanto elemento narrativo, característica que ainda perdura em sua produção, iniciada no final da década de 70, e que se estende até os dias de hoje. Focando apenas nos longas-metragens os quais ele assina direção: de 1978, com *Folle... Folle... Fólleme Tim!*<sup>5</sup>, até 2013, com *Amantes Passageiros*, temos vinte produções, das quais, treze contam com pelo menos um número musical em sua narrativa. Sem contar com curtas-metragens, séries de televisão, e filmes em que ele assina somente a produção,

---

<sup>5</sup> Segundo contato da assessoria de imprensa da *El Deseo*, produtora de Pedro Almodóvar, por ter sido filmado no suporte de Super 8mm, e não armazenado da maneira mais adequada, o material deste filme deteriorou-se com o tempo. As cópias feitas em Betacam, armazenadas em instituições como a *Cinemateca de Madrid*, e o MoMA, o *Museu de Arte Moderna de Nova York*, também foram extraviadas;



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

os números musicais estão em sessenta e cinco por cento de sua obra, justificando assim, um estudo mais apurado de seu conteúdo.

A obra almodovariana, vista aqui sob o olhar do pós-modernismo, trabalha com a criação de signos e valores, ao fazer a síntese entre o passado e o presente de cada personagem na *mise-en-scène* (RODRIGUES, 2002), criando-se assim um drama próprio que traz um novo olhar para a história do cinema. “Não há ficção, drama, suspense e comédia almodovariana, e sim um cinema humano com valores femininos, masculinos, e *queers*” (CARLOS, 2011, p.20), pautados pela sublimação de aparatos de gênero e cinematografia que dentre outros, utilizam a música, enquanto meio de transmutação do texto e forma de comunicação, para um novo comportamento, uma nova identidade para sociedade.

É desta nova identidade para a sociedade que se pode traçar a relação com a obra *Simulacros e Simulação*, de Jean Baudrillard, de 1981, data próxima do início de Pedro Almodóvar em seu primeiro longa-metragem. Não se tem aqui apenas a questão da cronologia enquanto coincidência, ressalta-se o fato de ambos vivenciarem a mesma conjuntura sócio-econômica na Europa, e desta, procurarem expor suas respectivas visões em suas obras, ficcionalmente ou não.

Assim como Almodóvar traz para os seus filmes, Baudrillard trouxe para sua obra em questão, a crise da identidade humana e o impacto da comunicação e das mídias na sociedade e na cultura contemporânea. Filósofo francês, nascido em 1929, ele polemizou sua obra ao contestar a realidade enquanto um elemento construído, encenado, e nomeado enquanto hiper-realidade. Nesta, a cultura de massa é responsável pela produção desta realidade virtual. Não há uma “verdade absoluta”, e sim é chegada a hora de discutir e questionar a dominação imposta pelos complexos e contemporâneos sistemas de signo. Há um fulgaz impacto do desenvolvimento tecnológico, que resulta na abstração das representações dos discursos e identidades humanas. Baudrillard e Almodóvar trabalham com uma postura profética e apocalíptica: a sociedade vive uma intoxicação midiática, e cada um perde a sua essência, vindo daí, uma necessidade histórica de se promover e absorver valores,

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

buscando no outro, e também na própria mídia, mesmo que de forma subversiva e efêmera, a tradição, a moral, e o bom costume. Estas representações são didaticamente simuladas, em um ambiente que fornece uma ilusão de informação e descoberta. Trata-se de um jogo de valores, uma dialética entre o simulacro e a simulação do ser. Simulacro são cópias que representam o que nunca existiu ou o que não possui mais o seu equivalente na sociedade. Simulação é a imitação de uma operação ou processo ainda existente no mundo real. Na realidade deste jogo, significados são substituídos por símbolos, a experiência humana, passa então a ser uma simulação da realidade, uma hiper-realidade. Vivenciada esta, em um espaço ausente do eu, um hiper-espço, vazio e sem atmosfera.

Abstraindo-se aqui do olhar crítico de Mario Vargas Llosa, no texto “*Antecedentes*”, capítulo do livro *A Civilização do Espetáculo*, cito aqui suas reflexões sobre a conjuntura filosófica na pós-modernidade, em especial, quantos aos conceitos desenvolvidos por Jean Baudrillard, encarando tais raciocínios enquanto verdades expressas e vivenciadas pela sociedade, expostas na mídia, sobretudo, certamente na filmografia almodovariana.

As antiquadas seções de antes – literatura, filosofia, arte, cinema, crítica – tinham sido substituídas pelas seções pós-modernas de teoria cultural, classe e gênero, raça e cultura e por uma estante intitulada “sujeito sexual” [...] Poesia, romance e teatro tinham sido erradicados; a única forma criativa presente eram alguns **roteiros cinematográficos (grifo nosso)** [...] A realidade real já não existe, foi substituída pela realidade virtual, criada pelas imagens, pelos grandes meios audiovisuais [...] Que vivemos numa época de grandes representações que dificultam nossa compreensão do mundo real é algo que me parece uma verdade cristalina [...] O escândalo, em nossos dias, não consiste em atentar contra os valores morais, e sim contra o princípio de realidade (LLOSA, 2013: p.69-72).

Sendo assim, o autor questiona como seria analisar e expor o homem nesta instância genuinamente imagética? A saída que ele traz é analisar o homem isolado. Para Baudrillard, povos isolados são simulacros de si, com o tempo, tornam a ser a sua essência, construindo assim, a verdade da etnologia, ou ainda, “a mais pura

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

etnografia” (BAUDRILLARD, 1991: p.16). Analisar o homem enquanto fruto de sua exposição à imagens, constrói uma etnologia pós-moderna, este destaque ou o isolamento dos seus valores enquanto objeto de estudo, constata a formação social enquanto algo que dialeticamente deambule entre o simulacro e a simulação. Encarcerar, ou destacar, os valores humanos para análise é regenerar o imaginário, é uma necessidade da sociedade hiper-real. Estar entre simulacros e simulações é estar distante do real corrosivo social permitindo o contato com novos valores, e como estes os complementariam. A história, passa então, a ser um referencial perdido, eis que na pós-modernidade o homem olha para si, e passa a falar do seus problemas<sup>6</sup>.

Tal individualismo histórico-voraz – um espetáculo da agonia e do apogeu do capital, que bombardeia a sociedade com lapsos midiáticos – busca a formação e construção pessoal, nesta já citada, atmosfera vazia, e traz a tônica dominante niilista do estudos baudrillardianos: há a destruição e sedução das aparências, em benefício dos sentidos. Nestes sentidos, o foco ao analisar a representatividade do homem no audiovisual, em especial, no cinema, forma a cena enquanto um conjunto de imagens vazias: o que vale é o seu efêmero contato entre atores e espectadores, o processamento de dados que virá do seu consumo imediato, e as novas identidades que surgirão adiante.

Retomemos agora o início deste texto, aonde o número musical é tido enquanto irrupção da cena, sem aviso prévio, com a música, o canto e dança, até o retomar do contexto ficcional vivido anteriormente. A analogia com a dialética entre simulacros e simulações de Jean Baudrillard torna-se possível dentro do seguinte ponto: a cinematografia (RODRIGUES, 2002) do filme, sobretudo o seu enquadramento, encarcera, isola, ou ainda coloca em destaque, aquele que apresenta o

---

<sup>6</sup> O mesmo desvincular de fatos históricos tem a sua presença marcada com os estudos da Teoria Literária desenvolvidos por Peter Szondi, em *Teoria do Drama Moderno*. Para Szondi, esta nova instância do drama, decorre do fato de, em uma análise realizada de obras teatrais entre os anos de 1880 e 1950, ter sido constatado um maior foco na revelação íntima, pessoal e individual da personagem para os demais que estiverem em cena. O drama alçou cada vez mais voos pessoais do que épicos e sociais, fatores já concretizados pela tragédia;

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

número musical, para que este demonstre valores, formatados em quadros imagéticos, para os demais que assistem a cena possam assim suprir e também oferecer os valores que lhe faltam. É trazido para o espaço diegético do filme (RODRIGUES, 2002), o que Baudrillard enfatiza enquanto vivência do homem pós-moderno, e pode se formatar assim, um jogo cênico, no qual o diálogo, sob influência da música, torna-se canto, ritmando e demarcando através da dança, ações físicas que imprimem valores e conceitos. A dialética consiste em ao analisarmos um único plano do filme, isolado de seu conteúdo íntegro, existir a possibilidade de obtermos um sentido, um valor, totalmente diferente do contexto da narrativa. Para ilustrar essa afirmação, tomaremos como exemplo o número musical *Un Año de Amor*, do filme *De Salto Alto*, considerando antes, um breve resumo de seu enredo.

*De Salto Alto* conta a história de uma conturbada relação entre Becky del Páramo (Marisa Paredes), e sua filha Rebeca Giner (Victoria Abril). Becky é uma cantora em final de carreira, que decide voltar para Madrid, 15 anos após ter se afastado de sua família. Divorciada, Becky é surpreendida ao saber que sua filha se casará com seu ex-marido, Manuel (Féodor Atikne). Até este ponto, tal conflito por si só, já poderia ser desenvolvido ao longo da trama, mas Almodóvar trata de torná-lo um jogo cênico, um choque entre valores e identidades, a espetacularização alegórica do conflito ao espectador: Becky, Rebeca e Manuel vão à apresentação do *Travesti Letal* (Miguel Bosé), no Bar Villa Rosa, apresentação esta a qual ele faz uma homenagem ao início de carreira de Becky – momento este que pode ser pontuado como um dos fatores que deu origem aos conflitos entre mãe e filha. O próprio diretor de *De Salto Alto*, no livro *Conversas com Almodóvar* - uma coletânea de entrevistas que cede ao crítico de cinema Frederic Strauss – afirma

não hesito em dar às mulheres de meus filmes uma imagem que recorresse a todos os artifícios puramente cinematográficos. Se eu tivesse mantido rigorosamente um registro neorrealista em minhas obras, elas teriam sido menos maquiadas, e vestidas com menos esmero. Mas eu queria descobrir a imagem da mulher, da mãe de família em todo o seu esplendor, tal como existe no cinema italiano. No cinema italiano, as mulheres do lar também

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

são ancoradas na realidade, mas podem ocultar a sua fragilidade, e continuam desejáveis (STRAUSS, 2008: p.28).

A seguir temos uma decupagem da cena<sup>7</sup>, para que possamos averiguar os signos que foram criados na narrativa com cada frase da canção<sup>8</sup>.

Plano	Letra da Música	Enquadramento e movimentação das personagens
01	O nosso se acabou e você se arrependerá em ter colocado fim a um ano de amor. Se agora você for logo descobrirá que os dias são eternos e vazios sem mim. E de noite (2x) para não se sentir sozinho recordaras nossos dias felizes recordaras o sabor dos meus beijos e entenderas em único momento, o que significa um ano de amor.	Plano Sequência (RODRIGUES, 2002): Letal sai de trás das cortinas de um palco. Começa a cantar. Anda até um grupo de homens na plateia, troca carícias com eles. Letal sobe no palco. Faz gestos apontando para o próprio corpo, demonstrando ações que este pode fazer;
02	Já parou para pensar o que acontecerá, tudo o que perdemos e o que sofrerá? Se agora você se for,	Contra Plano (RODRIGUES, 2002): Becky olha para Letal. Rebeca olha para Becky. Manuel também olha. Rebeca olha para Manuel e percebe que ele observa as pernas de sua mãe. Manuel percebe que é observado por Rebeca

<sup>7</sup> *Un año de amor*. Disponível em <<http://migre.me/rQHRA>> Acesso em 18 de outubro de 2015;

<sup>8</sup> CASAL, Luz. *Un año de amor* in. A contraluz. Intérprete Luz Casal. Espanha: Hispavox, 1991, 1CD (tradução nossa);



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

03	não recuperará	<i>Close</i> (RODRIGUES, 2002): Constrangida, Becky volta a olhar para Letal
04	Os momentos felizes que te fiz viver. E de noite	Contra Plano: Letal cantando e olhando para plateia
05	E de noite para não se sentir sozinho recordaras nossos dias felizes recordaras o sabor dos meus beijos e entenderas em único momento, o que significa um ano de amor	<i>Plongée</i> (RODRIGUES, 2002): Plateia, formada por outros travestis, imita a coreografia de Letal
06	e entenderas	Contra Plano: Becky dá um gole no whisky e sorri para Letal
07	em único momento, o que significa um ano de amor.	Contra Plano: Letal encerra o seu show.

Vejamos como a descrição dos planos anteriores impõem dialeticamente valores e imagens que irão interferir no futuro fluxo da narrativa: Letal se insinua mas ignora homens, mulheres, gays e travestis. Ele dita em seu gestual o sofrimento que a letra traz, e que pode ser empregado não só ao que Rebeca sentiu por Becky, mas também, ao que ambas sentem por Manuel. A música enquanto texto dramático de Letal, expurga o que está por vir: a efetiva troca de olhares do segundo plano, conforme tabela apresentada. Neste caso, ele pode representar enquanto enunciador do discurso musical o mais *baudrillardiano* de todos os simulacros do enredo: o que Becky fora em sua carreira, uma cantora sem estilo musical definido. Ele representa também a imagem que Rebeca tivera da mãe e que nunca conseguira atingir, e por

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

fim, ele pode representar para Manuel a sublimação do que ele já tivera de Becky e Rebecca, mas não o satisfaz.

Ressalta-se aqui que todo este jogo de valores, construção e (re)construção de identidades, ligado com metáforas criadas com a musicalização do texto dramático e do gesto dado ao corpo, ganha um potencial maior ainda, quando Almodóvar, em uma tônica quase que antropológica afasta a sua câmera, e em um *plongée* demonstra que todos os presentes no bar, cantam e dançam para que o conflito das personagens ali presentes, entre em vias de resolução, demonstrando assim as interferências de um número musical em uma narrativa cinematográfica.

Não obstante, logo após esta cena<sup>9</sup>, Rebeca apresenta Letal para sua família. E a composição dos simulacros traçados em *Un Año de Amor*, vêm à tona: Letal assume para Becky que não é a sua representação fidedigna, e que copia sim, apenas alguns traços do seu espírito artístico. Rebeca insiste em apresentá-lo como algo incrível, e inédito, valores estes que a seduzem, no sentido mais próprio do termo. Alguns planos à frente, Rebeca e Letal transam da maneira mais compulsiva possível. E em uma dialética entre o feminino e o masculino, Letal se apresenta para Manuel, enquanto quem deambula entre gêneros, que pode seduzir, mas que pode representar também a ameaça por sua extensão falocêntrica, tão potente quanto a arma que Manuel possui entre as pernas, cabendo aqui o relacionamento com o conceito de *corrosão do relato falocêntrico*, defendido por Laura Mulvey “*Prazer visual e cinema narrativo*” (MULVEY, in XAVIER, 1983).

A coesão desta sucessão de relatos do inconsciente atinge tamanha propagação, que ao fim desta enunciação, Letal demonstra-se enquanto simulacro, mostrando-se também parte integrante deste jogo de troca de (in)formações, ele dá para Becky apenas a prótese esquerda do seu seio, segundo ele, a mais importante, por ser parte do seu coração. Becky dá em troca os seus brincos, e passa a representar

---

<sup>9</sup> *Un pendiente por una teta*. Disponível em <<http://migre.me/rQHxU>> Acesso em 18 de outubro de 2015;

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

na trama uma identidade mutante, que não tem discernimento. A própria personagem afirma que agora foge dos padrões, por passar a ter três seios, seria aqui, algo classificável como uma mulher hiper-real, mas, contundentemente histórica, como toda mulher almodovariana deve ser.

Por fim, reforça-se que esta abordagem pretendeu ao menos pontuar o potencial identitário que o número musical, sob o viés dos conceitos desenvolvidos por Jean Baudrillard, possui enquanto intercâmbio de informações realizado através do ritmo e melodia musical. O texto, cantado e/ou dançado, enquanto conjunto de valores deste tipo de cena, coloca as personagens emissora destes novos valores enquanto formadoras e reformadoras de identidades. Não se faz qualquer relação com a teoria do melodrama, uma vez que a busca é ir além do potencial climatizador diegético que a trilha sonora pode possuir. Aqui o número musical é visto enquanto construtor imagético, que pode, de forma contundente, formar e deformar o fluxo de uma narrativa audiovisual. Antes de ser um elemento histórico, que pode ter sua gênese relacionada com a produção cinematográfica norte-americana, o número musical passou a ser mais do que o elemento de um gênero, ele pode ser tido como um catalisador dramático da cena efetivamente pós-moderna, independente de uma eventual taxonomia ao qual o seu filme possa pertencer.

### **Referências Bibliográficas**

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Ed. Relógio D'Água, 1991;  
CARLOS, Cássio Starling. *Volter*: Coleção Folha Cine Europeu. Volume VI. São Paulo: Ed. Moderna, 2011;  
LLOSA, Mario Vargas. *A Civilização do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2013;  
MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. in. XAVIER, Ismail. *A Experiência do Cinema*. Rio de Janeiro: Ed. Graal, 1983;

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

RAMOS, Fernão. *Teoria Contemporânea do Cinema*. São Paulo: Ed. Senac, 2005, Vols. 1 e 2;  
RODRIGUES, Chris. *O Cinema e a Produção*. Rio de Janeiro: Ed. FAPERJ / DP&A, 2002;  
STRAUSS, Frédéric. *Conversas com Almodóvar*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2008;  
SZONDI, Peter. *Teoria do Drama Moderno*. São Paulo: Ed. Cosac&Naify, 2001;  
VADICO, Luiz; BRANDÃO, Marcos. *Moulin Rouge: Avanços Narrativos No Gênero Musical*. Disponível em < <http://migre.me/qbaA7> >. Acesso em 6 de junho de 2015;

### **Referência Fonográfica**

CASAL, Luz. *Un año de amor* in. *A contraluz*. Intérprete Luz Casal. Espanha: Hispavox, 1991, 1CD;

### **Referências Audiovisuais**

*Un año de amor*. Disponível em < <http://migre.me/rQHRA> > Acesso em 18 de outubro de 2015;

*Un pendiente por una teta*. Disponível em < <http://migre.me/rQH XU> > Acesso em 18 de outubro de 2015;

### **Referência Filmográfica**

*De Salto Alto*. ALMODÓVAR, Pedro. Espanha:1991. 110 minutos

## **Aspectos Sociais do Suicídio no Cinema<sup>1</sup>:** **Pensando em políticas públicas**

Rodrigo Gomes Ferrari Cesar<sup>2</sup>  
Carlos Eduardo Estellita-Lins<sup>3</sup>

### **Resumo**

O estudo do suicídio e sua prevenção ganham frequentemente uma perspectiva clínica, epidemiológica e psiquiátrica que pode negligenciar os determinantes sociais do indivíduo em crise. O estudo pressupõe que o cinema postula uma abordagem diferente, onde transtornos mentais tendem a aparecer em segundo plano – filmes exploram forças ou motivos externos ao indivíduo – permitindo ver o suicídio através de aspectos sociais. Dentre os filmes que abordam o suicídio egoísta, identificamos três categorias para as determinações sociais: problemas financeiros; relacionamento; e luto. Escolhemos cinco filmes para discussão por seu caráter paradigmático na problematização do suicídio. Espera-se que este recurso exegético permita avançar no entendimento do papel do cinema de ficção na prevenção do suicídio.

### **Palavras-chave**

Suicídio; cinema; prevenção; políticas públicas; aspectos sociais.

### **Introdução**

Stack & Bowman (2011) em seu livro “*Suicide Movies: Social patterns, 1900-2009*” fazem um extenso levantamento com mais de 31 mil artigos publicados sobre suicídio. Considerando o número de trabalhos publicados nos 16 campos principais em pesquisa do suicídio desde 1980, os periódicos da área da psiquiatria

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Bacharel em Física (Unicamp), mestrando no Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (Icict/Fiocruz).

<sup>3</sup> Médico Psiquiatra, Psicanalista, doutor em Filosofia (UFRJ) e pesquisador (Fiocruz).



correspondem a quase um terço da produção científica sobre o tema. Os restantes se dividem entre medicina, neurologia, biologia molecular, psicologia e genética. Muitos trabalhos, por exemplo, buscam por indícios genéticos do risco de suicídio. Apenas 405 dos artigos sobre suicídio foram publicados em periódicos de sociologia, número inferior inclusive ao de periódicos de direito, que publicam artigos sobre as questões envolvendo suicídio assistido. E há, nos trabalhos, uma hegemonia de causas centradas no indivíduo explicando o suicídio.

Émile Durkheim abordou o negligenciamento das causas sociais do suicídio, argumentando que o suicídio poderia ser basicamente compreendido em termos de dois fenômenos sociais: integração e regulação. De acordo com suas interpretações, doenças mentais e problemas de longa duração (incluindo depressão) são fatores menores ou consequência de baixa integração e regulação social. Apesar disso, causas sociais do suicídio continuam sendo marginalizadas nos estudos sobre o assunto (LESTER, 1994 apud STACK, 2011). Já o cinema postula um modelo diametralmente oposto para o tema, onde os transtornos mentais ficam em segundo plano: ao representar o suicídio, os filmes acentuam e tensionam as forças externas ao indivíduo (STACK, 2011).

As análises das representações artísticas do suicídio são poucas e quase sempre analisadas separadamente ou em pequeno número (CUTTER, 1983 e BROWN, 2001 apud STACK, 2011). E ainda mais raros são os estudos sobre os padrões de causas presumidas do suicídio em filmes. Este artigo procura suprir parte deste vazio.

## **Imprensa e suicídio**

Quando analisados os noticiários na imprensa sobre suicídio, há fortes evidências do impacto de histórias verídicas em suicídios subsequentes, fenômeno

conhecido como efeito Werther<sup>4</sup>. Westerlund (2009) aponta que o risco de um efeito imitação parece ser maior quando sua aparição na mídia é sobre um suicídio autêntico do que quando é uma história ficcional e, ainda, que o papel da mídia impressa no processo de imitação parece ter um peso maior que o dos meios eletrônicos. De acordo com Dapieve (2007), a televisão teria uma probabilidade 82% menor de deflagrá-lo do que um jornal. Ele acredita que essa diferença se dá pois, na TV, notícias sobre suicídios duram em média menos de 20 segundos e podem ser esquecidas ou até passar despercebidas. Já as histórias impressas podem ser estudadas, guardadas, relidas, postas na parede ou no espelho das pessoas. Cópias de tais notícias são frequentemente encontradas junto aos corpos de suicidas. Do mesmo modo como, no século XVIII, acontecia com os exemplares de Werther.

E por que a imprensa, mesmo a não impressa, não noticia, não fala sobre o assunto? Além do efeito Werther, “muito mais do que ser determinante do modo como os leitores encaram o suicídio, a imprensa, sim, é determinada pela visão que os leitores têm da morte voluntária. Dentro dessa perspectiva, a imprensa se colocaria não como vetor do “contágio”, mas como instância social solidária ao tabu que a suplanta (...) Mais de um século e meio depois, com as taxas de suicídios mantendo curvas ascendentes, continuamos como testemunhas, mas de um tipo muito particular: aquele que se recusa a ver o que ocorre à sua volta. Nisso, como noutras coisas, a imprensa é nosso espelho” (DAPIEVE, 2007).

Este silêncio permite que a sétima arte acabe sendo uma das formas de ocupá-lo.

## O suicídio representado no cinema

---

<sup>4</sup> Após a publicação de “Os Sofrimentos do Jovem Werther” de W. Von Goethe, em 1774, muitos jovens, desiludidos amorosamente, utilizaram o mesmo método descrito no romance pelo escritor alemão para se matar. Acredita-se que o livro tenha servido de inspiração para a repetição do ato. (TRIGUEIRO, 2015)

Pirkis & Blood (2001) sinalizam que a associação entre a apresentação ficcional do suicídio e suicídios subsequentes parece ser equivocada, mostrando, para isso, diversos estudos.

Nos EUA, estudos apresentaram evidências para um efeito de imitação de programas de ficção de TV onde o suicídio é representado. Foi observado um aumento no número de entradas de casos de overdose nos serviços psiquiátricos e pediátricos nas duas semanas seguintes à exibição de “*Surviving*”, um filme sobre um casal adolescente que se suicida por overdose. Outro estudo identificou um crescimento na média de tentativas de suicídio nas duas semanas subsequentes ao televisionamento de quatro filmes que retratavam o suicídio de adolescentes, ainda que tenha havido um aumento significativo nos suicídios por adolescentes inclusive antes dos filmes terem sido televisionados.

No entanto, várias tentativas foram feitas visando replicar essas descobertas, inclusive pelos próprios autores, que ampliaram geograficamente seu estudo afim de incluir outras cidades. Nenhuma delas encontrou evidência de uma relação entre o aumento de suicídios de adolescentes e o televisionamento de filmes, ainda que haja algumas evidências de efeitos específicos localmente e quanto aos métodos empregados para por fim à própria vida.

Em outro estudo bastante abrangente, foram coletados dados de todos os suicídios americanos e mortes no trânsito e considerados à luz das novelas que abordaram o tema suicídio. Determinando a semana em que cada episódio foi ao ar, encontrou-se que os suicídios e acidentes automobilísticos aumentavam imediatamente após a apresentação das histórias de suicídio. Contudo, alguns anos depois do artigo ser publicado, foram identificados erros em mais da metade das datas de apresentação dos episódios e a não inclusão de outros episódios que também falavam sobre o assunto. Ao corrigirem estes erros e reanalisarem os dados, nenhum efeito das novelas sobre suicídios foi encontrado.

Estudos similares foram feitos no Reino Unido. Um deles examinou o efeito sobre o comportamento suicida da série da BBC “*The Befrienders*” baseada nos *Samaritans* (uma espécie de Centro de Valorização da Vida inglês) e que passou em Edimburgo durante 11 semanas em 1972. Outro estudou o impacto de um episódio da novela de grande audiência “*EastEnders*” onde uma personagem bastante popular tenta suicídio por overdose. Ou ainda se adolescentes poderiam ter tentado o suicídio de forma similar à ingestão de 50 comprimidos de paracetamol, tentativa feita por uma personagem em um episódio de “*Casualty*”. Nenhum desses estudos comprovou que a representação ficcional de suicídios na televisão tiveram efeito negativo. Alguns sugeriram que representações feitas de forma adequada (por exemplo, que enfatizem as consequências negativas ou comportamentos alternativos) podem, de fato, ter tido efeito positivo, educativo. Acarretaram, por exemplo, em maior informação tanto do serviço de prevenção do suicídio realizado pelos *Samaritans* quanto do impacto decorrente do uso abusivo de medicamentos.

Em termos de temporalidade, é correto dizer que foi relativamente demonstrado que o estímulo precedeu a resposta. Entretanto, é difícil afirmar sobre a especificidade da associação, já que os estudos consideraram que aqueles que tentaram o suicídio foram necessariamente influenciados por terem visto a ficção na televisão, produzindo resultados ambíguos.

Em termos de coerência, parece razoável a hipótese de que a associação é explicada por imitação. A mídia é conhecida por moldar atitudes e comportamento, e o suicídio é um comportamento suscetível a imitação (como evidenciado por aglomerados de suicídio). Dito isto, é correto afirmar que a imitação de um modelo não-ficcional pode ser mais provável do que de um fictício.

Pirkis & Blood concluem, portanto, que a associação entre a representação na televisão de modelos suicidas em programas de ficção e suicídios ou tentativas subsequentes no “mundo real” é apenas de consistência moderada. É necessário trabalhar mais antes de afirmar categoricamente sobre a força da associação. A associação satisfaz a condição de temporalidade, mas a evidência quanto a sua

especificidade é duvidosa. A associação tem um grau de coerência, mas não é o caso de descrevê-la como causal.

Dessa forma, a princípio, os filmes de ficção que abordam o suicídio não parecem ser um estímulo para se suicidar, pelo contrário, geram efeito positivo. Assim, parece razoável supor que o cinema pode nos auxiliar em formas de melhor entender o suicídio e preveni-lo, indo, inclusive, além do caráter informativo,.

A arte é uma fonte pouco utilizada na busca por uma melhor compreensão das causas do suicídio e com a dramaturgia não é diferente. Entretanto, as diversas artes constituem-se como uma “visão mais direta da realidade”, um exemplo privilegiado de expressão de uma intuição apreendida pelos artistas os quais, de acordo com Bergson (2006), são “homens cuja função é justamente ver e nos fazer ver o que nós não percebemos naturalmente”. Não por acaso, diversos autores assumem que conhecimento válido pode ser gerado não apenas por métodos científicos, mas também pela intuição (SOROKIN, 1970 apud STACK, 2011).

Além disso, há evidências que a literatura existe por um motivo biológico crucial: para permitir que o ser humano simule situações e aprenda com elas. Nesse sentido, a narrativa pode ter um papel importante na evolução (BROCK, 2012) e, portanto, o cinema age também como mecanismo cognitivo que nos permite viver uma experiência sem correr riscos. Os romances da britânica Jane Austen (1775-1817), por exemplo, seja por meio de suas personagens ou tramas, exibem características darwinistas importantes que podem ajudar a decifrar a verdadeira função da literatura (CARROLL, 2012).

O que nos leva a outra importante questão das relações entre a produção cultural – aí incluído cinema – e a sociedade: o fato de que "todos os artefatos culturais devem ser lidos como resoluções simbólicas das verdadeiras contradições políticas e sociais" (JAMESON, 1992). Por isso mesmo, McLuhan (1995) aponta a relevância da arte não apenas no estudo dos meios e veículos de comunicação, como no desenvolvimento dos controles nesses mesmos meios.



Por fim, o conceito de *pathos* associa-se, na arte, à força pulsional que conduz à criação. Optemos por essa noção ao invés da palavra “arte”, destacando-se que o cinema não se trata apenas de um fenômeno cultural (que a palavra “arte” denotaria), mas de uma efetivação da própria vida a partir da criação (NIETZSCHE, 1999). Nossa premissa é, portanto, que um filme que aborda o suicídio contém duas camadas de valorização da vida: uma em sua narrativa (sobre um discurso que visa prevenir o suicídio) e a outra na própria criação da obra (que reafirma a importância de se manter vivo).

Sendo a comunicação o processo de produção, circulação e apropriação de bens simbólicos (ARAÚJO, 2009), o cinema se coloca como um dos espaços privilegiados para a produção e disseminação de sentidos sociais. A linguagem fílmica se transformaria em “uma arena de embates sociais, na qual são propostas, negociadas e ratificadas ou recusadas as relações de poder” (ARAÚJO, 2007). A partir do conceito de dialogismo, pode-se dizer que cada fala, enunciado ou texto, exprime múltiplas vozes, a maioria até sem que roteiristas, diretores, atores se deem conta. Um filme se constitui em um foro privilegiado justamente porque as vozes presentes correspondem a interesses e posições diversas na estrutura social.

Portanto, um filme é dialógico no sentido de que traz várias vozes, vários pontos de vista sobre uma questão. Pode-se, por exemplo, ter a fala do psiquiatra em “As Virgens Suicidas”, mas tem-se também a explicação da pequena Cecília que havia tentado o suicídio (CESAR, 2014). Assim, o diálogo acerca do suicídio acontece dentro do filme e se apresenta na tela sob diferentes pontos de vista.

Sabemos ainda que um episódio de uma série de TV, um capítulo de novela ou um filme que assistimos foi, antes de se tornar uma sucessão de imagens e sons, um roteiro, um texto escrito por um roteirista. Como disse Pierre Lévy (1996): “o texto continua subsistindo, mas a página furtou-se”. E sabemos que “todo texto é uma polifonia, ou seja, um conjunto de vozes que se exprime. Cada fala, cada enunciação é palco de expressão de uma multiplicidade de vozes, algumas arregimentadas intencionalmente pelo locutor e outras das quais ele não se dá conta. Estas vozes se

articulam, se confrontam, se legitimam ou se desqualificam mutuamente” (ARAÚJO, 2003).

Por tudo isso, e por ser o cinema uma atividade artística coletiva e social, acreditamos que compreender os filmes de ficção nos quais o suicídio é representado pode nos ajudar a avançar no entendimento do papel do cinema ficcional na prevenção do suicídio.

### **Políticas públicas de prevenção do suicídio**

Uma pessoa se suicida no mundo a cada 40 segundos. O suicídio é, portanto, não apenas o único “problema filosófico verdadeiramente sério” (CAMUS, 2004), mas também, uma questão de saúde pública. São 804 mil mortes por ano no mundo, 12 mil mortes por ano no Brasil (WHO, 2014).

Estimativas mostram que, para cada suicídio, existem pelo menos dez tentativas suficientemente sérias que exigem atenção médica e para cada tentativa de suicídio registrada, existem quatro não conhecidas (GONÇALVES, 2011). As tentativas podem resultar em lesões, com impacto econômico significativo para a saúde pública.

Embora sem um plano nacional para a prevenção do suicídio, algumas iniciativas avulsas avançaram no Brasil, como a elaboração de um manual dirigido aos profissionais das equipes de Saúde Mental com ênfase nos Centros de Atenção Psicossocial (CAPS) (BOTEGA, 2007). Entretanto, as iniciativas se coadunam com a agenda da Organização Mundial da Saúde onde predominam estratégias no campo médico. Não surpreendentemente, as estratégias de Saúde Mental no Brasil abordam os transtornos mentais, esquizofrenia, depressão; sendo estas as primeiras a aparecer no plano de prevenção do suicídio no Brasil (MACHADO, 2014).

Esse quadro reforça a necessidade de olharmos atentamente de que forma o cinema representa o suicídio, com sua abordagem majoritariamente calcada em determinantes sociais. Ainda que, o suicídio e o cinema estejam situados em um campo onde ocorrem várias disputas, Aumont (1990) sustenta que os verdadeiros autores de filmes conseguem transmitir sua mensagem apesar de todos os obstáculos e sistema.

### **Análise dos filmes**

Em sua obra canônica, Durkheim (2008) classificou os suicídios em três tipos: o *suicídio egoísta*, caracterizado por um excesso de individuação, uma prolongada sensação de não-pertencimento; o *altruísta* (ou *filantrópico*), cujo ato é uma forma de sacrifício tomado por obediência ou força coercitiva do coletivo; e o *anômico*, que ocorre geralmente em períodos de crises ou transformações de uma sociedade, quando a regulação social apresenta-se enfraquecida.

A partir de um repertório de filmes que abordam apenas o suicídio *egoísta*, Stack & Bowman (2011) estudaram a forma como o assunto é representado nas telas, identificando três categorias para as determinações sociais: questões de *ordem econômica*; de *relacionamento*; e *luto*. Por outro lado, apesar de bastante presente nos filmes de ficção, Camy (2009) acredita que apenas um pequeno número deles conduz a uma genuína reflexão sobre o suicídio e poucas obras examinam o caminho que leva ao ato de se matar. O sofrimento dos personagens que cogitam se suicidar ou que tiram suas vidas ocupa uma pequena parte das tramas que dão ênfase à ação (nos EUA), reflexão cultural e social (no Japão e na Coreia) e uma interrogação existencial na fronteira do abstrato (na Europa).

Antes de partirmos para a análise dos filmes é importante esclarecer que podemos entender um filme como uma “obra artística autônoma, suscetível de engendrar um texto (análise textual) que fundamente suas significações sobre

estruturas narrativas (análise narratológica) e sobre bases visuais e sonoras (análise iconográfica) produzindo assim um efeito particular sobre o espectador (análise psicanalítica)” (AUMONT, 1990:18). Depara-se, dessa forma, com pelo menos quatro abordagens analíticas fílmicas possíveis. Aumont vai além e afirma que não existe uma metodologia que possamos considerar a mais correta para analisar os filmes: *"no solo no existe una teoria unificada del cine, sino tampoco ningún metodo universal de analisis de films"* (AUMONT, 1990:13) e que sempre será possível aprofundar uma análise, qualquer que seja ela. Isso posto, nos debruçamos sobre alguns filmes que abordam o suicídio nas três categorias supracitadas.

*Problemas financeiros* aparecem como fator de contribuição para o suicídio de personagens em situações que envolvem desemprego, falência, pobreza e demissão. É o caso, por exemplo, da mulher demitida por Nathalie em “Amor Sem Escalas”.

Co-roteirizado pelo diretor Jason Reitman e por Sheldon Turner, “Amor Sem Escalas”, adaptação do romance homônimo de Walter Kirn, é a história de um homem que trabalha para uma empresa especializada em demitir funcionários. Curiosamente, Reitman incluiu no filme vinte e dois atores que, à época, haviam sido dispensados e que interpretaram a si mesmos sendo demitidos. Uma dessas personagens, Karen Barnes (interpretada pela atriz Tamala Jones), é demitida pela recém-contratada Nathalie (personagem de Anna Kendrick) que acompanha o protagonista Ryan Bingham (George Clooney). É ele quem, mais tarde, irá lhe dar a notícia de que Karen se suicidara. Ao saber disso, Nathalie, que demonstrava até ali total segurança quanto ao seu trabalho e ao novo método de demissão proposto por ela, desmorona. Na curva dramática da personagem, o suicídio de Karen é o ponto de inflexão. Ou seja, ainda que a suicida seja um personagem com um papel menor dentro da trama, o ato de tirar a própria vida carrega força dramática suficiente para reconfigurar as relações dentro da história.

Pressões que envolvem *relacionamento*, como separação, desapontamento e ciúmes podem ser apontadas como determinantes para um personagem se suicidar, como em “Vanilla Sky”, quando Julie lança seu carro do alto de um viaduto.

Refilmagem americana do filme espanhol “*Abre Los Ojos*”, “*Vanilla Sky*” conta a história de David Aames, interpretado por Tom Cruise, que conhece e se apaixona por Sofia (Penélope Cruz, que faz o mesmo papel na versão original espanhola), a mulher de seus sonhos. Porém, ao tentar terminar com sua atual amante Julie enquanto essa está dirigindo, ela não se conforma (“Você tem ideia de como é difícil ser apenas sua amiga?”) e, num misto de ciúmes e desapontamento, atira o carro, com os dois dentro, viaduto abaixo. Novamente, o ato suicida, tem impacto decisivo sobre a história, alterando os rumos da trama: a história renasce a partir dessa tentativa de suicídio.

Dentro da categoria de questões de *relacionamento* que determinam o suicídio, estamos considerando ainda a discriminação social, como a homofobia, racismo, antissemitismo e *bullying*, além de conflitos familiares. O suicídio das filhas do casal Lisbon em “*As Virgens Suicidas*” se encaixa nesse último caso. O filme, baseado no livro homônimo de Jeffrey Eugenides é, das películas analisadas neste artigo, o único em que a suicida é a personagem principal e por isso requer um pouco mais de atenção. Na verdade, são cinco irmãs, com idades entre 13 e 17 anos, mas a protagonista é Lux, interpretada por Kirsten Dunst. A resenha de Cesar (2014) aponta para a histeria sexual da controladora mãe católica que recai sobre as cinco jovens e para a submissão do pai das jovens, que não interfere na rígida educação que sua mulher impõe às meninas.

A mais nova, Cecília, é a primeira a tentar se matar. Ainda no leito do hospital, o médico a censura (“O que você está fazendo aqui, meu bem? Você nem tem idade para saber o quanto a vida pode se tornar ruim”), ao que a pequena Cecília responde, afiada como a lâmina com a qual cortara seus pulsos: “É óbvio, doutor, você nunca foi uma menina de treze anos”. A jovem volta para casa para, não muito tempo depois, subir as escadas até o seu quarto e se jogar pela janela, sendo empalada na cerca da frente da casa. Ao final do filme, as irmãs Bonnie, Mary e Therese são encontradas mortas dentro de casa: uma enforcada, outra com a cabeça dentro do forno e a outra com uma overdose de remédios. Na garagem, Lux se envenena com o



gás carbônico que sai pelo escapamento do carro, encerrando a insurreição extrema das adolescentes contra a tirania – inclusive de afeto – de seus pais.

Como último tipo de determinação social para o suicídio, entendemos o *luto* pela morte de alguém próximo como amigos, familiares, amantes e cônjuges (há a cena clássica de “O Grande Gatsby”, onde após matar o suposto amante de sua falecida esposa, o marido põe fim a própria vida); ou no monólogo com o cadáver da esposa suicida de “Último Tango em Paris”.

Cinco vezes adaptado para o cinema a partir da obra de F. Scott Fitzgerald, o protagonista Gatsby, interpretado em 2013 por Leonardo de Caprio, é assassinado por George, marido de Myrtle. George, abalado pela morte da esposa e por acreditar que ela havia sido atropelada por Gatsby (e, além disso, com quem teria tido um caso) vai à mansão dele, mata-o e depois se suicida com um tiro na boca. O assassinato encerra a trama e o que temos depois disso é um epílogo para encerramento da história.

Em “Último Tango em Paris”, Bernardo Bertolucci trata da relação entre um homem atormentado pelo recente suicídio da mulher e uma garota 25 anos mais nova. Quando o filme começa, o suicídio já ocorreu e Paul, o protagonista interpretado por Marlon Brando, sofre o luto da esposa. Acompanhamos a dor do marido e sua tentativa de compreender as razões da morte. Aqui o luto não se encaixa exatamente como determinante social do suicídio, já que Paul não chega a tenta-lo. Há, entretanto, a cena onde Paul “conversa” com o cadáver da esposa e confessa que gostaria de saber como se matar também. Novamente, e aqui mais fortemente, o suicídio é o “incidente incitante”<sup>5</sup> e que faz mover toda a trama.

## Conclusão

---

<sup>5</sup> De acordo com McKee (2006), o *incidente incitante* é uma das cinco partes do *design* de uma história. É o primeiro grande evento da narrativa, a causa primária de tudo o que se segue, colocando os outros elementos (*complicações progressivas*, *crise*, *clímax* e *resolução*) em movimento.

Vimos que estudos sobre o impacto de séries e filmes televisivos de ficção onde o suicídio é representado indicaram não haver evidências consistentes de uma relação entre retrato ficcional de suicidas na televisão e suicídios ou tentativas de suicídio reais. Ainda que uma série de estudos tenham apresentado causa-efeito, muitos destes eram limitados ou tinham problemas metodológicos. Quando se tentou replicá-los, os resultados apresentaram inconsistências sugerindo a necessidade de mais pesquisas para que se possa estabelecer ou refutar alguma associação. Por outro lado, verificou-se que estes não apenas não pareciam ser um estímulo para se suicidar como geraram efeito positivo.

Analizamos cinco filmes onde o suicídio está presente de diferentes formas e magnitude e extraímos, do pequeno conjunto de filmes apresentados neste artigo, que os suicídios (ou suas tentativas) são importantes mecanismos dramaturgicos que contribuem para o que McKee (2006) chama de “*design* da história” e que permitem fazer a trama avançar. Com exceção de “O Grande Gatsby” onde o suicídio encerra o filme e traz menos reflexão sobre o ato de se matar, nos demais filmes escolhidos, vemos que o suicídio é um grande evento da narrativa. Mesmo quando este ato acontece antes do início do filme, como em “Último Tango em Paris”, sua repercussão nos personagens é evidente e nos parece contribuir para uma reflexão não apenas sobre o impacto do ato em si, como na própria vida dos familiares.

Acreditamos importante avançar na investigação de como acontece a representação do suicídio no cinema pois esta primeira análise se mostrou frutífera e, ampliá-la, pode nos auxiliar na prevenção do suicídio. Entendemos que quanto mais próximo do protagonista o ato se dá, maiores as chances dessa reflexão se aprofundar e nos trazer conhecimento sobre o suicídio e o caminho que leva ao ato. Não apenas pelo tempo de exposição do assunto na tela mas, principalmente, pelo envolvimento emocional do público com a história. Quanto mais a audiência se importa com o personagem, tiver empatia por ele, mais as questões envolvendo o suicídio se tornam relevantes e mais luz o cinema pode lançar sobre o assunto.

Em uma dimensão teórica-epistemológica, a própria representação que o cinema faz do suicídio pode reforçar (ou reduzir) o estigma sobre aqueles que tentam pôr fim à própria vida, o que acabaria, por exemplo, por afetar o profissional de saúde que acolhe os casos de suicídio nas emergências. O que vimos neste artigo aponta, a princípio, que os cinco filmes analisados não estigmatizam, pelo contrário, reiteram os aspectos sociais envolvidos e convida a todos à reflexão do assunto, não circunscrevendo a questão apenas ao suicida.

## Referências bibliográficas

- ARAUJO, I. S. Razão polifônica. *Revista Perspectiva em Ciência da Informação*, v.8, p. 46 - 57, 2003
- ARAUJO, I. S.; Cardoso, J. M. *Comunicação e saúde*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.
- ARAUJO, I. S.; De Lavor, A.; Aguiar, R. Comunicação e negligenciamento: algumas questões em movimento. In: XXV CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISADORES DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 2012. Fortaleza. São Paulo: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. v. 1. p. 1-15.
- AUMONT, J. Marie, M. *Análisis del film*. Paidós Comunicación. Barcelona: Paidós, 1990.
- BOTEGA, N. J. Suicídio: saindo da sombra em direção a um Plano Nacional de Prevenção. *Rev. Bras. Psiquiatr.*, São Paulo, v. 29, n. 1, 2007.
- BROCK, P. Literatura, uma ciência exata. *Valor Econômico*. São Paulo, 22 de jun. de 2012. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/cultura/2723872/literatura-uma-ciencia-exata>>. Acesso em 10 de agosto de 2015.
- CAMUS, Albert. *O Mito de Sísifo*. São Paulo, Editora Record, 2004.
- CAMY, G. Representations of suicide in cinema. In: WASSERMAN, D. Wasserman, C. (edit.). *Oxford Textbook of Suicidology and Suicide Prevention: a global perspective*. Oxford, UK: Oxford University Press, 2009. p. 533-540.
- CARROLL, J et al. *Graphing Jane Austen: The evolutionary basis of literary meaning*. New York: Palgrave Macmillan, 2012.
- CESAR, R. G. F. As Virgens Suicidas: para mais informações ligue 555-MARIA. In: FONSECA, A. C. C. Efrom, C. Santos, I. M. (Orgs.) *Cinema, Ética e Saúde: Volume 2 - Direitos Humanos*, pg. 86. Porto Alegre: Ed. Bestiário, 2014. p. 86-91.
- DAPIEVE, Arthur. *Morreu na contramão: o suicídio como notícia*. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 2007.
- DURKHEIM, E. *O suicídio*. São Paulo: Martin Claret, 2008.

- GONCALVES, L. R. C. *et al.* Determinantes espaciais e socioeconômicos do suicídio no Brasil: uma abordagem regional. *Nova econ.*, Belo Horizonte, v. 21, n. 2, p. 281-316, agosto 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-63512011000200005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-63512011000200005&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 30 de maio de 2015.
- JAMESON, F. *O Inconsciente Político*: a narrativa como ato socialmente simbólico. Serie Temas. São Paulo: Ática, 1992.
- LÉVY, P. *O que é o virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996, p. 48.
- MACHADO, M. F. S. *Políticas públicas de prevenção do suicídio no Brasil*: da agenda e formulação. 2014. 66 f. Trabalho Conclusão de Curso – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.
- MCKEE, R. *Story*: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro. Curitiba: Arte & Letra, 2006.
- MCLUHAN, H.M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1995.
- NIETZSCHE, F. *Verdade e mentira no sentido extra-moral*. São Paulo: Nova Cultural, 1999.
- PIRKIS, J. Blood, W. Suicide and the media. Part II: Portrayal in fictional media. In: *Crisis*, Ashland, OH. v. 22 (4), p. 155–162, 2001.
- STACK, S. Bowman, B. *Suicide movies*: Social patterns, 1900-2009. Ashland, OH: Hogrefe & Huber, 2011.
- TRIGUEIRO, A. *Viver é a melhor opção*: a prevenção do suicídio no Brasil e no mundo. São Bernardo do Campo, SP: Correio Fraternal, 2015.
- WESTERLUND, M. et al. The role of mass-media in suicide prevention. In: WASSERMAN, D. Wasserman, C (edit.). *Oxford Textbook of Suicidology and Suicide Prevention*: a global perspective. Oxford, UK: Oxford University Press, 2009. p. 515-523.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). Preventing suicide: a global imperative. Luxembourg: WHO; 2014 Disponível em: <[http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/131056/1/9789241564779\\_eng.pdf](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/131056/1/9789241564779_eng.pdf)>

## Referências audiovisuais

- Amor Sem Escalas*. REITMAN, Jason. EUA: 2009. 109 minutos.
- As Virgens Suicidas*. COPPOLA, Sofia. EUA: 2000. 97 minutos.
- Casualty*. Reino Unido: BBC, 1986.
- EastEnders*. Reino Unido: BBC, 1985.
- O Grande Gatsby*. LUHRMANN, Baz. EUA: 2013. 143 minutos.
- Último Tango em Paris*. BERTOLUCCI, Bernardo. EUA: 1972. 129 minutos.
- Surviving*. HUSSEIN, Waris. USA: 2015. 143 minutos.
- The Befrienders*. Reino Unido: BBC, 1972.
- Vanilla Sky*. CROWE, Cameron. EUA: 2001. 136 minutos.

## **Realismo Estético e Efeito de Real<sup>1</sup>**

### **O Poder da Simulação em Tropa de Elite**

Sayd Mansur<sup>2</sup>

#### **Resumo**

O presente trabalho pretende se ocupar da investigação acerca das mediações possíveis dos simulacros nas imagens audiovisuais contemporâneas para problematizar a vocação do gênero realista e do mimetismo imagético em nossa conexão e acesso ao real. Para tanto, utilizaremos o primeiro filme da série “Tropa de Elite” (2007), buscando investigar a confusa indistinção do espectador contemporâneo entre sua realidade, e uma representação pretendida. Uma simulação que, ao ser escrutinada, possivelmente terá em seu diagnóstico um débito com o contexto histórico e social de seu momento histórico a se insinuar por toda a obra.

#### **Palavras-chave**

Simulacro; Simulação; Subjetividade; Realismo; Representação

#### **Introdução**

Fenômeno de público antes de seu lançamento comercial, o primeiro longa-metragem da série “Tropa de Elite” chegou ao comércio informal brasileiro impulsionando uma inusitada campanha de consumo boca a boca à dois meses de sua estreia comercial, em outubro de 2007. Este incidente tornou o filme não só um fenômeno na indústria cultural brasileira, como permitiu que o longa-metragem alcançasse os principais suplementos culturais do país e atravessasse das páginas policiais, ao debate político mais intenso sobre a segurança pública nacional.

Narrando a criação do Batalhão de Operações Policiais Especiais (BOPE) nos bastidores da Polícia Militar do Rio de Janeiro, o BOPE é apresentado como a chave para a solução dos problemas de segurança pública no Rio de Janeiro em meados dos anos noventa, momento em que a corporação policial estaria paralisada em função da corrupção e das disputas de poder interno. O filme “Tropa de Elite” comoveu mídia e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT2 (Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem, e do Som) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando em Ciência da Arte (PPGCA-UFF). Email: saydmansur@gmail.com



opinião pública, não apenas pelo escândalo que se seguiu ao vazamento de sua primeira cópia pirata, ou pelas implicações políticas em torno das práticas coercitivas encenadas no filme, mas, principalmente, em função da intensa penetração que este longa-metragem recebeu por praticamente todos os estratos sociais brasileiros.

Baseado no livro “Elite da Tropa” de autoria do antropólogo e ex-secretário de segurança pública do Rio de Janeiro, Luiz Eduardo Soares, em conjunto com dois ex-oficiais do BOPE André Batista e Rodrigo Pimental, o longa-metragem “Tropa de Elite” é uma produção brasileira de 2007. Tanto o livro como o filme, roteirizado pelo diretor José Padilha, em conjunto com o roteirista Bráulio Mantovani (“Cidade de Deus”), e o co-autor de “Elite da Tropa” Rodrigo Pimental, ficcionalizam fragmentos de histórias verídicas de oficiais em seu dia a dia na corporação, ao mesmo tempo em que abordam eventos verídicos como a visita do papa João Paulo II à cidade do Rio em 1997, e a guerra entre quadrilhas rivais no mesmo período.

O filme representou um marco na cinematografia brasileira, tendo sido laureado com pelo menos um grande prêmio internacional, o Urso de Ouro de melhor filme em Berlim (2008), e se mostrou um verdadeiro fenômeno de identificação entre público e produção midiática. A partir de “Tropa de Elite”, pretendemos analisar criticamente a familiarização da vida e do imaginário público com o fenômeno midiático dos simulacros, simulacros estes, articulados num primeiro momento em função de um ideal de realismo estético que se funda na alta modernidade ocidental (JAGUARIBE, 2007).

Ao problematizarmos a inserção de produtos audiovisuais numa sociedade onde as balizas que demarcam o real possível e suas representações tem sido confundidas e até mesmo estimuladas (BAUDRILLARD, 1991), “Tropa de Elite” se mostra um capítulo à parte em nossa produção audiovisual, não apenas pelo vigor técnico e narrativo no tratamento da violência urbana, tema que neste instante se configura como preocupação capital na sociedade brasileira, mas, principalmente, pela rápida incorporação do discurso do filme, fato observado pela incorporação de

opiniões já nos primeiros dias de sua exposição, além da repetição popular dos bordões e do discurso defendido por seu narrador. Entre histórias de amizade, corrupção e desequilíbrio familiar, o filme narra o encontro do Capitão Roberto Nascimento, oficial tido como incorruptível por seus pares, adepto da tortura na prática investigativa, que ao se desiludir com a subordinação do BOPE aos sucessivos jogos de interesse políticos e eleitorais, acaba vendo na chegada ao Batalhão dos dedicados aspirantes Neto Gouveia e André Matias, a solução para sua aposentadoria digna dentro da corporação, através da seleção de um substituto à sua altura.

A impressionante assimilação deste filme no dia a dia deste país, demonstra como a união de uma temática apelativa num determinado contexto histórico/social, aliada à uma execução técnica e estilística exemplarmente executada, ganhou respaldo da numerosa estimativa de 11 milhões<sup>2</sup> de espectadores informais em todo território nacional, podendo provocar uma confusa incorporação dos discursos e valores representados no filme como uma justificada experiência de realidade.

Levando em consideração como desde seus primórdios o cinema funciona como dispositivo privilegiado de identificação e re-apresentação de imaginários individuais e coletivos, iremos atentar para o *olhar* de Jean Baudrillard (1991), frente à incessante circulação de imagens na atualidade que estaria dificultando a conscientização e o agenciamento crítico de nossas sociedades, chegando mesmo a acarretar uma perda de vínculo com o *real* ocasionada por seu ofuscamento frente a circulação dos simulacros. Ao reunir em sua trama histórias verídicas de policiais, com uma acurada reconstituição narrativa dos embates dentro da corporação policial e nos morros cariocas, o filme fornece material para compreendermos, como, através da articulação de determinados dispositivos estéticos obtém-se um discurso, ou efeito de realidade, que sublimaria o ideal de mimese<sup>3</sup> como modelo de representação “fiel” da

---

<sup>2</sup> Recorde de Contravenção. Revista Veja, São Paulo, nº. 2030, p. 86, 17 de Outubro de 2007

<sup>3</sup> Mimese (imitação) em sentido lato: as formas como os textos emitam outros textos, como os atores imitam o comportamento de protótipos, como os espectadores imitam o comportamento de personagens ou atores ou como um estilo cinematográfico pode trabalhar seu tema ou período histórico por meio de analogias. (STAM, Robert. Introdução à teoria do cinema, p.165)

realidade a ponto de contribuir para a compreensão da realidade no imaginário público.

Partindo de uma análise da estreita relação entre o filme com a vida pública a que convencionamos chamar de *realidade*, problematizaremos esta obra audiovisual como uma *prática estética* realista que visa o efeito de choque e catártico em seu espectador. Deste modo, buscaremos compreender os mecanismos estéticos que proporcionaram esta intensa identificação entre obra audiovisual e público-espectador, a ponto de atingir de modo tão profundo o imaginário político e social brasileiro.

O conceito de “*Sociedade do Espetáculo*” elaborado por Guy Debord e revisionado contemporaneamente por Jean Comolli, foi outro importante elemento para compreender a confusa indistinção de fronteiras entre o público e o privado, o real e o ficcional, a pessoa e a personagem, nas atuais práticas midiáticas. Confusão esta que seria produto de uma visão de mundo que se “objetiva”.

Deste modo, defrontamo-nos com a inevitável apreensão de experiências fictícias e espetaculares, como simulacros de nossas próprias vidas. Compreenderemos o conceito de simulacro tendo por base o entendimento de Baudrillard não da oposição entre *simulação* e *realidade*, entre o *real* e um *signo*, mas, compreendendo-o como *códigos*, formas ou até mesmo *experiências*, já sem referência objetiva.

## O Realismo Enquanto Representação da Realidade

Em oposição à compreensão dada pelo senso comum do *realismo* como apreensão legítima da realidade, quando ignora que este “*realismo*” é apenas mais que um gênero estilístico, articulado a partir de convenções estéticas próprias e estando sujeito às alterações e adaptações ao longo dos tempos (JAGUARIBE, 2007), levamos em conta que o *realismo estético*, como toda representação, é um mecanismo de processamento e re-apresentação de uma realidade fragmentária e plural por

natureza, definida por uma convenção de códigos agenciados arbitrariamente na intenção de se obter o máximo de autoridade e legitimidade sobre um tema a ser digerido pelo público (STAM, 1981). Tomando como referência os ensaios da autora Beatriz Jaguaribe em seu trabalho “*O Choque do Real*”, identificamos o surgimento destas estéticas realistas na ascensão da Modernidade como resultado das aspirações e necessidades do homem e da sociedade que surgiram deste novo contexto. E observamos como através dos tempos, estas estéticas realistas obtiveram um refinamento invejável, sendo naturalizadas a tal ponto, que suas convenções ao encenarem as maneiras cotidianas e os dilemas subjetivos e sociais do homem contemporâneo, são hoje quase imperceptíveis para a grande maioria do público, seja nos noticiários, nos romances ou no cinema.

Num momento de crescente demanda por “realidade”, este problema se explica em parte quando observamos ser uma característica comum às sociedades da Modernidade tardia, a supervalorização de seus imaginários culturais, em constante transformação desde o final do século XIX, quando, “a ficcionalização da realidade na reportagem e o efeito de realidade na ficção não só influenciaram o jornalismo e a literatura ao longo do século XX, como também fabricaram a percepção do cotidiano” (JAGUARIBE, 2007: p. 110). Logo, o agenciamento da vida cotidiana e do imaginário coletivo, teria ocasionado um curioso estreitamento entre a realidade cotidiana e as experiências fictícias, entre a experiência presente e a representação da realidade social. Este ideal *realista* encontra-se presente desde muito cedo na Modernidade, sendo por isso mesmo confundido com a própria *realidade* devido à sua conexão objetiva entre a representação e o cotidiano, que seria alcançada a partir do exercício de uma objetividade pragmática que afastaria fantasias, crenças e tradições, a fim de equiparar a realidade vivida à representação do mundo moderno.

Este ideal de objetividade progressista veio como ruptura contra toda uma tradição de encantamento do mundo, desviando o eixo fantasioso, sensível e incomensurável costumeiramente encontrado em nossas narrativas, para a construção de um indivíduo que nortearia sua vida pela *razão* (JAGUARIBE, 2007). Esta

vocação à racionalidade presente desde o início no projeto da sociedade moderna, impulsionou uma incessante classificação, definição e interpretação do mundo e do próprio homem, sintoma de um projeto filosófico que almeja incessantemente a domesticação da realidade ao seu redor. Entretanto, quando observamos ser a “*realidade*” algo fragmentado e parcial por natureza, somos incapazes de legitimar qualquer representação ou relato como algo além do que uma mera orquestração narrativa. Esta confusão que se cria em torno do gênero *realista* e da realidade de fato, é ocasionada pela conexão íntima entre a representação e a experiência coletiva, afinal

Torna-se um marco da modernidade tardia, essa zona fronteira de indefinição entre o evento “objetivo” e o seu invólucro imaginário, entre a experiência e sua representação ficcionalizada que ganha relevo particular através do efeito mimético das tecnologias da imagem. Nossos instantes de lembrança se petrificam por meio de fotografias, interpretamos pessoas e eventos com os repertórios da ficção (...) Entretanto, quanto mais ficcionalizada e estetizada é a vida cotidiana, mais se procura a saída para tornar a experiência “real”. (JAGUARIBE, 2007: p. 99)

Na intenção de se representar o mundo material da forma mais fiel e compreensível possível, recorreu-se costumeiramente ao ideal estético de *mimese* como um meio de fiel representação da realidade, baseado num processo de assimilação por *semelhança* ou *cópia*. Este ideal estético pretende ocultar o fato de que para se atingir o *ilusionismo mimético*, obedece-se a diversos códigos de verossimilhança culturalmente engendrados, segundo Terry Eagleton, o “*realismo artístico, portanto, não pode significar ‘representar o mundo tal qual é, mas sim representá-lo de acordo com as convenções de representação do mundo-real’*” (EAGLETON, 1998; apud: JAGUARIBE, 2007, p. 34).

O ideal máximo de verossimilhança, ocultador de seu processo de representação é encontrado no cinema, veículo que desde muito cedo teve seus códigos de coerência formulados sobre uma linguagem *ilusionista* ou clássico-narrativa. De modo a encobrir do espectador todos os vestígios de sua articulação narrativa, mas que hoje, encontra seu ideal de realismo sobre códigos absolutamente oposto aos do passado.



Vale notar que, contemporaneamente, o conceito de transparência é radicalmente distinto do que o fora para o cinema clássico e contra o qual lutara os cinemas modernos, que pleiteavam a opacidade da imagem a partir de procedimentos reflexivos. Hoje, a reflexividade e suas marcas – como rastros da filmagem, presença da equipe, tematização do dispositivo etc. – torna-se condição da própria transparência. (FELDMAN, 2008: p 2)

Esta imersão num primeiro momento foi articulada tendo em vista um ideal de verossimilhança que mascararia seus métodos de representação. Na literatura isto se deu através da inserção de detalhes que enriqueceram as descrições de ambientes, a caracterização dos personagens, ou mesmo com a explanação dos pensamentos íntimos e da subjetividade de seus protagonistas (BARTHES, 1972), havendo inclusive o surgimento de um gênero próprio no modernismo conhecido por *stream of consciousness* (JAGUARIBE, 2007). Já no cinema isto se deu sob a forma de uma rígida articulação narrativa que almejou a ocultação do processo de filmagem e montagem, objetivando a plena imersão do espectador pelo espetáculo cinematográfico (XAVIER, 1977).

Outra forma de se compreender a expectativa em torno da recepção do cinema e de outras formatações midiáticas está no fato de que, com a ficcionalização crescente da realidade coletiva, tem-se aumentado a necessidade de produzir ficções de conotação altamente *realista*, na maioria das vezes “produzindo uma verdade que simule sua própria não-simulação” (FELDMAN, 2008: p. 8). Sua crítica à decupagem clássica fez-se pela indiferença às convenções do naturalismo clássico, por seu “aspecto manipulador e pela sua articulação com a criação de um mundo imaginário que aliena o espectador de sua realidade” (XAVIER, 1977). Afinal, o cinema possui uma descontinuidade inerente ao seu processo de produção e montagem. Pois, é através do encadeamento de fotogramas isolados que serão definidos os planos e confeccionadas as sequências, com a finalidade de envolver o espectador emocionalmente, guiando-o não apenas através de movimentos de câmera e ângulos fotográficos, mas através da unidade psicológica adquirida com a racionalização de sua *mis en scene* (STAM, 2003).

Ainda que de início estas técnicas reflexivas fossem utilizadas na intenção de despertar o olhar crítico do público-espectador, problematizando certas convenções estilísticas que mascaram seu processo ficcional, naturalizando uma “visão de mundo” debitária do momento vivido (JAGUARIBE, 2007), hoje estes mesmos recursos são utilizados com objetivo de se intensificar a *autenticidade* de produtos audiovisuais de forma mais intensa e eficiente (FELDMAN, 2008). A utilização de uma linguagem agressiva, a utilização de uma câmera trêmula, edição *nervosa* e mesmo a fragmentação narrativa, buscam aproximar ao máximo a experiência urbana do espectador ao incluir a turbulência do mundo observado por ele.

Sabendo-se que toda experiência cinematográfica está organizada em função da fragmentação própria da rotina de filmagem, onde planos e sequências são filmados fora de sua ordem cronológica, foi desenvolvido um método *ilusionista*, mais conhecido por *clássico-narrativo*, que se manteve hegemônico até o período do pós-guerra. Este modelo clássico-narrativo esteve antenado com as exigências de seu tempo no que havia de mais apropriado em convenções de verossimilhança cinematográfica. Logo, toda uma gramática cinematográfica foi organizada na intenção de se conseguir aproximar a realidade fílmica o máximo possível da observação naturalista do mundo a que o espectador estava acostumado, almejando atingir a verossimilhança pelo maior estabilidade possível nos movimentos de câmera, na suavidade dos cortes e na transição entre sequências, além da obediência à rígidas regras de montagem e iluminação, que visavam a uma *transparência absoluta* com o objetivo de criar uma impressão de contínua realidade (XAVIER, 1977). Neste primeiro momento, almejou-se atingir a verossimilhança pelo maior estabilidade possível nos movimentos de câmera, na suavidade dos cortes e na transição entre sequências, além da obediência à rígidas regras de montagem e iluminação, que visavam à *transparência absoluta* com o objetivo de criar uma impressão de realidade contínua. Sendo inadmissível que esta padronização rigorosamente *ilusionista* fosse desrespeitada, chamando a atenção para si durante o ato cinematográfico. Como observa Hérnan Ulm

En el cuadro acontece lo visible. En el marco cerrado de la ventana acontece la infinitud del mundo: fuera de la ventana nada se ve (...) El cuadro copia el mundo. La representación establece una relación con el original y da las reglas por las que el mundo se presenta, asegurando la instancia en que la verdad se realiza. Se trata de hacer ver la verdad en el cuadro cerrado de la representación (ÚLM, 2008: p. 1)

Apesar das presentes críticas, vale apontar que inicialmente o ideal estético pretendido pelo *realismo* foi o modo mais elaborado que gerações anteriores encontraram para expressar objetivamente seus dilemas e experiências, dificilmente exprimíveis num contexto onde a realidade, por sua fragmentação inerente, poderia ser representada. Em verdade, estas estéticas visam a partir do domínio de suas convenções e códigos, obter o máximo de autoridade sobre um dado tema, garantindo a plena imersão do espectador em seu universo ficcional.

Este esforço desesperado do homem moderno em atingir o mais alto grau de realismo e verossimilhança nas Artes é algo curioso e compreensível, em parte, devido à necessidade dele em diagnosticar e classificar tudo ao seu redor, sem excluir nem mesmo suas emoções e impressões íntimas. De forma que, trabalhando neste paralelo entre a vida e a arte, o indivíduo moderno buscou definir nesta última os parâmetros para compreender seu cotidiano amorfo e fragmentado (JAGUARIBE, 2007). Sobretudo num momento histórico onde a ilusionismo e a ficção ganham contornos *espetaculares* (DEBORD, 1998), devido à circulação incessante de imagens que induziriam à passividade, dificultando uma maior conscientização e agenciamento crítico, e proporcionando uma perda de vínculo com o real (BAUDRILLARD, 1991), ocasionada em virtude da proliferação de *simulacros*, imagens autônomas que perderam sua conexão com o real.

### **Simulacros & Simulações**

Segundo Baudrillard, o modelo simulatório que impregna nosso imaginário contemporâneo é de uma natureza radicalmente diferente do representativo, pois produz seu sentido não a partir da relação entre um referente e seu duplo, ou

duplicata. Aqui o espelho é para nós a metáfora perfeita, pois se refere a uma reprodução mimética que tem origem em um referencial concreto. Já a simulação não parte de um conceito referencial, “já não existe o espelho do ser e das aparências, do real e do seu conceito. Já não existe coextensividade imaginária” (BAUDRILLARD, 1991: p. 08). A simulação, deste modo, seria a geração de real a partir de outros modelos representativos, e não a partir de um referente ideal ou negativo, mas estritamente *operacional*. Aqui, lembra-nos o autor, o território já não precede o mapa, como na incrível fábula de Jorge Luis Borges, onde os cartógrafos de um Império acabam criando um mapa tão perfeito e detalhado, que acaba por cobrir o território exato deste Império ponto a ponto.

Na simulação a coextensividade imaginária entre referência e simulação cai por terra, esta operação de reprodução do real para o autor já não é de natureza especulativa ou mesmo discursiva, mas de ordem nuclear e genética.

O real é produzido a partir de células miniaturizadas, de matrizes e de memórias, de modelos de comando (...) Já não tem de ser racional, pois já não se compara com nenhuma instância, ideal ou negativa. É apenas operacional.” (BAUDRILLARD, 1991: p. 08)

Quando percebemos o sucesso dos simuladores ao coincidir o real com seus modelos de simulação, e não o contrário, o encanto da abstração representativa se perde, “pois é na diferença que consiste a poesia do mapa e o encanto do território, a magia do conceito e o encanto do real.” (BAUDRILLARD, 1991 p. 08). Para o autor, “a simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real” (BAUDRILLARD, 1991: p. 21). Assim, em nossa atual ordem social, os onde a proliferação de imagens se dá em número e intensidade jamais alcançadas antes, torna-se quase impossível a distinção entre “irrealidade” e “hiperrealidade”.

Parte deste processo pode ser entendido também em função das implicações do alastramento do “mundo das imagens técnicas” em nosso presente, fenômeno observado pelo filósofo Vilém Flusser, para quem a ampla capacidade de abstração conquistada por nossa sociedade provocou um reencantamento do mundo por ocasião

da criação de dispositivos de produção de imagem pré-programados tecnicamente. Estes aparelhos capacitados com o que podemos chamar de *caixa-preta* possuem um complexo sistema de virtualidades que tem seu pleno funcionamento desconhecido por seus mais experientes programadores.

Imagens têm o propósito de representar o mundo. Mas, ao fazê-lo, interpõem-se entre mundo e homem. Seu propósito é serem mapas do mundo, mas passam a ser biombos. O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função das imagens. Não mais decifra as cenas de imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como um conjunto de cenas. Tal inversão da função das imagens é idolatria. Para o idólatra – o homem que vive magicamente – a realidade reflete imagens (FLUSSER, 2002, p. 09)

Logo, podemos compreender que parte do problema está não só na compreensão de que o real pode ser de alguma maneira apreendido e representado, fornecidos os meios para uma justa utilização dos códigos e convenções de seu tempo, mas, na forma como o expectador moderno experimenta estas imagens ficcionais de modo quase íntimo. Deste modo, observamos como problemático o processo onde estas representações se tornam elementos da vida e da experiência coletiva, num contexto onde os meios de comunicação fornecem amplamente a matéria-prima não só para a imaginação, mas para a produção de subjetividades do expectador moderno.

Em sua obra, *A Sociedade do Espetáculo*, escrita ainda nos anos 60, Guy Debord discutiu o problema da perda da unidade do mundo em função da submissão do social aos propósitos da acumulação do capital. Essa submissão a qual a vida nas modernas sociedades ocidentais se submeteu, levaria a uma acumulação incessante de espetáculos, fato perceptível não só em nossa organização social, mas na organização de nossas vidas, que estariam atreladas às próprias condições de produção modernas de uma sociedade onde o espetáculo não seria apenas um conjunto de imagens em ampla circulação midiática, “mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1998: p 09).



Sendo o espetáculo a própria atividade social efetivamente desdobrada, a realidade vivida materialmente acaba sendo invadida pela contemplação do espetáculo. Paradoxalmente a realidade objetiva está presente nos dois lados, de forma a não permitir qualquer oposição abstrata entre o espetáculo e a atividade social efetiva:

O espetáculo que inverte o real é efetivamente reproduzido. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo, e retoma em si própria a ordem espetacular dando-lhe uma adesão positiva. A realidade objetiva está presente dos dois lados. Cada noção assim fixada não tem por fundamento senão a sua passagem ao oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Esta alienação recíproca é a essência e o sustento da sociedade existente. (DEBORD, 1998: p. 08)

## Conclusão

Quando a arbitrariedade das estéticas que se pretenderam autoridade sobre o *real*, são expostas na convencionalidade de seus mecanismos discursivos a ponto de se observar sua gradual modificação com o passar dos anos, é necessário que uma maior problematização destes códigos seja articulada, mantendo estes mecanismos narrativos em seu lugar de expressão do imaginário humano, não permitindo que invadam e ocupem um lugar ativo de produção de subjetividades à opinião pública.

A discussão que firmamos aqui sobre o real, e algumas de suas diversas formas de representação da realidade nos importa, pois que, seus vestígios têm sido cada vez mais contestados proporcionalmente à expansão de suas representações.

Ao estudarmos a arbitrariedade das estéticas que se pretenderam autoridade sobre o *real*, ficamos exposto à convencionalidade inerente aos mecanismos narrativos, que com o passar dos anos se modificam na intenção de imprimir o máximo de verossimilhança a uma obra. Para tanto é necessário que uma problematização destes códigos seja sempre articulada, a fim de manter estes mecanismos estéticos em seu lugar de expressão do imaginário, não permitindo que

invadam e ocupem o lugar de produtoras de realidade a ser incorporadas passivamente pela subjetividade coletiva.

Este real, que se assemelha ao instante temporal vivido, não poderia ser processado conscientemente em sua instantaneidade sem a codificação e filtragem por uma linguagem cultural e suas convenções estéticas. Pois, as diversas estéticas realistas adquiriram seu poder ao longo dos tempos na capacidade de organizar nossas narrativas e imagens de modo a apresentar este real de modo mais intenso do que nosso cotidiano fragmentado e disperso. Se desta forma o real se define como a existência de um mundo independente de nós, a realidade social ao contrário se encontra sempre atravessada pela mais variada forma de discursos que se pode encontrar dentro de uma sociedade.

Apesar das presentes críticas, vale apontar que inicialmente o ideal estético pretendido pelo *realismo* foi o modo mais elaborado que gerações anteriores encontraram para expressar objetivamente seus dilemas e experiências, dificilmente exprimíveis num contexto onde a realidade, por sua fragmentação inerente, poderia ser representada. Em verdade, estas estéticas visaram a partir do domínio de suas convenções e códigos, obter o máximo de autoridade sobre um dado tema, garantindo a plena imersão do espectador no universo ficcional. E afinal, “como não crer que a realidade da representação não dê acesso, no mesmo lance à representação da realidade?” (COMOLLI, 2008: p. 220).

Se na maior parte dos casos as estéticas realistas são convocadas para revelar a carne do mundo em sua imperfeição, acreditamos que também ficou claro que há muitas outras formas e esforços artísticos, capazes de buscar no realismo mais do que a expressão pura e simples do real como discurso enunciatório da vida, ou como um espelho social. Mas antes, buscando a perfuração do próprio significado do que se entende por realidade, a partir da inquisição da vida de forma mais ampla, de modo a resgatar os traços menos perceptíveis de nossa própria existência.

.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland. *O Efeito de Real*. (in): *Literatura e Semiologia: Pesquisas Semiológicas*. Petrópolis: Vozes, 1972.

BAUDRILLARD, Jean. *A troca simbólica e a morte*. São Paulo: Loyola, 1996.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

COMOLLI, Jean-Louis. *Ver e poder - a inocência perdida: cinema, televisão, ficção e documentário*. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Lisboa. Edições Antipáticas, 2005.

DELEUZE, Gilles. *A imagem-movimento*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

DURAND, Gilbert. *O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem*. Rio de Janeiro: Difel, 2004.

ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FELDMAN, Ilana. *O apelo realista: uma expressão estética da biopolítica*. XVII COMPÓS, GT - Estéticas da Comunicação. São Paulo: UNIP, 2008.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.

JAGUARIBE, Beatriz. *O choque do real: Estética, mídia e cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

METZ, Christian. *A significação no Cinema*. São Paulo: Ed.Perspectiva Edusp, Debates, 1972

OLIVEIRA, Letícia. *Indivíduos e o acúmulo excessivo de imagens frente às tecnologias na contemporaneidade*. (in) *Imagens e sentidos na comunicação contemporânea* (orgs.) Roberval José Marinho; Rodrigo Farhat. Brasília: Casa das Musas, 2009.

SIBILIA, Paula. *O homem pós-orgânico: corpo, subjetividade e tecnologias digitais*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

STAM, Robert. *Introdução à teoria do cinema*. São Paulo: Papirus Editora, 2003.

STAM, Robert. *O espetáculo interrompido: literatura e cinema de desmistificação*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

ÚLM, Hérnan. *Hacer visible. La producción de la verdad. Tres directores contemporáneos del cine argentino*. Argentina: Universidad de Salta, 2008.

XAVIER, Ismail (org). *A experiência do cinema*. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

XAVIER, Ismail. *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

XAVIER, Rodrigo. *Análise dos gestos no cinema*. 2012. 41f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Cinema e Audiovisual). Curso de Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2012.

ŽIŽEK, Slavoj. *A subjetividade por vir*. Lisboa: Relógio d'Água, 2006.

ŽIŽEK, Slavoj. *Como ler Lacan*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

## OUTRAS REFERÊNCIAS

### Referência Audiovisual

*Tropa de Elite*. PADILHA, José. Brasil: 2007. 118 minutos.

### Referência em Periódicos

BOSCOV, Isabela. *Recorde de Contravenção*. (in) *Revista Veja*, São Paulo, nº 2030, p. 86, 17 de Out. de 2007.

### Referências Literárias

SOARES, Luiz Eduardo; BATISTA, André; PIMENTEL, Rodrigo. *Elite da tropa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2006.

**Na encruzilhada do sertão francês:**  
descontrutivismo e construtivismo no debate sobre o “cinema moderno” nos limiares  
da década de 70<sup>1</sup>  
Sérgio Franklin de Assis<sup>2</sup>

**Resumo**

Este artigo procura, a partir de uma proposta inicial de pesquisa, verificar ressonâncias no Brasil da crítica ao dispositivo cinematográfico, promovida por realizadores e críticos de cinema franceses ao longo da década de 70. Parte-se, aqui, de um presumido desencontro inicial entre uma concepção “desconstrutivista” francesa e uma militância de política cinematográfica brasileira, que procurava garantir possibilidades de existência e afirmação da produção cinematográfica nacional.

**Palavras-chave**

Palavras-chave: crítica; política; representação.

**Vertov e Eisenstein na encruzilhada**

Duas análises sobre desencontros servem, aqui, para ilustrar o ponto de partida deste artigo. A primeira esmiuça a quase anedótica sequência que envolve Jean-Pierre Gorin, Godard e Glauber numa encruzilhada da conhecida sequência de *Vento do leste*, filme de 1969<sup>3</sup>. A outra, não tão rigorosa, abstrai-se dos comentários feitos por

---

1 Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015

2 Mestrando. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). E-mail: assis.franklin@gmail.com

3 Refiro-me ao artigo do pesquisador Mateus Araújo Silva, “Godard, Glauber e o Vento do leste: alegoria de um (des)encontro”, que analisa a sequência do filme feito por Gorin e Godard em 1969, da qual Glauber participa.



Serge Daney em um texto produzido logo após a morte do cineasta. Em tom confessional, o crítico reconhece a distância que sempre separou os redatores dos *Cahiers du Cinéma* dos realizadores brasileiros desde a eclosão do cinema novo. Ambos os textos descrevem impasses que colocam de um lado a radicalidade do pensamento expresso na revista durante a década 70 e do outro o empenho na defesa da cena de cinema no Brasil neste mesmo período.

Resumindo brevemente, no primeiro texto, o pesquisador Mateus Araújo Silva descreve, ao analisar a sequência de *Vento do leste*, um “diálogo de surdos”, que tem, de um lado, Glauber, representando a si mesmo, “crucificado”, entre o caminho do cinema de aventura e o do terceiro mundo e, do outro, a vacilante Isabel (espécie de alter ego de Godard, segundo a análise), ambos numa encruzilhada. Um encontro “disfórico”, ressalta o pesquisador, em que cada um fala a sua língua (ela o francês, ele o português), “tendendo a ignorar o outro”. Uma outra personagem está presente nesta cena, em *off*. É uma voz feminina, que se dirige unicamente a Isabel/Godard, comentando seus descaminhos. Segundo Silva, estaria aí representado o codiretor do filme, Jean-Pierre Gorin, que na cena cobra coerência de seu parceiro Godard/Isabel. O que aí se encenava, conclui Silva, era “o fracasso de Godard em ir buscar no cinema do terceiro mundo uma fonte de inspiração e um método válido para um cinema político”. (SILVA, 2007). O artigo retoma ainda as conhecidas alusões de Glauber aos bastidores, nas quais afirma, valorizando a cena, ter contrariado a proposição feita por Godard de destruição do cinema: “Eu não concordo. Vocês, na França, na Itália, podem destruí-lo. Mas nós ainda o estamos construindo em todos os níveis, na linguagem, na estética, na técnica...” Glauber coloca a questão a partir da dicotomia revolução x revisionismo, recorrente no filme e no debate político de então: “Godard sustenta que nós no Brasil estamos na situação ideal para fazer um cinema revolucionário, e, ao invés disso, fazemos ainda um cinema revisionista, isto é, dando importância ao drama, ao desenvolvimento do espetáculo, em suma”. E retruca: “Nós estamos em uma fase de liberação nacional, que passa também pelo cinema, e o relacionamento com o público popular é fundamental”. Na conclusão de seu artigo, Silva sugere um outro olhar para o que Gorin denominou como “impossibilidade de

encontro”. Lembra que a sequência da encruzilhada parece ter inaugurado e antecipado o período desconstrutivista do cinema de Glauber. Refere-se mesmo a “uma verdadeira fecundação mútua”, mais evidente no caso de Glauber, que realizaria logo em seguida *O Leão de sete cabeças* e *Cabeças cortadas*, radicalizando uma desconstrução formal já existente desde *Pátio*.

Passada uma década, uma aparente inversão de sentidos parecia marcar um novo desencontro. Ao escrever sobre o diretor brasileiro, pouco após sua morte, Serge Daney – editor dos *Cahiers du cinéma* na década de 70 – reconhece a distância<sup>4</sup> que os separava: “Dos grandes agitadores do cinema moderno, Glauber Rocha era talvez o mais distante de nós (...) Se houve aproximação foi porque nessa época de loucuras havia ainda alguma coisa que se chamava 'história do cinema' (...) Resistia-se: resistia-se a Hollywood-Mosfilm (...). Ainda não se pensava que a América tinha ganho definitivamente no domínio das imagens e dos sons”.

Essa constatação da derrocada de um programa estético político do cinema mundial parecia não ser admitida por Glauber, como observa Daney ao falar sobre “A idade da terra”:

“Nesse filme em que já não enganava ninguém, em que estava sozinho com o seu delírio, Glauber fazia voltar à nossa memória um sonho esquecido, esse de um outro cinema, outra coisa que o “made in USA”. Porque isto existiu, em várias épocas, essa ideia de que os cineastas de todos os continentes podiam arranjar diferentemente as imagens, propor ao cinema outra coisa que o seu triste devir-televisão ou o seu sinistro devir-museu. Um cinema de montagem, físico e discordante, um cinema-ópera para variar da opereta americana. Isto existiu outrora.”

O “sonho” do cinema tricontinental<sup>5</sup> já se mostrava, então, um passado remoto para o crítico francês. Responsável, na década de 70, por liderar uma reformulação editorial nos *Cahiers du cinéma*, que colocara em xeque a própria cinefilia – o prazer “conseguido do efeito-cinema” –, Daney refere-se então ao último filme de Glauber

---

4 A má-reputação de Glauber após declarações elogiosas a Golbery, “Geisel e Figueiredo” é destacada por Daney como elemento significativo deste desencontro. Segundo ele, a má-reputação foi responsável pelo esquecimento de Glauber no âmbito da crítica europeia.

5 Tricontinental é também o título de um artigo de Glauber, republicado em *Revolução do Cinema Novo*.

como um *OVNI*, “*fleuve* e louco”<sup>6</sup>. Neste momento, já havia feito, segundo ele próprio, um “*mea-culpa*” quanto à política editorial empreendida nos anos em que esteve a frente dos *Cahiers*, classificando-a muitas vezes de “radical-regressismo”<sup>7</sup>. Já desconfiava da potência real do “cinema que pensou construir – com humor ou com furor – uma máquina de guerra contra o ilusionismo do cinema clássico, contra a alienação das séries industriais, contra Hollywood”, ou seja, o “cinema moderno” (DANEY, 2007, p 231)

A pesquisa que esse artigo prenuncia se propõe a mais uma vez retomar esse trajeto de uma aposta radical à descrença no cinema moderno, consumado ao longo de pouco mais de dez anos nos *Cahiers du Cinéma*, traçando suas tanjentes com o discurso “palavroso e histérico”<sup>8</sup> que se propunha, quase simultaneamente, a contribuir para a criação de uma cinematografia singular no Brasil. Para início de conversa, dois livros tão estranhos quanto coincidentes impõem uma releitura. Publicados no início dos anos 80, *A rampa* e *A revolução do cinema novo* expressam, de forma elementar, esses sinais trocados. São ambos compostos por textos – recuperados do período imediatamente anterior – que revelam um empenho em narrar de forma muito pessoal – patente na própria escrita – as encruzilhadas do cinema moderno no seu momento de maior radicalização. Período de extremos, que têm na encenação de *Vento do Leste* uma síntese primeira<sup>9</sup>.

É instigante que se recorra para ilustrar essas distâncias (inversões de signos) dois emblemas do cinema mundial, ambos russos. Matheus Araújo Silva faz-nos lembrar que

---

6 O fato de *A idade da Terra* ter recebido muito dinheiro da Embrafilme, empresa criada e mantida pelo governo militar, parece ter aumentado a desconfiança em relação ao diretor e ao próprio filme.

7 A expressão aparece em vários momentos nos textos que introduzem os capítulos de “A rampa” (livro em que Daney sumariza sua produção frente os *Cahiers*, na década de 70). Ao falar de *Ici et Ailler* de Godard refere-se mais uma vez a um “radical-regressismo”, aqui definido como: “Fazer de um filme documentário, como efeito colateral, sobre a política de suas condições de fabricação”.

8 Adjetivos usados por Glauber ao falar de *A idade da Terra* e que Daney reproduz em seu texto.

9 A sequência foi reencenada no filme *Estrada para Ythaca* realizado pelos irmãos Preti e pelos primos Parente, vencedor da Mostra Tiradentes, em 2010.

“o privilégio de Eisenstein no esquema de Glauber nada tem de neutro ou indiferente, pois é reiterado no momento mesmo em que Godard e Gorin elegiam Dziga Vertov como o nome próprio capaz de condensar seu projeto revolucionário, em detrimento de Eisenstein, atacado em *Vento do leste* como cineasta revisionista.” (SILVA, op. cit, p 43)

Por sua vez, Daney não se espanta com as referências constantes de Glauber a Eisenstein: “Nada de político aqui. Eisenstein faz voltar o cabaré, o circo, o travesti, a paranóia alegre, o gosto pelas formas e pelas suas metamorfoses, o pequeno e o grande, o micro e o macro. A cultura enciclopédica e o samba perante os ídolos. Faz surgir das coisas uma beleza impura, mestiça”.

Se, para Godard, Vertov serve como signo da desconstrução necessária a um cinema revolucionário, antítese do realismo, do cinema clássico, da representação, Daney atribui a Eisenstein um papel de referência ao improvável cinema popular que Glauber almejava construir no terceiro mundo: o dito cinema de atrações. “*A idade da terra* é um pouco, na era do vídeo, do zoom e do som sobressaturado, a resposta a S.M.E., a terceira parte de *Ivan, o terrível*”, conclui Daney. (IDEM)

Ao fim da breve exegese que faz do cineasta brasileiro, Daney parece elogiar a persistência do sonho tricontinental: “Com obstinação, não cessou de colocar uma questão que, receio, se tornou obsoleta: o que seria um cinema que não devesse nada aos USA?” Esse receio está descrito nas páginas de *A rampa*. O livro que resume o decênio do autor à frente dos *Cahiers* registra este medo de falar sozinho. Em “meados da década”, “os graves debates sobre o 'ponto de vista' foram se enfraquecendo, pela falta de interlocutores”, confessa. Restam, porém, assinala: “dois originais radicais regressistas, J.M.S. e J.LG”:

“Godard, Straub (e Huillet) não se contentam em resistir à margem do grande/bom cinema em via de restauração. Nem em sobreviver à indiferença e ao desprezo do público e do establishment cultural (...) Eles continuam a agir como se houvesse ainda muitas coisas para pensar e dizer sobre o Cinema (e os cinéfilos são tagarelas), apostas para sustentar, sonhos e ideias fixas que não devem ser abandonadas”. (Daney, 2007, p.52)

Daney, ele próprio, faz um caminho inverso, resolve ampliar seus interlocutores. Ao escrever o trecho acima, que compõe como introdução a um dos

capítulos de sua coletânea de artigos nos *Cahiers du cinéma*, já decidira sair da revista para assinar uma coluna de cinema em um periódico de grande circulação – o *Libération*<sup>10</sup>. Antes, porém, ressalva que: “se é possível especular que o cinema 'moderno' se perdeu”, não é porque ele “teria se enfraquecido”, se perdido “ao lançar desafios ao espectador”, mas porque “ele teria sido rendido, generalizado e como que 'automatizado' por uma outra mídia, a televisão”.

Enquanto monta seu “Revolução do Cinema Novo”, Glauber também está na televisão<sup>11</sup>, histerializando-a com suas intervenções nada indiferentes. Persegue ainda, nem que por puro desespero, as pistas para um cinema moderno e popular no Brasil, mesmo que o meio possível de realizá-lo seja a TV. Busca todas as portas, ainda insiste nas alianças improváveis, como observa Daney. Seu livro, que cobre um período um pouco maior que o do crítico francês, é consideravelmente mais extenso e palavroso, recupera textos basilares deste projeto como *Estética da fome*, *Estética do sonho* e *Tricontinental*, resenha seus parceiros do cinema novo, investindo com insistência na miragem de um novo cinema. No prefácio a reedição de 2004, Ismail Xavier irá assinalar o isolamento vivido por Glauber neste período:

“Era um tempo adverso em que ele não encontrava os sinais desejados, nem as interpretações desejadas, num ambiente de produção e de crítica que, a seu ver, estava conformado com os caminhos de um cinema que se racionalizava em nome de imperativos comerciais. Ventos pragmáticos haviam eclipsado as vozes da cruzada terceiro-mundista, revolucionária, esteticamente inovadora em sua resposta à demanda política de um novo mundo”.

---

10 Se parece não abandonar a perspectiva de pensar o cinema, “vai fazer de maneira muito diferente”, segundo afirma Jean-Michel Frondon, colocando-se “à prova numa outra maneira de escrever”, reiventando “a crítica de cinema num lugar e tempo particulares”. (Daney, op. cit. p. 15)

11 Glauber criou quadros para o programa Abertura da TV Tupi, de fevereiro de 1979 a julho de 1980 (MOTA, 2001)



## **Cedo demais / Tarde demais**

O editorial da *Cinética* de outubro de 2013 torna público um certo incômodo de seus editores com o trabalho cotidiano na revista. Escrito ainda sobre a influência dos agitados meses de junho, julho e agosto daquele ano, o texto denunciava a esterelidade do cinema brasileiro atual. Mais: colocava a própria crítica como parte desta inutilidade. Ao elogiar o sentido das manifestações que se realizavam em todo país como sendo uma “batalha do sensível e do simbólico que se expressava fisicamente, nas ruas”, na “ocupação dos espaços públicos”, põe em questão até mesmo o caráter “insular da experiência cinematográfica”. Ao fim do editorial, porém, a crítica volta a ser reafirmada como uma profissão de fé, e são anunciados naquela edição textos que tentam se reconectar com o presente, mesmo que para isso seja necessário voltar a “Cedo Demais / Tarde demais”, de Straub e Huillet.

O Editorial parece fazer eco à avaliação feita por Daney dos textos que produziu para os *Cahiers* na primeira metade da década de 70. Nestes, aponta, havia um certo mal-estar com o descompasso entre as ruas de Paris, ainda agitadas pelos eflúvios de maio de 68, e aquilo que denunciava como insipiência do ambiente cinematográfico. O exercício da crítica, lembrava ele, estava em xeque naquele momento. “A solidão do cinéfilo tem alguma coisa de antissocial que não o prepara para o rigor do trabalho político, para a modéstia do militante”. Ao reavaliar o período nos textos de apresentação compostos para a coletânea *A rampa*, Daney afirmava que era um cinéfilo envergonhado de seu próprio prazer que escrevia então nos extertores de 68: “A sala escura estabeleceu laços com o obscurantismo; a suspeita é transportada para o mesmo lugar onde havíamos gozado”.

A escolha dos textos escritos por Daney e Glauber na década de 70 como ponto de partida e ponte para esse diálogo futuro com a nova crítica não exclui obviamente outros que lhes avizinham. Mesmo que não estejam no foco central da pesquisa, os trabalhos dos parceiros de Daney na cruzada empreendida nos *Cahiers* na

década de 70 impõem-se à releitura. Não apenas Comolli, responsável talvez por uma das peças mais radicalizadas deste embate – “Técnica e ideologia”, mas também Pascal Bonitzer, Jean Narboni, Louis Skoreci, entre outros, se oferecem à revisão, mesmo que de forma lateral, traçando para os objetivos da pesquisa um sumário do que foi esta crítica à representação travada pelos redatores da mais influente revista de cinema daquele período.

A crítica à representação radicalizada nas páginas dos *Cahiers*, na década de 70, tem inspiração em uma corrente de pensamento denominada, de forma genérica, como “pós-estruturalista”. Essa, no entanto, compreende uma diversidade teórica, que vai da semiologia de Roland Barthes à revisão da psicanálise freudiana por Jacques Lacan e à da teoria marxista por Althusser. Filósofos como Gilles Deleuze, Jacques Derrida e Michel Foucault também contribuíram enormemente para o enriquecimento desta teoria crítica, que em grande parte foi deslanchada por um livro de teor declaradamente militante: “Sociedade do espetáculo” de Guy Debord.

Em um outro hemisfério, “Cinema: trajetória no subdesenvolvimento”, o clássico texto de Paulo Emílio, assombra o debate neste período, no Brasil. Seu empenho é, ao contrário do confronto estético, exemplificar os sinais de vitalidade da atividade cinematográfica no país – que incluem sim o cinema novo e o cinema marginal, mas também a chanchada –, traçando um esforço de continuidade apesar da intransponível situação de subdesenvolvimento.

Se o texto de Paulo Emílio parece indicar a tarefa necessária à crítica no Brasil, diferenciando-se simetricamente do campo de batalha do periódico francês à época, é necessário aqui recolocar Glauber na encruzilhada. Verificar em seus artigos do período a tensão, mesmo que artificial, entre o caminho da desconstrução estética e o necessário empenho para a permanência da atividade num país de terceiro mundo. Seus parceiros nesta encruzilhada foram, de certa forma, listados por José Carlos Avellar em *A ponte clandestina – Teorias de cinema na América Latina* (Fernando Solanas, Fernando Birri, Julio García Espinosa, Jorge Sajinés, Tomás Gutiérrez Alea),

que faz um estudo comparativo dos textos programáticos destes críticos e cineastas, numa análise afinada aos objetivos desta pesquisa.

É inquestionável que se está aqui ainda dentro de uma tradição de interlocução com a crítica e a filosofia francesa<sup>12</sup>, e é de fato a própria genealogia desta interlocução de que trata este trabalho. A delimitação tática de um grupo de textos e de um marco temporal não exclui, portanto, desta trama genealógica considerar um fio que vai da geração Clima, grupo do qual Paulo Emílio Salles Gomes foi um dos principais integrantes, à já citada “nova crítica” atuante nas contemporâneas revistas eletrônicas *Cinética* e *Contracampo*.

O corte temporal aqui escolhido serve em grande parte para delimitar um momento em que esta tradição de interlocução está em crise. Não é por acaso aqui, portanto, a opção por revisitar o momento da maior radicalização dos *Cahier du Cinéma*, em que a própria cinefilia e seu grande inspirador André Bazin são questionados, momento em que a crítica se alia a uma corrente filosófica, também de base francófona, numa batalha contra o que se começava a perceber como “a sociedade do espetáculo”, o reino da visão como verdade, da vulgarização do instinto escopofílico, da disseminação do cinema publicitário. Contrapôs-se a este “inimigo” uma política (estética e ética) denominada “radical-regressiva”, cujos os principais inspiradores são Jean Marie Straub e Jean Luc Godard. A escolha deste corte é justo porque neste momento a profícua interlocução com a crítica e o pensamento de cinema no Brasil e, de resto no terceiro mundo, se torna mais problemática. Se foi possível desde o final da década de 50, quando os projetos do dito “cinema moderno” se coadunavam e faziam eco, harmonizar as perspectivas da influente crítica francesa com os estratagemas de invenção dos cinemas novos no terceiro mundo, a adesão

---

12 Aquela chamada por David Bordwell de “a grande teoria”, a qual continua de certa forma a ser hegemônica no campo de discussão sobre cinema no Brasil. Não são desconhecidas aqui as críticas que Bordwell tece ao que chama, de forma generalizante, “teoria da posição subjetiva”, a qual de certa forma, este trabalho se dedica. Porém, a aposta deste trabalho é ainda na proficuidade da interlocução com esta tradição teórica.

imediate a desconstrução então proposta pelos novos ventos dos *Cahiers* pareciam colocar em risco as próprias estratégias desses cinemas novos.

Ao se propor traçar a genealogia de uma forma de pensar o cinema (e o audiovisual) que trava, a partir da escrita, uma batalha contra a reprodução desenfreada de clichês e, de outro, a defesa da construção de uma ética e de uma estética singular ao fazer cinematográfico, este artigo tem um método genealógico como horizonte.

## Referências bibliográficas

- BAZIN, André. **O que é o cinema?** São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- DANEY, Serge. La mort de Glauber Rocha. **Ciné Journal**, v. 1, 1981-1982, **Cahiers Du Cinéma**, Paris, p. 54-60, 1998.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro, Contraponto, 1997.
- \_\_\_\_\_. **A rampa: Cahiers Du Cinéma 1970-1982**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- DELEUZE, Gilles. **Cinema: a imagem-tempo**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- \_\_\_\_\_. **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.
- FAÉ, Rogério. “A genealogia em Foucault”. **Psicologia em estudo**. Maringá, v. 9, n. 3, p. 409-416, set./dez. 2004
- GOMES, Paulo Emílio Sales. **Cinema, trajetória no subdesenvolvimento**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- MOTA, Regina. **A épica eletrônica de Glauber, um estudo sobre cinema e TV**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2001
- PLAZA, Pedro. **Paulo Emílio e a emergência do cinema novo. Débito, prudência e desajuste com Glauber Rocha e David Neves**. Tese de

doutoramento apresentada na Escola de Comunicação e Artes (ECA/USP). São Paulo, 2008.

Revista Cinética. [on-line]. São Paulo, [outubro de 2013]. Disponível na Word Wide Web: <<http://revistacinetica.com.br/home/com-violencia/>>ISSN 1983-0343

RAMOS, Fernão Pessoa (org.). **Teoria contemporânea do cinema**, v. 1. São Paulo: Editora Senac, 2005.

ROCHA, Glauber. **Revolução do Cinema Novo**. São Paulo. Cosac Naify, 2004.

\_\_\_\_\_. **Revisão crítica do cinema brasileiro**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

\_\_\_\_\_. **O século do cinema**. Rio de Janeiro. Editorial Alhambra, 1983.

SILVA, Matheus Araújo. “Godard, Glauber e o Vento do leste: alegoria de um (des)encontro”. **Devires**, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, p. 36-63, jan.-jun. 2007

XAVIER, Ismail. **O cinema brasileiro moderno**. São Paulo, Paz e Terra, 2001.



## **O Ciclo Sem Fim<sup>1</sup>** **Representações da morte nos desenhos de Walt Disney**

Thaís de CARVALHO<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este trabalho analisa a representação da morte na obra de Walt Disney. O objetivo é compreender como as abordagens se transformaram desde o início do século XX, e dentro de quais contextos. Para isso, será feito um estudo dos longa-metragens e dos principais curta-metragens do estúdio em busca de um padrão. Quando a morte acontece? Quem morre? Como morre? Existe luto? Os resultados dessa análise quantitativa serão somados à bibliografia especializada em produção cultural para a infância e representações da morte. Assim, será possível verificar se há ou se houve em determinado momento um padrão de representação da morte nos desenhos de Walt Disney, se esse padrão foi sendo transformado e de que forma.

### **Palavras-chave**

Disney; criança; morte; luto; animação.

### **A relevância da Disney para a comunicação**

A importância da Disney não se limita à memória afetiva e nostálgica que os adultos levam de sua infância, associando a marca aos personagens das histórias adaptadas para o cinema. A Disney é uma constante formadora de consumidores com seus filmes, seus desenhos animados para televisão, seu próprio canal na TV paga, um site interativo, jogos, aplicativos, livros, roupas, fantasias de heróis e princesas, brinquedos e parques temáticos. A capacidade de sedução que os produtos Disney exercem sobre os pequenos é tamanha porque sua publicidade está dispersa em diversas esferas da vida da criança, inclusive na própria associação que os adultos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda no programa de pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio.

mantêm com a marca. Michael D. Eisner, CEO e presidente da empresa, explica como essa lógica funciona: “As lojas da Disney promovem os produtos, que promovem os parques temáticos, que promovem os programas de TV. Os programas de TV promovem a empresa. Roger Rabbit promove o Natal na Disneylândia” (GIROUX, 1999, p.1).

Por ocupar um espaço tão amplo na sociedade de consumo, fica difícil dissociar a Disney da infância mas também não é possível considerar seus filmes como um mero entretenimento (GIROUX, 1999), visto que servem também para educar as crianças na moral de uma sociedade capitalista, especialmente centrada na cultura dos Estados Unidos da América, direcionando seus interesses de consumidores mirins. Dorfman e Mattelard (2009), em seu famoso livro relacionando as histórias do Pato Donald ao imperialismo, problematizam as ideologias impressas nos quadrinhos de Walt Disney. Ao exotizar povos originários e exaltar a cultura americana, criando a oposição selvagem *versus* civilizado, as histórias do Pato Donald incorporam o pensamento colonialista de uma época, onde o contato da “civilização” com um povo “selvagem” é sempre retratado como um progresso (do povo não-americano) ou uma caridade (dos turistas americanos).

A presença de ideologias políticas nas obras da Disney fica ainda mais óbvia no período da Segunda Guerra.

Na tarde de 7 de dezembro de 1941, poucas horas depois do bombardeio japonês a Pearl Harbor, o exército dos Estados Unidos entrou no estúdio Disney. Por oito meses, [o estúdio] foi usado como depósito de suprimentos para as instalações antiaéreas nas montanhas que circundavam Los Angeles. Walt abandonou seus planos para os longas (...) e se voltou para filmes de treinamento.(...) O pato Donald foi recrutado para persuadir os americanos a pagarem seus impostos. Ele também cumprimentou Hitler em *Der Fuehrer's Face*. (...) Os trabalhos de guerra ajudaram a manter as portas do estúdio abertas em tempos em que pouca renda chegava dos cinemas.<sup>3</sup> (THOMAS, 1991, p.95)

Os filmes de guerra de Walt Disney tiveram imensa repercussão nos Estados Unidos. Em tempos de atrito, não causou nenhuma impressão negativa um desenho

---

<sup>3</sup> Tradução livre de trecho original em inglês.

para crianças em que o Pato Donald paga impostos para matar seus inimigos.<sup>4</sup> Os filmes de guerra do estúdio receberam diversas indicações ao Oscar – *Der Fuehrer's Face* ganhou o Oscar de melhor curta-metragem em 1943. Com o fim da guerra e o retorno das super produções, os filmes de guerra foram banidos do repertório de clássicos Disney, retornando ao conhecimento do público com o advento da internet e, mais tarde, com o lançamento de um DVD (*Walt Disney Treasures – In the front lines*) reunindo os filmes de guerra do estúdio para colecionadores.

O episódio de Walt Disney na Segunda Guerra realça que há uma relação intrínseca entre a produção cultural das grandes corporações da mídia e a política, que não pode ser ignorada. Em se tratando de uma produção cultural para as crianças, valores morais, mesmo implícitos, tornam-se ainda mais impositivos. Se as crianças aprendem com os filmes de Walt Disney, as mensagens culturais e sociais que essas obras carregam precisam ser cuidadosamente analisadas pelos pais e educadores. Como enfatiza Giroux (1999, p.85), é preciso questionar a imagem de inocência associada à marca registrada de Disney, pois é este ideal de pureza que a protege de quaisquer questionamentos críticos.

O objetivo deste artigo é justamente questionar o papel político e sócio-pedagógico desta megacorporação da mídia infantil através das mortes representadas em quase todos os seus filmes. A intenção é traçar um perfil simbólico destas mortes, tentando compreender quando e com quem acontecem e, quando possível, por quê. Afinal, a morte como recurso narrativo recorrente (em especial a morte das mães e dos vilões) tornou-se um dos traços narrativos mais reconhecíveis da empresa, sendo objeto de análise de diversos artigos em revistas e jornais populares.<sup>5</sup>

## **A morte nos filmes de Walt Disney**

Em entrevistas divulgadas no DVD da edição especial de *O Rei Leão*, os diretores e produtores do filme explicam porque a morte de Mufasa se tornou o ponto

<sup>4</sup> “Taxes to kill the axis” em *The spirit of '43*. (ver bibliografia)

<sup>5</sup> Ver bibliografia.

de virada do roteiro, o evento em torno do qual o filme se desenvolve. A explicação dada pela equipe<sup>6</sup> também é útil para se entender a recorrência da morte nas produções do estúdio como um todo.

Não queríamos evitar a questão da morte porque era essencial para a história. É a grande história que todos vivem, porque é sobre lidar com a vida encarando a morte. (...) Vai além do faz-de-conta e fala de experiência. Não imposta o quão ruim as coisas são ou podem ser, você pode superá-las, e o espírito humano pode emergir de tudo isso.

Um artigo publicado no *Journal of Death and Dying* analisou dez filmes do estúdio e propôs um modelo de codificação das mortes aí representadas, buscando encontrar um padrão entre as obras e identificar o filme que poderia servir como catalisador de conversas entre pais e filhos sobre esse tema (COX et al, 2005). O trabalho que proponho herda daquele artigo alguns códigos, como os de “morte explícita” e “morte implícita”, mas com outro objetivo: traçar um perfil ideológico dos estúdios Walt Disney no que se refere à morte. Para isso, foram vistos cinquenta longa-metragens com o objetivo de entender com que frequência esta temática aparece e de que forma. Foram selecionados para a análise os filmes de animação com visibilidade internacional lançados até o ano de 2014.

Foi constatado que, embora a morte explícita apareça em raríssimas ocasiões, menções à orfandade, quedas de precipícios (o que, segundo Cox, Garrett e Graham configurariam “mortes implícitas”) e episódios de quase-morte aparecem em quase todos os filmes: apenas três dos longas analisados não apresentavam nenhuma referência ao tema. Algumas tendências na representação da morte ficaram claras: 24 filmes apresentam personagens órfãos, 16 dos mocinhos à beira da morte ou temporariamente mortos são salvos miraculosamente e 21 vilões morrem no final.

De fato, quase sempre a morte aparecerá como um elemento moralizante, a vitória do bem contra o mal. O bem deve ser imaculado, nunca perverso, e, portanto, o vilão deve padecer por acidente, como se fosse réu condenado pela justiça divina.

---

<sup>6</sup> As entrevistas do DVD são editadas com trechos do filme intercalados com as frases dos entrevistados, recortadas e misturadas. Portanto, torna-se difícil identificar quais criadores do filme compuseram a fala citada acima. Fazem parte da equipe entrevistada: Thomas Schumacher, produtor executivo; Roger Allers e Rob Minkoff, diretores; Jonathan Roberts, co-roteirista.

Este “divino” é encarnado pelas forças da natureza: 10 vilões morrem em meio a uma tempestade, que pode ter começado durante o seu conflito com o mocinho ou imediatamente após a sua morte; 11 vilões caem de um precipício acidentalmente.

A queda de precipício é muito simbólica nos filmes de Walt Disney, pois funciona como o caso perfeito da “justiça divina”: em *O cão e a raposa*, mocinho e vilão caem do precipício, mas o mocinho sobrevive – do vilão, não vemos o corpo, mas ele desaparece (seria um caso de morte implícita). Em *As peripécias do ratinho detetive*, mocinho e vilão caem do Big Ben durante uma tempestade, mas o mocinho se salva com uma engenhoca que o faz sobreviver, voando de volta para o topo da torre do relógio. Em *O Rei Leão* e *Irmão Urso*, as mortes do precipício são de mocinhos. No primeiro filme, Mufasa é atirado do precipício pelo seu irmão malvado Scar, em uma emblemática cena com diversos significados possíveis. A morte de Mufasa parece acidental, possibilitando que Simba se sinta culpado. Ao mesmo tempo, impõe uma diferença clara entre Simba e Scar: quando a cena se inverte, e Simba tem a possibilidade de vingar a morte do pai, o mocinho não se converte em assassino, mas oferece a Scar uma vida no exílio. Em *Irmão Urso*, o irmão mais velho do grupo de humanos se sacrifica para salvar sua família – quem morre é o humano, e não o urso, talvez como primeiro indicativo de que estes ursos não merecem morrer.

Sobre o maniqueísmo das histórias encenadas pelos seus desenhos, Walt Disney explica:

Para cativar a variada e mundial audiência de todas as idades, a natureza e o tratamento do conto de fadas, a lenda e o mito devem ser elementares, simplesmente. O bem e o mal, antagonistas dos grandes dramas, devem ser caracterizados verdadeiramente. A ideia de moral comum a toda a humanidade deve ser mantida. As vitórias não podem ser tão fáceis. A disputa para o teste de valores é e sempre será o ingrediente básico da história animada, assim como todos os filmes de entretenimento. (SURRELL, 2009, p.32)

### **As mortes imperceptíveis**



Em uma pesquisa informal antes de iniciar a análise dos filmes, perguntei a um grupo de amigos que costuma assistir a todos os lançamentos dos estúdios Disney em quais filmes de animação poderia encontrar referências à morte e ao morrer. Enquanto *Up!*, *O Rei Leão* e *Branca de Neve* fossem mencionados sempre, quase ninguém se lembrou de *Mulan*, *O Corcunda de Notre Dame* ou *Tarzan*, filmes em morrem os vilões. Esses óbitos são recordados como triunfos do bem sobre o mal, e não como perdas. Não provocam qualquer emoção senão o alívio, pois garantem a segurança do. Por esta morte não nos comovemos.

Outra morte cuidadosamente desenhada são as dos animais, que podem ser tanto caça quanto predadores. Embora muitos dos filmes da Disney tenham protagonistas não-humanos, há uma distinção clara entre *categorias* de animais, que indica por quais os espectadores devem sentir compaixão: estes são os antropomorfizados. Quando um animal atua como caça ou predador do protagonista, suas características físicas são idênticas às de seu equivalente real. Reagem apenas segundo seus instintos, não tendo expressões faciais sutis ou habilidade de fala. Estes animais são caçados (quando o ponto de vista que o espectador acompanha é o do caçador) ou são ameaças à integridade dos personagens centrais, bestas assassinas que só podem ser controladas com seu aniquilamento, pois são incapazes de raciocínio e compaixão.

Os bons ratos andam eretos e usam roupas, como Bernardo e Bianca ou Mickey Mouse, os maus são apenas ratos, como em *A dama e o vagabundo*; os bons ruminantes falam, como Bambi, os outros servem apenas de caça aos leões, como os antílopes e gnús em *O Rei Leão*. Animais antropomorfizados têm expressões faciais reconhecíveis pois assemelham-se às humanas (têm, inclusive, sobrancelhas). Quando bichos agem como bichos, expressam-se como bichos, devemos temê-los e é aceitável combatê-los. Se um animal-antropomorfizado come um animal-bestializado, o espectador não se compadece da caça. O antropomorfismo é um recurso especialmente importante para não vilanizar a caça em um país onde esta é considerada um esporte – Mickey e Donald, em desenhos curtos, costumam sair para caçar. O fato de um animal se alimentar do outro também não é um grande problema, desde que o ato em si não apareça na tela e que o animal devorado não seja tão

merecedor de empatia quanto seu predador. Como explica o personagem Mufasa para Simba, em *O Rei Leão*, “quando morremos, nosso corpo vira grama e o antílope come a grama. Por isso, estamos todos ligados no grande ciclo da vida”. Os antílopes, no filme, aparecem sempre como parte da paisagem e jamais expressam emoções ou realizam movimentos antropomórficos.

Os filmes mais recentes da Disney têm a diferenciação entre animal e animal-antropomorfizado mais clara. Em *Irmão Urso*, quando a mãe de Koda é alvo de um humano, cujo ponto de vista o espectador acompanha, seus olhos são apenas pupila. Ela não fala, apenas ruge mostrando as presas. Seu sexo não é definido. Seus movimentos são sempre os de um urso. Quando morre, atacada por Kenai, sua morte é a de uma caça. Em comparação, o Kenai transformado em urso tem olhos de desenho animado: um círculo branco com pupilas pequeninas dentro. Pode falar e até sorrir sem expor as suas presas. A partir do momento em que o humano se transforma em urso, todos os ursos se humanizam: passam a falar, a ter expressões faciais reconhecíveis, a se movimentar como humanos. Ao final do filme a mãe de Koda reaparece como espírito e está, também, antropomorfizada. Seus olhos já não são os de um urso. Ela pode abraçar e sorrir.

Em *Valente*, a mãe de Merida também vira urso, mas não tira a coroa da cabeça. Anda sempre sobre duas patas e procura manter a etiqueta, comendo à mesa. Também é capaz de se expressar e de se mover como humana. No entanto, em alguns momentos suas pupilas se dilatam e ela não resiste aos instintos de urso. O vilão Mor’du, um homem transformado em urso há muitos anos, já completamente bestializado e sem antropomorfismos, é alvo de caça durante toda a história. Quando enfim morre, o ponto de vista adotado pelo espectador é o dos humanos, e por isso sentimos alívio. O óbito do vilão não é digno de compaixão, menos ainda o de um animal-vilão. Caso haja qualquer sentimento de culpa, o filme nos redime: sai do corpo da besta um espírito humano que agradece a sua libertação.

Através dessas hierarquias da morte, de vilões e de animais não humanizados, os filmes de Disney podem utilizar o aniquilamento como clímax narrativo sem

grandes preocupações com a morbidez: fica claro que estes óbitos são ou positivos ou irrelevantes, podendo inclusive ser festejados ou recompensados em seguida.

### **A orfandade e a morte reversível: jornadas do herói**

Nas entrevistas do DVD de *O Rei Leão*, a equipe de produção do filme revela a influência de dois livros fundamentais no processo de concepção do roteiro: as obras de Bruno Bettelheim (2007) e Joseph Campbell (2004). Tais referências não surpreendem se considerarmos os primeiros desenhos da Disney, baseados em histórias infantis consideradas universais, a exemplo de “Os Três Porquinhos”, “Branca de Neve” e “Pinocchio”. Bettelheim e Campbell propõem análises de mitos (no caso de Bettelheim, especificamente dos mitos camponeses da Europa do Antigo Regime, hoje conhecidos como contos de fadas) como composições do imaginário coletivo que servem de metáforas para elaboração das questões fundamentais da vida. Segundo os autores, esses mitos teriam uma estrutura comum que garantiria sua apreensão universal e seu sucesso entre as crianças. No contexto dos filmes da Disney analisados para este trabalho, cabe ressaltar duas dessas estruturas comuns: a orfandade (ou o exílio do herói) e a morte reversível de heróis e heroínas.

Dos 24 filmes analisados que apresentaram órfãos, 12 são órfãos de pai e mãe, 9 órfãos de mãe e 3 órfãos de pai. Nem todos os desenhos fazem referência direta à morte, retratando apenas o que acontece à criança na sua ausência de pai e/ou mãe. Embora o responsável pela criança após a morte de um ou de ambos os pais possa ser mulher ou homem, a responsável do sexo feminino tem 50% de chance de ser uma terrível madrasta, enquanto os responsáveis do sexo masculino são bons (a única exceção é Frollo, em *O corcunda de Notre Dame*).

O papel da orfandade nos contos populares se assimila ao papel do exílio nos mitos de heróis (CAMPBELL, 2004). Em ambos os casos, a ausência de referências maternas e paternas é o que possibilita que a criança parta para uma aventura no mundo desconhecido, a jornada do herói em torno da qual o filme se desenvolve. Ou

seja, dentro das narrativas tradicionais, a orfandade é um ponto de virada, uma espécie de autorização para viajar, contestar as regras até então inquestionáveis e transgredi-las. Esta é a lógica da maioria dos filmes da Disney em que a morte ocorre no início do filme – em *Mogli*, *Irmão Urso* e *Procurando Nemo*, a morte dos pais possibilita que a criança parta em uma jornada rumo ao desconhecido. A ruptura familiar no início da história como forma de provocar a criança a desbravar o mundo também é comum às novelas vitorianas (DEVER, 2001).

A morte dos pais também possibilita a separação entre as características maternas/paternas benevolentes (protetora, carinhosa, amável) e as ameaçadoras (autoritária, restritiva, ríspida). Segundo Bettelheim (2007), a existência de uma madrasta permite à criança viver esses dois aspectos da sua mãe (real) como sendo duas identidades distintas. Em seu livro, Bettelheim relata, como exemplos, as fantasias de crianças que acreditavam que sua mãe tinha sido trocada por uma alienígena impostora quando esta assumia uma postura indesejável, que poderia macular sua imagem de boa mãe.

No que tange as exigências sobre a figura materna, Dever (2001) faz uma análise da relação das representações maternas na literatura vitoriana com as interpretações psicanalíticas sobre a mulher e a maternidade. A mãe ideal, que assume todas as funções dela esperadas, que nunca ralha com os filhos, que nunca está ausente, é “boa demais para ser verdade” (p. 20) e, por isso, só pode ser verossímil se estiver morta. Ainda segundo a autora, “na psicanálise freudiana e pós-freudiana, o vocabulário de perda materna é comumente associado à estabilidade do sujeito, sendo este o primeiro e mais significativo rito de passagem infantil” (p.34).<sup>7</sup> Por ser um rito de passagem tão significativo, para Dever a mãe estaria destinada a desaparecer na literatura, possibilitando um vínculo do protagonista com a sua origem (porque teve uma mãe) e a sua mais grave experiência de perda, recuperação e transformação.

Não apenas as mortes dos pais são vividas como ritos de passagem. Personagens que morrem e voltam à vida também sinalizam transições. A crença de que só morrem

---

<sup>7</sup> Tradução livre a partir do original em inglês.

aqueles que merecem morrer (em outras palavras, padecem os maus) faz com que o retorno de um personagem à vida valide o seu bom caráter. A morte aparente de Balu em *Mogli* é um exemplo. O urso desfalecido escuta a homenagem de seus amigos à sua personalidade e, então, recupera os sentidos, como se através do reconhecimento do seu valor moral. Outro exemplo claro é o de Aladin, que não só é autorizado a entrar na caverna mágica – que anteriormente soterrara um ladrão de mau caráter – como também escapa do afogamento por um milagre.

Outra metáfora reforçada pelos heróis e heroínas que voltam à vida é a de que a morte seria o mais simbólico ritual de amadurecimento. Bettelheim faz análises parecidas, neste sentido, sobre as mortes de Branca de Neve e da Bela Adormecida – ambas significariam a morte da infância ou da inocência da e a transformação da criança em adulto pleno – o beijo do príncipe seria uma alegoria do amadurecimento sexual. A morte de Pinóquio enquanto boneco de madeira e seu retorno como “menino de verdade” também é um ritual de amadurecimento, catalisado pelo sofrimento de seu pai; outra morte transitória é o mergulho de Hércules no rio dos mortos e seu retorno como herói, que o autoriza a ascender ao Olimpo.

A reversibilidade da morte dos personagens aparece também sob forma mística em *Irmão Urso*, *O Rei Leão* e *Pocahontas*, filmes em que os personagens mortos são constantemente invocados por elementos da natureza, respectivamente a aurora boreal, as estrelas e o vento. Essa reversibilidade não precisa ser temida, pois parece ser alcançada exclusivamente por bons personagens ou, como diria Mufasa, pelos “grandes reis do passado”.

### **A morte encarnada: histórias do pós-vida e da Morte em pessoa**

As referências a espíritos e demônios apareceram pela primeira vez nos anos 1940, com *Fantasia*. Um dos curtas que compõem o filme, “The night in the Bald Mountain”, trata de uma espécie de gárgula viva que conduz espíritos humanoides para dentro de uma montanha, em clara analogia ao inferno. Na exibição nos cinemas,



“os pais reclamaram que seus filhos ficaram aterrorizados” com a sequência. (THOMAS, 1991, p.86)

A personificação da morte mais detalhada, no entanto, foi realizada em *Hércules*. Aqui não se fala de um inferno, mas de um “submundo” comandado por Hades, livremente inspirado nos mitos gregos. Hades, como grande parte dos vilões e vilãs da Disney, tem uma aparência simultaneamente medonha e cômica. Seu cabelo é feito de chamas azuis que mudam de cor e intensidade conforme o seu humor. Ele gerencia o submundo mas não é o seu único funcionário: enquanto a trilha do filme apresenta o mundo inferior, Hades passeia de barco com Caronte sobre um rio de almas penadas, alimenta um cão de três cabeças (Cérbero) e, ao alcançar a escadaria que o leva para o seu “escritório”, chama seus ajudantes Agonia e Pânico.

Hades logo diz que tem uma reunião agendada com as Moiras e enumera os seus compromissos ao longo do dia. O submundo é corporativo, imagem reforçada pelo contador sobre a porta do escritório de Hades, que indica que “mais de 5000000001 [humanos foram] servidos” [pela morte]. As moiras são as responsáveis pelo ato de morrer, representado pelo corte do “fio da vida” – exceto no caso de Hércules, que se prova herói e, portanto, não pode ser morto (o fio da vida “não quer cortar”).

O cotidiano de Hades segue uma dinâmica empresarial, com reuniões, hierarquias e metas. Esta analogia – que pode ser interpretada tanto como crítica ao materialismo, associando-o ao submundo, quanto como naturalização de comportamentos corporativistas – acaba justificando a recorrência da morte: o ser humano ordinário é apenas mais um número no contador de Hades, mais uma alma no rio dos mortos.

Essas representações reforçam o imaginário ocidental de céu e inferno, inclusive através da adaptação dos mitos gregos – a boa ação de Hércules o leva para o céu, a boa ação de Philoctetes eterniza sua memória entre os deuses; os bons seres humanos são imortais, os ordinários vagam como almas no rio subterrâneo. As referências à banalidade da morte, à sua frequência no mundo dos vivos, não assusta a criança porque não a atinge. Ela não é um ser humano qualquer. Sem dúvida alguma

está focada em alcançar seu lugar no Olimpo através de seus bons feitos para, como Hércules, “brilhar no céu”.

## Considerações finais

Há uma parcialidade explícita nas representações da morte nos filmes analisados. Bons personagens tendem a se tornar imortais, seja através da ressuscitação ou da sua eternização pela natureza. Contudo, são notórias as mudanças de paradigmas do estúdio ao longo do tempo: em 1994, *O Rei Leão* se tornou o primeiro filme a apresentar exclusivamente a morte do pai como ponto de virada. Mais ainda, retrata o processo de luto inteiro de uma perspectiva compreensível pela criança: o jovem Simba sente culpa, medo, solidão, mas eventualmente supera a dor. A memória de seu pai está presente no céu, e o reconforta quando necessário. Tais características fizeram com que o filme fosse considerado ideal para se abordar a morte (Cox et al, 2005).

De maneira semelhante, filmes dos anos 2000 em diante encontraram outra forma de lidar com a presença materna na vida da criança, não sendo mais necessário aniquilá-la e substituí-la pela madrasta impostora: através da irmã destrambelhada que assume a função materna após a morte dos pais, em *Lilo e Stitch* (2002); através da mãe que se transforma em urso e que aprende a ser mais tolerante com a filha, em *Valente* (2012). O retorno à vida por amadurecimento das personagens femininas também fica mais independente do beijo do príncipe encantado, como em *Frozen* (2013), em que a princesa congelada volta à vida graças ao amor de sua própria irmã. Em *Toy Story 3* (2010), a maneira como os bonecos dão as mãos e encaram, juntos, o fim que parece inevitável, reforça outra lição herdada dos contos de fadas – a de que a única maneira de viver uma vida plena é encontrando uma relação satisfatória com alguém. Essa mudança pode estar associada tanto ao fortalecimento do vínculo da Disney com a Pixar quanto com a ascensão de novos estúdios de animação, que

inclusive satirizam o modelo tradicional de contos de fadas seguido pela Disney. Seriam necessários estudos posteriores para confirmar estas hipóteses.

Em *Up!* (2009) e *WALL.E* (2008), fica claro que o tabu da morte – como fatalidade exclusiva dos vilões – vem se dissipando. Esta aproximação é positiva pois auxiliaria na abordagem do tema com as crianças, que não mais associariam a morte a um trágico destino de pessoas más. Isso não quer dizer que a morte dos vilões tenha se tornado mais perceptível, pelo contrário. Em *Enrolados*, lançado em 2010, a mãe impostora cai do alto da torre por armadilha do camaleão de estimação de Rapunzel, e sua morte é vivida apenas como a libertação da princesa, não como perda ou fatalidade. Não há conflito moral pela participação do animal-humanizado na morte nem processo de luto. Tais interpretações maniqueístas são perigosas pois colaboram para a manutenção de um ideal de que “bandido bom é bandido morto”.

Seria interessante analisar, em estudos futuros, se a o predomínio de uma morte moralizada (vive o bom, morre o mau) têm impacto nas concepções infantis da morte e no imaginário social ocidental de justiça. Uma avaliação do perfil dos vilões nos desenhos animados, de suas características físicas e sua personalidade, também poderia desvendar quem são os personagens que merecem morrer segundo a mídia de massa infantil.

## Referências bibliográficas

BETTELHEIM, Bruno. *A psicanálise dos contos de fadas*. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CAMPBELL, Joseph. *The hero with a thousand faces*. Princeton: Princeton University Press, 2004.

COLMAN, Ian et al. Cartoons Kill: casualties in animated recreational theater in an objective observational new study of kids' introduction to loss of life. In.: *The BMJ*, 16 dez 2014. Disponível em: <<http://www.bmj.com/content/bmj/349/bmj.g7184.full.pdf>>, acesso em: 15 jul. 2015.

CORLISS, Richard. Mom in the movies: How Disney Killed Off Mothers, and Pixar Liberated Them. In.: *TIME*, 8 abr. 2014. Disponível em: <<http://time.com/53766/movie-moms-pixar-disney/>>, acesso em: 15 jul. 2015

COX, Meredith et al. Death in Disney Films: implications for children's understanding of death. In.: *Omega*, Vol.50, 2004-2005, p.267-280

DEVER, Carolyn. *Death and the mother from Dickens to Freud: Victorian fiction and the anxiety of origins*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. *Para leer al Pato Donald: comunicación de masas y colonialismo*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2009.

GERBNER, George. Violence and terror in the mass media. In.: UNESCO, *Reports and papers on mass communication*. Paris: Unesco, 1988.

GIROUX, Henry A. *The mouse that roared: Disney and the end of innocence*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 1999.

SURRELL, Jason. *Os segredos dos roteiros da Disney: dicas e técnicas para levar magia a todos os seus textos*. São Paulo: Panda Books, 2009.

THOMAS, Bob. *Disney's art of animation: from Mickey Mouse to Beauty and the Beast*. Nova York: Hiperion, 1991.

THOMAS, Frank; JOHNSTON, Ollie. *The illusion of life: Disney Animation*. Nova York: Hiperion, 1984.

#### **Referências audiovisuais:**

*Aladdin*. Clements, Ron.; Musker, John. Estados Unidos: 1992. 90 min.

*Bambi*. David Hand. Estados Unidos: 1942. 70 min.

*Bernardo e Bianca*. John Lounsbery, Wolfgang Reitherman e Art Stevens. Estados Unidos: 1977. 78 min.

*Branca de Neve*. David Hand. Estados Unidos: 1937. 83 min.

*Caldeirão Mágico*. Ted Berman, Richard Rich. Estados Unidos: 1985. 80 min.

*Cão e a raposa*. Ted Berman, Richard Rich e Art Stevens. Estados Unidos: 1981. 83 min.

*Corcunda de Notre Dame.* Gary Trousdale, Kirk Wise. Estados Unidos: 1996. 91 min.

*Dama e o Vagabundo.* Clyde Jeronimi, Wilfred Jackson, Hamilton Luske. Estados Unidos: 1955. 76 min.

*Der Fuehrer's Face.* Desconhecido. Estados Unidos: 1942. 8 min. Disponível em: <  
<https://www.youtube.com/watch?v=i8AmlhLi8IQ>> Acesso em: 20 ago 2015.

*Fantasia.* Norman Ferguson, James Algar, Samuel Armstrong, Ford Beebe Jr., Jim Handley, T. Hee, Wilfred Jackson, Hamilton Luske, Bill Roberts, Paul Satterfield, Ben Sharpsteen. Estados Unidos: 1940. 125 min.

*Frozen.* Buck, Chris.; Lee, Jennifer. Estados Unidos: 2013. 102 min.

*Hércules.* Ron Clements, John Musker. Estados Unidos: 1997. 93 min.

*Irmão Urso.* Aaron Blaise, Robert Walker. Estados Unidos: 2003. 85 min.

*Lilo e Stitch.* Deblois, Dean.; Sanders, Chris. Estados Unidos: 2002. 85 min.

*Mogli.* Reitherman, Wolfgang. Estados Unidos: 1967. 78 min.

*Mulan.* Tony Bancroft, Barry Cook. Estados Unidos: 1998. 88 min.

*Peripécias do Ratinho Detetive.* Ron Clements, Burny Mattinson. Estados Unidos: 1986. 74 min.

*Pinóquio.* Ferguson, Norman. et al. Estados Unidos: 1940. 80 min.

*Procurando Nemo.* Stanton, Andrew.; Unkrich, Lee. Estados Unidos: 2003. 100 min.

*Rei Leão.* Roger Allers, Rob Minkoff. Estados Unidos: 1994. 89 min.

*Spirit of '43.* Desconhecido. Estados Unidos: 1943. 6 min. Disponível em: <  
<https://www.youtube.com/watch?v=qTXjnzusg7Y>> Acesso em: 20 ago. 2015.

*Tarzan.* Chris Buck, Kevin Lima. Estados Unidos: 1999. 88 min.

*Up! Altas Aventuras.* Pete Docter, Bob Peterson. Estados Unidos: 2009. 96 min.

*Valente.* Mark Andrews, Brenda Chapman. Estados Unidos: 2012. 93 min.

*WALL.E.* Stanton, Andrew. Estados Unidos: 2008, 98 min.



## **Notas sobre o filme-dispositivo e o documentário brasileiro contemporâneo<sup>1</sup>**

Thalita Gonçalves da Rocha<sup>2</sup> e Nilson Assunção Alvarenga<sup>3</sup>

### **Resumo**

O gênero cinematográfico do documentário tem passado por muitas mudanças dentro e fora do Brasil: dos registros de realidades distantes, passando pela antropologia compartilhada de Jean Rouch, ele chega às múltiplas identidades na contemporaneidade. A partir desta perspectiva, este trabalho visa apresentar um modesto panorama no cenário atual da pesquisa sobre documentários brasileiros, destacando os conceitos mais emergentes em um levantamento composto por 32 artigos publicados por diversos autores entre 2009 e 2014 nos principais congressos nacionais de Comunicação do país e em um livro organizado em 2010 sobre o tema.

### **Palavras-chave**

Documentários brasileiros contemporâneos; dispositivo; performance; potencial emancipador; Eduardo Coutinho.

### **Introdução**

O presente artigo é o primeiro fragmento de nossa pesquisa sobre as possibilidades de leitura dos filmes-dispositivos, mais especificamente, de documentários brasileiros recentes, cuja relação com o real poderia, por hipótese, ser lida à luz da ideia de “estética do real”, pensada a partir da conceituação de Hal Foster em *O Retorno do Real* (1996), no contexto de sua leitura de Andy Warhol (realismo traumático) e do hiperrealismo (ilusionismo traumático), tomando como base o conceito lacaniano de “real” apresentado no livro 11.

Trata-se de um levantamento sobre o que caracteriza determinadas obras para que estas sejam inseridas por diversos autores dentro da classificação de “filme-

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação da UFJF - PPGCom/UFJF. E-mail: thalita3rocha@gmail.com.

<sup>3</sup> Professor Permanente do PPGCom/UFJF. Bacharel em Comunicação pela UFJF e doutor em Filosofia pela PUC-Rio. E-mail: nilsonaa@terra.com.br

dispositivo” ou “documentário-dispositivo”, assim como o estudo de alguns dos principais conceitos usados por eles.

Para esse levantamento foram selecionados 32 artigos: 13 a partir da busca nos anais dos últimos seis anos do “Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação”- INTERCOM Nacional; sete a partir de busca semelhante nos anais dos últimos cinco encontros anuais da “Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação”- COMPÓS; e, por fim, 12 artigos que compõem o livro “Ensaio no real: o documentário brasileiro hoje”, organizado por Cézar Migliorin em 2010.

A seguir apresentaremos um breve mapeamento, proposto segundo a ordem de interesse de nossa pesquisa- o que implica que deixamos de fora de nosso enquadramento muitas questões interessantes levantadas nesses artigos. Primeiro mostraremos os vários significados e campos significantes aos quais o termo “dispositivo” pode se referir na bibliografia sobre cinema em geral e no escopo de nossa pesquisa; Depois faremos breves apontamentos sobre os temas mais discutidos dentro da amostra – a performance e o potencial emancipador dessas obras; Por fim, destacaremos os autores e diretores que foram tomados como referências principais, sendo necessário, por questões estatísticas, sublinhar Eduardo Coutinho nessa parte.

### **Sobre o termo dispositivo**

Ao inserirmos os termos “documentário” e “dispositivo” nos buscadores da COMPÓS e da Intercom a amostra que surgiu trouxe um reflexo dos quatro usos mais comuns do conceito de “dispositivo” relacionado à bibliografia cinematográfica. O primeiro significado, mais simples, advém do senso comum e se refere a alguns objetos. Assim, podemos encontrar, por exemplo, artigos que falem de filmes que usaram “dispositivos-móveis” ou “dispositivos de última geração” para a sua realização. Os outros três campos significantes que podem ser associados a esse termo nos estudos de cinema referem-se a teorias vastas e complexas que esboçaremos aqui de forma extremamente resumida.

A primeira delas é a Teoria do dispositivo cinematográfico<sup>4</sup>, que aborda o que é próprio do cinema para dispor determinadas formas do olhar. Esse conceito que surgiu em 1970, tendo como principais articuladores os estruturalistas Jean-Louis Baudry, Christian Metz e Thierry Kuntzel (PARENTE, 2007) define um campo de forças, incluindo aparatos técnico-sociais de produção, circulação e projeção que determinam a disposição do olhar do espectador.

Tratando-se do modelo hegemônico, temos então um dispositivo de cinema composto por três dimensões: a arquitetura da sala, herdada do teatro italiano, a tecnologia de captação/ projeção, cujo formato padrão foi inventado no final do século XIX, e a forma narrativa aristotélica (PARENTE, 2007:4), todas favorecedoras da perspectiva de soberania dos sujeitos, cara à Renascença. No entanto, é preciso considerar a constância das diversas manifestações contra hegemônicas ao longo de toda a história do cinema, como a utilização de perspectivas diferenciadas, os esvaziamentos narrativos e até as diferentes formas de apresentação dos filmes aos espectadores, como nas vídeos-instalações, por exemplo.

A segunda teoria é a que trata dos dispositivos-sociais, principalmente estudados por Michel Foucault, isto é, aqueles que determinam comportamentos através de prescrições e disposições disciplinares.<sup>5</sup>

A palavra “dispositivo” vem do latim *dispositio*, termo usado pelos padres latinos ao traduzirem textos gregos que tratavam da *oikonomia*. Esta, por sua vez, era usada na teologia cristã para definir “um conjunto de práxis, de saberes, de medidas, de instituições cujo objetivo é de administrar, governar, controlar e orientar, em um sentido em que se supõe útil, os comportamentos, os gestos e os pensamentos dos homens” (AGAMBEN, 2005:12). Por esse motivo, segundo Agamben, essa palavra teria sido escolhida por Foucault.

---

<sup>4</sup> Um estudo aprofundado sobre o desenvolvimento da mesma pode ser lido no posfácio “As aventuras do dispositivo” presente no livro *O discurso cinematográfico- a opacidade e a transparência* (2005) de Ismail Xavier.

<sup>5</sup> Um estudo mais aprofundado sobre o uso e significado do termo “dispositivo” na vasta obra de Foucault pode ser lido na transcrição da conferência *O que é um dispositivo?* de Agamben (2005).

Mas o filósofo francês não se preocupa tanto em justificar semanticamente, ou fazer conceituações objetivas sobre o “dispositivo” ao longo de suas obras. Ele se aproxima de uma definição apenas em uma entrevista à *International Psychoanalytical Association* (IPA), em 1977:

um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode tecer entre estes elementos (Foucault, 2000:244).

A terceira teoria articula o termo “dispositivo” enquanto um mecanismo narrativo de uma máquina fílmica, destinado a uma função especial, a de “produzir o acontecimento na imagem”.

A partir de ideias de Jean-Louis Comolli (2001) diversos autores brasileiros, entre eles destacando-se Consuelo Lins (2004) e César Migliorin (2005), abordam filmes que partem de algo construído pelo diretor para disparar “um movimento não presente, ou pré-existente no mundo, um acontecimento não dominado pelo artista” (MIGLIORIN, 2005), chamando essas estratégias de dispositivos.

Diferente dos primeiros documentários que ansiavam registrar/exibir a realidade, o documentário-dispositivo pretende acionar o real (MIGLIORIN, 2005; COMOLLI, 2001). Nele, o documentarista cria, através de uma estratégia particular, uma situação, monta o “tabuleiro do jogo” e dispõe algumas regras, que provoquem os personagens envolvidos a agirem por si mesmos.

Essa ação não pode ser protocolada ou prevista pelos diretores e é por isso que Migliorin (2005) fala em “desprogramação” e Comolli (2001) em “abandono do roteiro”, ou seja, “o surgimento de acontecimentos, a partir de um dispositivo, pressupõe um desdobramento dos corpos e subjetividades em possibilidades que ultrapassam suas próprias medidas; ultrapassam qualquer medida previamente pensável” (MIGLIORIN, 2005), desta forma passa-se da questão de “como” fazer o filme a “como fazer para que haja filme” (COMOLLI, 2001).

Dentre os vinte artigos encontrados nos anais dos congressos<sup>6</sup> que explanam questões sobre os documentários brasileiros contemporâneos apenas um abordou a Teoria do dispositivo-cinematográfico de Baudry (1983); Dois discutiram os documentários em relação ao dispositivo social; Em dez artigos, ou seja, metade dos trabalhos, encontramos o uso da teoria que discute o dispositivo enquanto estratégia narrativa, ou mecanismo de acionamento do real.

Uma coisa interessante a ser observada é que nem sempre os autores usam o termo “documentário-dispositivo” ou “filme-dispositivo”, embora estejam claramente se referindo ao mesmo conjunto de características que esses termos elencam e muitas vezes, até citando os mesmos filmes como exemplos. Encontramos os termos: “dispositivo-relacional”; “documentário-expandido”; “pós-documentário”, “artifício”; “filme-processo”; “artifício excitador da realidade” e “dispositivo excitador”.

Outro ponto que queremos ressaltar é que alguns artigos relacionam um campo significativo com outro, isto é, o documentário-dispositivo com o dispositivo-social, abordando as influências cruzadas entre ambos, no entanto, apenas um o faz de maneira explícita: em *Formas do antecampo: notas sobre a performatividade no documentário brasileiro contemporâneo*, apresentado no XXII Encontro Anual da Compós, André Brasil escreve sobre o documentário *Moscou* (2009) de Eduardo Coutinho, colocando-o sob as duas perspectivas:

é um *dispositivo*, em seu sentido fílmico (como conjunto de protocolos e parâmetros formais estabelecidos previamente, a instaurar situações parcialmente fora do controle do diretor) e filosófico (como rede de relações estratégicas, que abriga menos sujeitos do que modos de subjetivação e acontecimentos singulares). (BRASIL, 2013:15)

Nenhum artigo dentro de nossa amostra fez uma relação direta desses documentários, ou do dispositivo-social com o dispositivo-cinematográfico de Baudry. Isso nos interessa porque nossa primeira proposição, que pretendemos

---

<sup>6</sup> Para esse item não foram considerados os artigos presentes no livro “Ensaio no real: o documentário brasileiro hoje”, por não se tratar de uma amostra escolhida ao acaso. Enquanto obra organizada por César Migliorin, todos os artigos presentes estão em consonância com o pensamento defendido pelo autor. Portanto, encontramos em quase todos eles a referência à teoria do dispositivo enquanto estratégia narrativa.



apresentar em textos posteriores, será demonstrar como as três teorias são interconectadas e como um documentário-dispositivo está inserido e influencia no dispositivo-cinematográfico e no dispositivo-social, enquanto esses o influenciam concomitantemente.

### **A questão da performance**

A palavra performance significa, dentre outras coisas, “desempenho; modo como alguém se comporta ou atua na execução de alguma coisa: Atuação”<sup>7</sup>. Ela é recorrente em nosso escopo de pesquisa. Do total de 32 artigos, 11 dão maior atenção a questão da presença da mesma nos documentários contemporâneos, mas encontramos breves citações em quase todos os demais.

Essa discussão insere-se em outra bastante antiga e persistente que é a respeito das fronteiras entre a ficção e o documentário. Embora, o cinema tenha “nascido documentário” (COMOLLI, 2001), antes mesmo do surgimento desse termo e das divisões existentes, com as obras dos irmãos Lumière, por exemplo, e seja consenso que o primeiro documentário de sucesso *Nanook of the North* (1922), responsável por consagrar Robert Flaherty (1884-1951) como um dos pais do gênero (LABAKI, 2006) contenha cenas dramatizadas.

A questão é que dramatização e performance por muito tempo estiveram relacionadas às obras consideradas de ficção, enquanto termos como “registro” e “realidade” foram atrelados aos documentários

No entanto, no contexto contemporâneo, que embaralha de forma ainda mais radical tais fronteiras, performance, auto apresentação, registro, realidade e subjetividade se confundem.

Em seu texto “O dispositivo como estratégia narrativa”, Migliorin fala sobre a armadilha que o “mundo das imagens” pode proporcionar ao documentarista que queira captar mais do que uma atuação de seus personagens reais: “Em resumo, o

---

<sup>7</sup> Significado de performance obtido no site “dicionário online de português”. Disponível em: <<http://www.dicio.com.br/performance/>> Acesso em 19 junho 2015.

personagem faz o papel que ele imagina que o documentarista deseja que ele faça. A armadilha é clara...” (MIGLIORIN, 2005). Segundo o autor, por conta de vivermos em um mundo onde as imagens imperam “não há realidade que se entregue sem se espetacularizar” (MIGLIORIN, 2005).

Em um dos artigos da nossa amostra, Ismail Xavier vai dizer que existe uma tendência para “o entrevistado compor sua fala segundo o que julga ser a opinião do interlocutor” (XAVIER, 2010:71), ou seja, do cineasta e da “opinião pública” que a câmera representa. Ele ainda acrescenta que o personagem real “face à câmera, se vê ator em cena” (XAVIER, 2010:71) e destaca como “ponto de tensão” o fato de que o documentário atual se ligue à tradição do moderno, mas muitas de suas personagens queiram ser ‘clássicas’ (XAVIER, 2010: 77), no sentido de quererem compor suas auto narrativa de formas lineares com início, meio e fim, além de uma imagem mais estereotipada.

Em outro artigo, Ilana Feldman dirá que “o sujeito moderno é, desde a origem, atravessado, trabalhado e fracionado pela ficção: sua auto elaboração é uma auto ficção” (FELDMAN, 2010: 150), mas são os artigos de João Nunes da Silva e Anderson de Souza Alves (2011), Mirela Souto ALVES (2009) e de Mariana Baltar(2010) que queremos destacar.

João Nunes da Silva e Anderson Alves categorizam os personagens dos documentários contemporâneos a partir do conceito de “ator-social” de Bill Nicholls, isto é, àqueles que fazem “parte de uma história com a qual, de alguma maneira, tem relação direta com a realidade” (SILVA; ALVES, 2011:8-). Para eles, ainda que o ator social faça uma auto apresentação atuada e regada com auto fabulações, ele irá se diferenciar do ator de ficção porque esse, mesmo que não seja profissional, atuará profissionalmente, não terá liberdade para representar-se a si próprio, enquanto o primeiro sim (SILVA; ALVES, 2011:8).

Mirela Alves (2009) trará como contribuição reflexões sobre as performances realizadas pelos indivíduos não apenas diante das câmeras, mas em todos os lugares. A autora aborda a performance como algo inerente á vida em sociedade como um todo, evocando para isso Erving GOFFMAN (1999): “quando uma pessoa chega à

presença de outras existe, em geral, alguma razão que a leva a atuar de forma a transmitir a elas a impressão que lhe interessa transmitir” (GOFFMAN, 199:13-14). Mirela ainda afirma, com o apoio de Goffman, que “quando realizamos a representação de nós mesmos para o outro, sempre tentamos parecer melhores do que somos” (ALVES, 2009:4).

Mariana Baltar (2010) também vai escrever a partir dos conceitos de Goffman, ressaltando o conjunto de mecanismos que ele intitulou “facework”, empreendidos “pelo sujeito para salvaguardar, perante si mesmo e perante os outros, sua autoimagem, sua face” (BALTAR, 2010: 221). Nos documentários esses “outros” são representados pelo diretor e sua equipe e pela audiência, como já citado anteriormente.

Mariana ressalta, e nós também, que não se trata de pensar nas performances como verdadeiras ou falsas. A questão não está atrelada a um juízo de valor, pois, como já vimos em Goffman, a performance faz parte da interação social. Ainda mais na atual “sociedade do espetáculo” (Debord, 1967) “as performances são sempre, e cada vez mais, pautadas por um jogo de olhar, ser olhado e saber se portar diante disso”, finaliza a autora (BALTAR, 2010: 223)

## **Potencial emancipador**

Em praticamente todos os textos componentes de nossa amostra e mais alguns que aqui foram citados podemos observar um tom mais político por parte dos autores. Muitos deles apresentam os documentários-dispositivos como pontos de resistência à espetacularização da grande mídia, com certa visão polarizada.

Começando com Comolli, para o qual o documentário contemporâneo “longe de ‘toda-ficção de tudo’” tem a chance de se ocupar “das fissuras do real, daquilo que resiste” (COMOLLI, 2001). O autor alega que estamos vivendo em uma sociedade dominada pelos roteiros, ou seja, uma versão acabada e fechada da vida social, na qual “mil modelos regulam os dispositivos sociais e econômicos que nos mantêm em

sua dependência”<sup>8</sup>, no entanto, justamente por “abandonarem os roteiros” e se colocarem “sob o risco do real” certos filmes fazem frente a essa tendência: “Um cinema engajado, diria eu, engajado no mundo” (COMOLLI, 2001), ele defende.

Migliorin também vai tratar esses documentários como transformadores sociais: “O documentário está colocado à política e, por isso, é aqui frequentemente pensado como operador no real” (MIGLIORIN, 2010:12). O autor, dialogando com a metáfora de Comolli vai dizer que “nossas vidas são demandas fora do roteiro, e talvez não exista maior motivo de angústia do que a exigência de sair do roteiro” (MIGLIORIN 2010:19). Para ele o documentário é “um projeto político e estético” (MIGLIORIN 2010:20) inserido no paradoxo na sociedade regida pelo capitalismo hedonista.

Andrea França defende que esses filmes promovem um “contra-discurso em meio à avalanche de imagens simultâneas e coextensivas aos acontecimentos ”(FRANÇA, 2010:94), ressaltando seu papel como opositor em disputa por sentidos com a grande mídia. André Brasil (2013) contrapõe a “ética anti-ilusionista” de Coutinho à “manipulação midiática” (BRASIL, 2013:4) e Juliano Gomes sugere a possibilidade de que o documentário erguer-se como “ação política minando a tendência previsionista do espetáculo contemporâneo” (GOMES, 2009:12)

Mais comedida, Beatriz Furtado, baseada em Jacques Rancière, coloca que “o documentário pode, num regime estético das artes, deixar ver como os discursos sobre o real estão impregnados de forças que pretendem legitimar um modo de visibilidade e de percepção do mundo” (FURTADO, 2012:09), ou seja, têm potencial emancipador diante dos dispositivos-sociais.

Miguel Pereira, conclui sua análise dos filmes *Entreatos* (2004) de João Moreira Salles, *Vocação e Poder* (2006) de Escorel e Joffily e *Utopia e barbárie* (2009) de Silvio Tendler, atribuindo aos mesmos papéis redentores: “Assim, do

---

<sup>8</sup> Interessante notar que um dos autores da gênese dessa teoria relaciona abertamente seus pensamentos com o dispositivo-social e mesmo assim não encontramos muitos exemplos de relações explícitas nos textos da amostra, embora, reconheçamos que o tom de militância presente em praticamente todos eles seja muitas vezes relacionado implicitamente a oposição à subjetivação advinda do dispositivo-social.

pragmatismo contemporâneo às relações com um mundo ainda sonhado do abrandamento das diferenças sociais, os três filmes encontram esse lugar construído pelos intervalos da reflexão sobre política como vocação e como ação da mudança possível...fazendo-nos crer que o mundo ainda pode ser reconstruído de um modo mais humano e fraterno” (PEREIRA, 2010:42)

Concordamos com nossos colegas, mas gostaríamos apenas de fazer algumas reservas, tomando Raciére por base: a primeira é de que a ode aos artistas (encontrada principalmente quando o nome de Coutinho aparece nos textos selecionados) e as vanguardas é característica marcante do Regime Estético<sup>9</sup> da Arte no qual nos encontramos. A segunda diz respeito à polarização do debate estético e político, que nos parece um pouco menos dicotômico. De certo encontraremos elementos híbridos nessas produções, assim como nas produções hegemônicas, afinal “a moral do cinema é, à imagem de suas fábulas, contrariada” (RANCIÉRE, 2013:186).

## Indicações e conclusões

Amir Labaki inicia o quarto capítulo de seu livro *Introdução ao documentário brasileiro* (2006) com a seguinte constatação: “Se a história do documentário brasileiro ainda não foi devidamente contada, ainda mais temeroso é esboçar uma história de seu presente (...) Um dos raros consensos: Eduardo Coutinho é o mais influente realizador em atividade” (LABAKI, 2006:77). Mesmo depois do falecimento do diretor, em 2014, a constatação de Labaki parece resistir, a obra de

---

<sup>9</sup> Jacques Rancière define em seu livro *A partilha do sensível* o conceito de “regime estético da arte”. Para o autor, o termo “estética” designa “um regime específico de identificação e pensamento das artes: um modo de articulação entre maneiras de fazer, formas de visibilidade dessas maneiras de fazer e modos de pensabilidade das suas relações” (2005:13). A partir disso, Rancière classifica três regimes de identificação das artes: o ético, o poético e o estético, sendo que este último “começou com decisões de reinterpretação daquilo que a arte faz ou daquilo que a faz ser arte” (2005:36). Ou seja, no Regime Estético a identificação das artes se faz pelo “modo de ser sensível próprio aos produtos da arte”, isto é, a “arte no singular” desobrigada “de toda e qualquer regra específica, de toda hierarquia de temas, gêneros e artes” (2005 :32-33) Ao afirmar a “absoluta singularidade da arte” (2005 :33) esse regime específico favorece a ideia do artista como gênio que capta a atmosfera sensível de seu tempo.



Coutinho continua reverberando na Academia brasileira. Em nossa amostra, 20 dos 32 artigos citaram o diretor<sup>10</sup>. Os seus filmes mais comentados foram: *Moscou* (2009), *Boca de Lixo* (1993), *Edifício Master* (2002) e *Jogo de Cena* (2007). Sendo o ultimo citado 13 vezes nos corpos dos textos e seis vezes em títulos.

*Jogo de Cena* foi usado como referência para discutir questões relacionadas a: posição do espectador enquanto “juiz da representação” (FRANÇA, 2009); subversão da estratégia de entrevistas nos documentários brasileiros (GIACOMINI, 2012); mecanismos de auto apresentação e auto fabulação (ALVES, 2009), ou seja, performance (BALTAR, 2010); questionamentos sobre a fluidez das fronteiras entre o ficcional e o documental (D’ALMEIDA, 2010; AVELLAR, 2010); e encenação e *mise en scene* (DINIZ, 2011), dentre outras. Ou seja, pelo que pudemos perceber, ele é tido como filme exemplar para pautar as principais discussões acerca da produção de documentários contemporâneos brasileiros.

O segundo diretor mais citado na amostra foi Cao Guimarães, com 11 indicações relacionadas aos filmes *Acidente* (2006), *Andarilho* (2006) e *Rua de mão dupla* (2002) Mais da metade das vezes em que Cao foi mencionado devem-se ao filme *Rua de mão dupla*, obra exemplar sobre dispositivo<sup>11</sup>, no qual o diretor “nada filma para o seu filme, não domina focos de concentração da câmera, nem estilos”(MIGLIORIN, 2005) transitando do extremo controle a complete falta dele.

Em terceiro lugar temos João Moreira Salles, também colocado como destaque por Labaki(2006), o diretor foi mencionado sete vezes nos artigos por nós selecionados, sendo principalmente lembrado por *Santiago* (2006), *Entreatos* (2004) e *Nelson Freire* (2003).

<sup>10</sup> Para adquirir conhecimentos mais aprofundados sobre a trajetória do diretor indicamos Consuelo Lins, autora citada com certa regularidade em nosso escopo, com seu livro *O documentário de Eduardo Coutinho- televisão, cinema e vídeo* (2004)

<sup>11</sup> Pode-se encontrar uma análise mais detalhada do *Rua de mão dupla* enquanto exemplar para a teoria do documentário-dispositivo no artigo *O dispositivo como estratégia narrativa* de César Migliorin. Disponível em: <<http://www.estacio.br/graduacao/cinema/digitagrama/numero3/cmigliorin.asp>>. Acesso em 01 de julho de 2015.

Por fim, temos Maria Augusta Ramos, a única diretora componente do grupo de mais citados que o foi através de apenas uma obra: seis artigos mencionam *Juízo* (2008), longa-metragem que aborda o julgamento de menores infratores.

Para fecharmos nosso guia, destaquemos aqui as fontes teóricas mais recorrentes nesse escopo, a fim de notarmos tendências: Nas discussões sobre filmes-dispositivos temos a predominância de Comolli, principalmente de seu texto “Ver e poder”(2008), César Migliorin, cujos textos já citamos, Consuelo Lins(2007) e Teixeira(2007); Para falar sobre documentários em geral, normalmente apontando visões mais tradicionais, foram evocados Bill Nichols com sua “. Introdução ao documentário” (2009) e Fernão Ramos com “Mas afinal... o que é mesmo documentário?” (2008).

O nome Jean Claude Bernadet também foi bastante repetido, principalmente para falar dos documentários de busca (2005), um subgênero no qual a busca por algo pode se assemelhar a um dispositivo ativador da obra e em análises específicas de alguns filmes.

Deleuze foi evocado para falar de diversas coisas, entre elas a imagem tempo, que muitos autores acreditam serem presentes nessas obras; Rancière, também muito citado, trouxe as contribuições para se pensar em política e Regime Estético da Arte; e Gofman, comentado anteriormente, foi o pensador mais salientado quando o assunto era performance.

Concluimos com esse levantamento que conceito de “dispositivo” possui distintas aplicações estéticas, mas que podem e estão convergindo para se pensar na produção e reflexão de documentários brasileiros na atualidade. No entanto, existe ainda uma carência sobre as possibilidades de leituras conjuntas, ou seja, de reflexões, por exemplo, sobre as possibilidades de um filme-dispositivo evidenciar/questionar o dispositivo-cinematográfico, ou sobre como o dispositivo-social, que determina introjeções de comportamentos disciplinares, afeta diretamente a produção da “performance” nos filmes-dipositivos, enfim, a confluência parece ser um caminho de pesquisa interessante.

## Referências bibliográficas

AGAMBEN, Giorgio. *O que é um dispositivo?*: depoimento [setembro, 2005]. Ilha de Santa Catarina: The European Graduate School. Conferência realizada no Brasil. Disponível em: <<http://www.egs.edu/faculty/giorgio-agamben/articles/o-que-e-um-dispositivo/>> Acesso em 06 de julho de 2015.

ALVES, Mirela. *Realidade ou simulação? Análise da auto-representação e representação do outro no documentário Jogo de Cena – de Eduardo Coutinho*. In: XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM. Curitiba, 2009. Disponível em :< <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=35878>>. Acesso em 06 de junho de 2015.

AVELLAR, José Carlos. *A câmera lúcida*. In: MIGLIORIN, Cezar (org). *Ensaio no Real: o documentário brasileiro hoje*. Rio de Janeiro: Azougue, 2010.

BALTAR, Mariana. *Cotidianos em performance: Estamira encontra as mulheres de Jogo de Cena*. . In: MIGLIORIN, Cezar (org). *Ensaio no Real: o documentário brasileiro hoje*. Rio de Janeiro: Azougue, 2010.

BAUDRY, J. L. “Cinema: efeitos ideológicos produzidos pelo aparelho de base”. In. XAVIER, I. (org.). *A experiência do cinema: antologia*. Rio de Janeiro : Graal :Embrafilme , 1983, p. 383-400.

BERNARDET, Jean-Claude. *Documentários de busca: 33 e Passaporte Húngaro*. In: Mourão, M.D.; Labaki, A (orgs). *O cinema do real*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

BRASIL, André. *Formas de antecampo: notas sobre a performatividade no documentário brasileiro contemporâneo* In: XXII ENCONTRO ANUAL DA COMPOS. Bahia, 2013. Disponível em :< [http://compos.org.br/data/biblioteca\\_2080.pdf](http://compos.org.br/data/biblioteca_2080.pdf)>. Acesso em 06 de junho de 2015.

COMOLLI, Jean-Louis. *Ver e poder: a inocência perdida: cinema, televisão, ficção, documentário*. Seleção e organização: César Guimarães e Rubens Caixeta. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

\_\_\_\_\_. *Sob o risco do real*. Belo Horizonte: Forumdoc, 2001.

D’ALMEIDA, Alfredo Dias. *Um jogo em cena*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO- INTERCOM. Caxias do Sul, 2010. Disponível em :< <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=40193>>. Acesso em 06 de junho de 2015.

DEBORD, Guy .*La société du spectacle*. Paris: Buchet-Castel, 1967.

DINIZ, Felipe Maciel. *O Jogo da Encenação no Cinema de Eduardo Coutinho*. In: XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM. Recife, 2011. Disponível em : < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2394-1.pdf>>. Acesso em 06 de junho de 2015.

FELDMAN, Ilana. *Na contramão do confessional: o ensaísmo em Santiago, Jogo de Cena e Pan-cinema Permanente*. In: MIGLIORIN, Cezar (org). *Ensaio no Real: o documentário brasileiro hoje*. Rio de Janeiro: Azougue, 2010.

FOSTER, Hal. *The Return of the Real*. Londres: MIT Press, 1996. Traduzido em Concinnitas, Rio de Janeiro, v.1 n.8, p. 163-186, julho. 2005. Disponível em: <<http://concinnitas.kinghost.net/index.cfm?edicao=8>> . Acesso em 10 out. 2015.

FOUCAULT, Michel. *Sobre a História da sexualidade*. In: Microfísica do poder. Rio de Janeiro: Graal, 2000. p. 243 – 27.

FRANÇA, Andréa. *Cinema documentário e o efeito de real na arte* . In: MIGLIORIN, Cezar (org). *Ensaio no Real: o documentário brasileiro hoje*. Rio de Janeiro: Azougue, 2010.

\_\_\_\_\_. *O documentário entre a cena do tribunal e a cena do teatro: XVIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*. Belo Horizonte, 2009. Disponível em : < [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1142.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1142.pdf)>. Acesso em 06 de junho de 2015.

FURTADO, Beatriz. *Por um regime estético das artes do documentário: Algumas considerações para inscrição do documentário numa perspectiva de um regime das maneiras de ser do sensível*. In: XXI ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS. Juiz de Fora, 2012. Disponível em :< <http://pt.scribd.com/doc/117193264/Por-um-regime-estetico-das-artes-do-documentario#scribd>> Acesso em 06 de junho de 2015.

GIACOMINI, Jair. *A entrevista em cena*. In: XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO- INTERCOM. Fortaleza, 2012. Disponível em : < <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=51356>>. Acesso em 06 de junho de 2015.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Trad. Maria Célia Santos Raposo. 8.ed. Petropolis: Vozes, 1999.

GOMES, Juliano. *Jonas Mekas e os Restos do Real* .In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO- INTERCOM. Curitiba, 2009. Disponível em : < <http://portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=37088>>. Acesso em 06 de junho de 2015.

LABAKI, Amir. *Introdução ao documentário brasileiro*. São Paulo: Editora Francis, 2006.

LACAN, Jacques. Livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1964.

LINS, Consuelo. *O filme-dispositivo no documentário brasileiro contemporâneo*. In: Sobre fazer documentários. São Paulo: Itaú Cultural, 2007a. p.44-51. (Rumos Itaú Cultural).

\_\_\_\_\_. *O documentário expandido de Maurício Dias e Walter Riedweg*. Video Brasil, Festival de Arte Eletrônica, 2007. Disponível em:

<http://www.sescsp.org.br/sesc/videobrasil/site/dossier028/apresenta.asp>>. Acesso em 21 de junho de 2015.

MIGLIORIN, Cézar. *Documentário recente brasileiro e a política das imagens*. In: MIGLIORIN, Cezar (org). *Ensaio no Real: o documentário brasileiro hoje*. Rio de Janeiro: Azougue, 2010.

MIGLIORIN, Cézar. *O dispositivo como estratégia narrativa*. 2005. Disponível em: < <http://www.estacio.br/graduacao/cinema/digitagrama/numero3/cmigliorin.asp>>. Acesso em 21 junho 2015.

NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. Tradução: Mônica Saddy Martins. (Coleção Campo Imagético). Campinas, SP: Papirus, 2009.

PARENTE, André. *Cinema em trânsito: do dispositivo do cinema ao cinema do dispositivo*. In: PENAFRIA, Manuela; Índia Mara MARTINS (org). *Estéticas do digital: cinema e tecnologia*. Covilhã: Labcom, 2007.

PEREIRA, Miguel. *A representação da política no documentário brasileiro*. In: MIGLIORIN, Cezar (org). *Ensaio no Real: o documentário brasileiro hoje*. Rio de Janeiro: Azougue, 2010.

RAMOS, Fernão Pessoa. *Mas afinal... o que é mesmo documentário?* São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

RANCIÈRE, Jacques. *A fábula cinematográfica*. Campinas: Papirus, 2013.

\_\_\_\_\_. *A partilha do sensível: estética e política*. São Paulo: EXO experimental org., 2005.

SILVA, João Nunes; ALVES, Anderson de Souza. *Ator Social e Personagem e suas Implicações no Documentário*. In: XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO- INTERCOM. Recife, 2011. Disponível em: < <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id=39706>>. Acesso em 06 de junho de 2015.

TEIXEIRA, Francisco Elinaldo. *Documentário expandido: reinvenções do documentário na contemporaneidade*. In: Vários autores. *Sobre fazer documentários*. São Paulo: Itaú Cultural, 2007. p.38-43. (Rumos Itaú Cultural).

XAVIER, Ismail. *Indagações em torno de Eduardo Coutinho e seu diálogo com a tradição moderna*. In: MIGLIORIN, Cezar (org). *Ensaio no Real: o documentário brasileiro hoje*. Rio de Janeiro: Azougue, 2010.

\_\_\_\_\_. *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência*. São Paulo: Paz e Terra, 2005.



## **Cor é pop. Preto-e-branco é cult<sup>1</sup>.** Controvérsias estéticas na filmografia de Francis Ford Coppola

Wanderley Anchieta<sup>2</sup>

### **Resumo**

O trabalho versará sobre dois filmes do diretor Francis Ford Coppola lançados em 1983: *Vidas Sem Rumo* (*The Outsiders*) e *O selvagem da motocicleta* (*Rumble Fish*). Ambos trabalham a ideia da “juventude transviada”. *Vidas Sem Rumo* é um filme mais *pop*, na acepção de que possui uma narrativa próxima aos códigos canônicos de Hollywood: é razoavelmente linear e é a cores. *O selvagem da motocicleta* é um filme nuançado, marcado por um preto-e-branco de forte contraste. Esse é um filme que flerta com a noção de *cult*. O trabalho pretende traçar as controvérsias que acabaram por marcar o preto-e-branco como local de distinção do consumo massivo, além de analisar algumas diferenças sensíveis entre cor e preto-e-branco.

**Palavras-chave:** cores; estética; cinema; cult; controvérsia.

### **Introdução**

Este artigo trata de dois filmes feitos ao mesmo tempo, no mesmo lugar, com o mesmo diretor, nascidos de dois livros da mesma autora, Susan Eloise Hilton, e que lidam com o mesmo tema: a passagem para a vida adulta, o final da adolescência. Através das noções de caixa-preta e controvérsia, da teoria ator-rede de Bruno Latour, este artigo pretende demonstrar como o preto-e-branco (utilizado em *O Selvagem da Motocicleta*) é um recurso cada vez menos utilizado em Hollywood por ser, ele próprio, uma caixa-preta cercada de controvérsias e estigmas. Vez em quando, todavia, alguns diretores desenterram o preto-e-branco de sua aparente proscrição: geralmente em filmes repletos de nuances cuja abordagem remete à criação daqueles que Truffaut nomeava de *auteur*.

*Vidas Sem Rumo* trata, em essência, da história de dois grupos: os *socs* (de *socialite*), rapazes abastados da cidade; e de seus arquirrivais, os *greasers*. Os

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando do PPGCOM da Universidade Federal Fluminense, e-mail: wya@outlook.com.

personagens principais pertencem ao segundo grupo: Ponyboy Curtis (C. Thomas Howell); Johnny Cade (Ralph Macchio); Dallas Winston (Matt Dillon); Steve Randle (Tom Cruise); etc. Ambos os grupos vivem se enfrentando, tanto verbal quanto fisicamente. Até que numa noite fatídica, Ponyboy e Johnny se veem cercados de *socs* e, num ato desesperado, Johnny se defende com uma faca, causando a morte de Bob (Leif Garrett). Assim, os dois buscam o auxílio de Dallas e fogem. A narrativa se desenrola a partir destes fatos. Esse filme, feito em 1982 e lançado nos cinemas no ano seguinte, foi sucesso de bilheteria<sup>3</sup>, bem recebido pela crítica na época e lançou ao estrelato diversos atores: além dos já mencionados, Patrick Swayze; Emilio Estevez; Diane Lane, etc. Concomitante à produção de *Vidas Sem Rumor*, Coppola decidiu adaptar outra obra da mesma autora que tratava do mesmo tema – a juventude e seus descaminhos, e cuja história se desenrolava na mesma cidade: Tulsa, Oklahoma. *O selvagem da motocicleta* trata da vida de Rusty James (Matt Dillon), o líder em exercício da gangue mais temida da cidade de Tulsa, enquanto seu irmão mais velho, o Motoqueiro (Mickey Rourke), está desaparecido. Com o retorno do Motoqueiro as coisas não voltam ao que eram antes. Rusty espera que seu irmão reassuma seu trono lendário, porém o Motoqueiro não parece mais interessado em liderar as brigas e a gangue. Rusty tem que lidar com sua idolatria ao irmão, seu guia na vida, uma vez que seu pai (Dennis Hopper) é alcólatra desenfreado e sua mãe o deixou ainda menino. Este filme fracassou na bilheteria, foi mal recebido pela crítica e, depois de muitos anos, ganhou novas apreciações e se tornou um “clássico” dentre a filmografia de Coppola.

Por fim o artigo retomará, de forma sintética, algumas das questões abordadas ao longo do seu percurso numa análise fílmica realizada através de imagens das obras em questão, evidenciando as diferenças sensíveis entre cor e preto-e-branco na construção de universos imagéticos.

### **As controvérsias (*pop e cult*, cor e preto-e-branco, o industrial e o *auteur*)**

---

<sup>3</sup> Vendeu 25,6 milhões de dólares em ingressos contra um orçamento de dez milhões. Também foi adaptado para uma série de televisão nos EUA em 1991. Cf. PHILLIPS (2004b), p. 213.

Quando saiu para dirigir *Vidas Sem Rumos* (*The Outsiders*), em 1982, na pequena cidade de Tulsa, no estado de Oklahoma, Francis Ford Coppola gozava tanto de prestígio extraordinário advindo dos dois *O Poderoso Chefão* (1972 e 74) quanto de uma recente má-reputação como alguém incapaz de manter seus cronogramas de filmagem em dia ou seu orçamento em limites apropriados. Essas ignomínias ficaram famosas durante a produção de *Apocalypse Now* (1979), cujas gravações foram inicialmente pensadas para durar cinco meses (março até julho de 1976), porém acabaram por se estender por quatorze meses (até maio de 1977), o que por sua vez, fez crescer o custo da obra de aproximadamente doze para trinta e um milhões de dólares<sup>4</sup>. Não bastasse, à infâmia se somou a penúria financeira causada pelo estrondoso fracasso nas bilheteiras de outro filme seu, o musical *O Fundo do Coração* (*One from the Heart*, 1982). Este último custou \$26 milhões e rendeu exatos 636,796 mil dólares de volta<sup>5</sup>. De acordo com o próprio Coppola:

“O telefone da minha residência ficou cortado todo o ano passado, porque não tenho dinheiro para pagar a conta telefônica. [...] Eu acredito que um artista tem o direito de ser dono daquilo que cria, mas não consigo o capital que preciso para criar. Eu dirigia um estúdio de cinema que não tinha dinheiro. O dia em que comecei a filmar *O Fundo do Coração*, eu não tinha dinheiro. [...] Quer você faça um filme com seu próprio dinheiro ou com o dinheiro dos outros, você está sob pressão. Para mim é pior, entretanto, quando você usa o dinheiro dos outros” (apud PHILLIPS, 2004a, p. 78-9).

Gene Phillips (2004b, p. 203) conta que Coppola recebeu uma carta de uma bibliotecária, Ellen Misakian, que trabalhava numa escola de segundo grau na Califórnia no ano de 1980. Na carta Misakian sugeria ao diretor que adaptasse o livro de Susan Eloise Hilton, *Vidas Sem Rumos*, para o cinema. O livro, publicado em 1970, era leitura obrigatória em diversos colégios estadunidenses e desfrutava de enorme popularidade entre os adolescentes. Não por outra razão tinha vendido quatro milhões de cópias em menos de dez anos. Coppola apostou que o filme seria um

<sup>4</sup> De acordo com o documentário feito pela esposa do cineasta, Eleanor Coppola, chamado *Francis Ford Coppola - O Apocalipse de um Cineasta*, lançado em 1991.

<sup>5</sup> De acordo com as informações do sítio Box Office Mojo, que registra os valores arrecadados nos cinemas dos EUA e do mundo. Disponível em < <http://goo.gl/agzceI> >. Acesso em 12.07.15.

grande sucesso de bilheteria (ele estava correto), o que o permitiria recuperar sua saúde financeira.

A primeira controvérsia dessa história é aquela entre a independência criativa desejada pelo artista e a necessidade que o fazer do cinema impõe – *vide* seus altíssimos custos– de usar o “dinheiro dos outros” (estúdios, por exemplo) e, portanto, estar submetido aos seus interesses. Essa controvérsia faz parte da história do cinema, de todo o cinema mundial, desde pelo menos os anos 1980. A sétima arte vive entre sua vocação artística e sua capacidade de vendas, de obter lucros, de ser um produto. Ou seja, tal questão não é particular do Francis Ford Coppola ou mesmo uma anedota circunscrita à Hollywood<sup>6</sup>. O lado indústria pressiona o lado arte, eventualmente com mais força: “a mentalidade do ‘sabor do mês’ de muitos produtores – por meio da qual eles tentam aferir as flutuações no gosto do público consumidor–, é difícil para um diretor lidar com isso” (ibid., 2004b, p. 314). Frédéric Martel comenta que os maiores estúdios de Hollywood (conhecidos como *majors*) são “hoje extremamente dependentes de seus investidores financeiros. E, portanto, são muito sensíveis às oscilações do mercado” (2013, p. 61). E prossegue numa entrevista com o então presidente da Disney, Michael Eisner: “Prometendo aos acionistas lucros de 20% ao ano, Eisner não perde de vista que sua missão consiste, segundo diz ele mesmo, em ‘deixá-los felizes’” (p. 61). Manter acionistas “felizes” é missão cada vez mais arriscada, conforme reafirma o atual diretor do grupo Cinépolis, Luiz Gonzaga Assis de Luca: “Exigem-se fartos investimentos para que um filme atinja seu ponto ideal; são investimentos de alto risco, já que não é possível prever se o lançamento será um sucesso ou não” (2009, p. 364-5). A primeira controvérsia pode ser, então, colocada em outros termos, a saber, entre arte e entretenimento. Entre a ideia de obra, do artista/artesão, e de produto, da fábrica<sup>7</sup>. Mais ainda, um filme pode ser uma criação durável, que cresce em consideração ao longo do tempo e acaba sendo cultuada

<sup>6</sup> Por exemplo, o cineasta brasileiro Fernando Meirelles comenta, ainda que de forma sarcástica, sobre o assunto: “Cinema é arte, mas é indústria também. O dia que eu quiser expressar livre e integralmente minha subjetividade basta escrever um poema, fazer uma aquarela, algo assim”. Disponível em < <http://goo.gl/mJmD4F> >. Acesso em 12.07.15.

<sup>7</sup> Hollywood coletivamente se apresenta ao mundo como “fábrica de sonhos”.

(origem da palavra *cult*). Ou um produto supérfluo feito para ser consumido e esquecido rápido (chave-nuclear do *pop*), numa proposta que visa propulsionar cada vez mais o consumo de outros produtos que também serão esquecidos na mesma velocidade. Assim, o crítico de cinema Pablo Villaça comenta sobre o recente (Julho de 2015) lançamento do filme *Homem-Formiga* (*Ant-Man*, 2015): “faz mais ou menos uma hora que o filme acabou e eu já comecei a esquecer do filme”. Consumo descartável, por conseguinte. Em seguida, sua fala aponta para circularidade do consumo (que gera mais consumo): “a impressão que se dá é que os filmes não tem valor como filmes individuais, eles só tem valor, só tem importância, só tem relevância à medida que eles funcionam como um chamariz ou como um grande *trailer* pro próximo filme [...]”<sup>8</sup>. Para garantir a “felicidade do dinheiro dos outros”, Hollywood recorre às fórmulas e ao que já é “garantido” – por isso Coppola apostava com tanta segurança que *Vidas Sem Rumo*, um livro com altíssima vendagem, também seria um filme de sucesso. Pois Neal Gabler explica que a controvérsia entre arte e indústria se ancora, ainda, na ideia de que o entretenimento lida com estatísticas voltadas para a massa, enquanto “a arte era dirigida a uma pessoa; o entretenimento era dirigido ao maior número de pessoas. [...] a arte é tida como *invenção*, e o entretenimento como *convenção*” (1998, p. 26, grifo do autor).

Durante a produção de *Vidas Sem Rumo*, obra mais marcadamente comercial, ocorreu a Coppola que a autora S.E. Hilton, que o acompanhava nas filmagens, tinha escrito outro livro concernente ao universo adolescente. O livro, *O Selvagem da Motocicleta*, era mais melancólico, denso, obscuro até. Gene Phillips conta que o diretor aproveitou quase todo o pessoal e equipamentos que já estavam consigo em Tulsa para dar vida a *O Selvagem da Motocicleta*. Hilton e Coppola escreveram o roteiro juntos nos intervalos das gravações de *Vidas Sem Rumo*, também aos domingos. Como forma de distanciar o segundo filme do primeiro e também de

---

<sup>8</sup> Fala retirada de sua vídeo-crítica. Villaça se refere ao conceito de “teia” da produtora Marvel, em que os produtos criam um “universo” que é compartilhado pelos diversos super-heróis da empresa. Disponível em < <https://goo.gl/HSm3dS> >. Acesso em 16.07.15.



manter maior fidelidade ao material umbroso do texto original, Coppola decidiu filmar *O Selvagem da Motocicleta* em preto-e-branco<sup>9</sup> (2004b, 213).

Entre as noções de arte/*cult* e entretenimento/*pop* ainda incorre outra controvérsia: a que se estabelece entre os *auteurs* de cinema, os artistas, e os cineastas “comerciais ou industriais”. Richard Brody, do jornal *The New Yorker*, explica que o conceito de *auteur* foi criado por jovens críticos da famosa e influente revista francesa *Cahiers du Cinéma*, na década de 1950, especialmente por François Truffaut. Ainda que o conceito não é nem hermético nem bem delimitado. Que ele se referia a diretores da época, como Alfred Hitchcock e Howard Hawks, diretores contratados por estúdios que de alguma maneira conseguiam imprimir uma marca pessoal, um estilo próprio. Essa é a chave do conceito. Por fim Brody lamenta que o conceito tenha tomado a dimensão que ganhou, posto que é mal formulado. Assim, parece haver hoje certa “aclamação (que) evidencia um fetiche nostálgico direcionado para as antigas estrelas e estilos de Hollywood” (2015, tradução nossa). Essa ideia baliza o pensamento de Richard Misek, estudioso do tema cinema e cor, que propõe que uso do p/b é feito por diretores que aspiram ao *status* de autor. Dessa maneira, para justificar sua qualidade enquanto arte, os filmes fazem “alusão a outros filmes, mais antigos (e implicitamente melhores)” (2010, p. 106, tradução nossa). A decisão entre cor ou p/b aponta para uma caixa-preta. Aqui este trabalho faz uma digressão para esclarecer os conceitos de controvérsia e caixa-preta, utilizados a partir das definições de Bruno Latour em sua teoria ator-rede<sup>10</sup>:

[...] a controvérsia é o momento ideal ou o lugar privilegiado para observarmos os actantes em circulação na construção de uma associação. Momento em que a complexidade das relações sociais se revela na infinidade dos mediadores, nas relações de forças desiguais, nos embates e finalmente na sua estabilização, quando a controvérsia se transforma numa “caixa-preta” (SÁ, 2014, p. 547).

O que a pesquisadora Simone Pereira de Sá esclarece, Latour exemplifica: “[...] os milhões de atos de fala que compõem um dicionário, uma gramática ou uma

---

<sup>9</sup> Doravante nomeado p/b.

estrutura de linguagem num departamento de linguística foram extraídos de atos de fala locais registrados, transcritos, coletados e classificados de várias maneiras [...]” (2012, p. 256). Em outras palavras, o sentido denotativo nada mais é do que uma cristalização de atos de fala do cotidiano em um cânone estabelecido por alguma autoridade acreditada no assunto. Quando, eventualmente, algum elemento – no caso deste trabalho, a cor ou não-cor – desestabiliza a caixa-preta, as controvérsias que cercavam sua fixação se evidenciam, vêm à tona, emergem de seu aparente banimento. E qual controvérsia a escolha do p/b traz consigo? Onde está o rastro de relações complexas que foram afugentadas pela caixa-preta? Richard Misek elucida:

Por que os produtores e distribuidores têm tanto preconceito com o preto-e-branco? A resposta é simples – eles creem, *e com boas razões, que os consumidores não gostam de preto-e-branco*. Larry Karaszewski, co-roteirista de *Ed Wood* (1994), em referência à decisão do Tim Burton de filmar em preto-e-branco, comentou casualmente que ele acreditava que a decisão ‘eliminará 90% de nossa audiência’. É impossível determinar valores comparativos do potencial de renda entre filmes preto-e-branco e a cores. Ao mesmo tempo, *evidências circunstanciais* sugerem que os consumidores tem *forte preferência* para filmes coloridos (2010, p. 98, tradução e grifo nosso).

A ideia de “forte preferência” é a caixa-preta. Sob qual estudo aprofundado e definitivo o autor, e a vasta maioria dos produtores de cinema da atualidade, baseiam sua fé de que o público não gosta de preto-e-branco? Uma simples tabela, com alguns poucos filmes de amostragem, todos produzidos em Hollywood após a conversão da mídia para cor<sup>11</sup>, demonstra que o risco e a aposta financeira, comentados por Martel e Luiz Gonzaga de Luca, parecem independem da escolha entre cor ou não-cor. Há filmes p/b que se tornaram extremamente lucrativos e outros que foram um retumbante fracasso. Todavia, o mesmo pode ser dito, a rigor, de qualquer filme feito: dos nove filmes selecionados, seis foram muito lucrativos. Um (*Touro Indomável*), ao menos, recuperou o orçamento. E dois, ou seja 22%, fracassaram e emitiram perdas aos investidores – o próprio *Ed Wood* e também *O Selvagem da Motocicleta*.

<sup>11</sup> Para Richard Misek, o ano de 1965 é fundamental. Nesse momento, os telejornais ao vivo dos EUA passaram a ser transmitidos a cores. Assim, o autor comenta que a “atualidade passou a ser a cores” ao invés de preto-e-branco (2010, p. 83-4, tradução nossa).

**Tabela 01 – Alguns filmes P/B, feitos em Hollywood, desde 1980.**

Filme	Ano	Diretor	P/B	Custo total	Bilheteria mundial <sup>a</sup>
<i>O Artista</i>	2011	Michel Hazanavicius	Sim	15 milhões	133 milhões
<i>Boa Noite, e Boa Sorte</i>	2005	George Clooney	Sim	07 milhões	56.5 milhões
<i>Sin City</i>	2005	Robert Rodriguez	Parcialmente	40 milhões	158.8 milhões
<i>Amnésia</i>	2000	Christopher Nolan	Parcialmente	09 milhões	39.7 milhões
<i>O Balconista</i>	1994	Kevin Smith	Sim	250 mil	3.2 milhões
<i>Ed Wood</i>	1994	Tim Burton	Sim	18 milhões	5.9 milhões
<i>A Lista de Schindler</i>	1993	Steven Spielberg	Sim <sup>b</sup>	22 milhões	321 milhões
<i>O Selvagem da Motocicleta</i>	1983	Francis Ford Coppola	Sim <sup>c</sup>	10 milhões	2.5 milhões
<i>Touro Indomável</i>	1980	Martin Scorsese	Sim	18 milhões	23.4 milhões <sup>d</sup>

<sup>a</sup> Valores aproximados em dólares, retirados do sítio Box Office Mojo; <sup>b</sup> Há uma pequena aparição de vermelho no filme, numa cena crucial; <sup>c</sup> Há pequenos relances de cor no filme em momentos-chave; <sup>d</sup> Valor referente só ao mercado dos EUA.

Deste modo, a ojeriza direcionada ao p/b parece extrapolar a questão mercadológica estrita. Ela estaria, ao menos parcialmente, em outra ordem. O professor de *marketing* da Universidade de Winnipeg, Satyendra Singh, revela que a cor é elemento extremamente polêmico por si: “Descobertas científicas sobre a teoria da cor parecem ser tão controversas quanto a investigação sobre os efeitos de iluminação. [...] A falta de resultados científicos conclusivos em relação a cor fez surgir diversas especulações” (2006, p. 784-5, tradução nossa).

### Análise fílmica

A figura 01, abaixo, apresenta um grande enfrentamento entre os *socs*, em primeiro plano e de costas na figura da esquerda, e os *greasers*, numa importante

sequência do final de *Vidas Sem Rumo*. Não é à toa que a figura do fogo aparece em eminência no quadro, simbolizando a violência e a selvageria do que está por vir. É interessante a escolha de Coppola de introduzir ambos os atos com um enquadramento em *contra-plongée* (de baixo para cima), estabelecendo um tom ameaçador para o *mise-en-scène*.

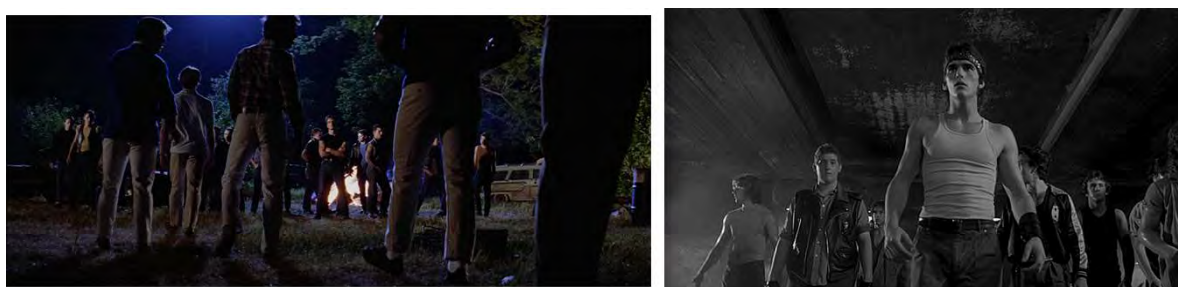


Figura 01. Gangues a cores em e em p/b

No caso de *O Selvagem da Motocicleta* essa atmosfera é reforçada por uma fumaça fantasmagórica que vive envolvendo os personagens, ademais da trilha desconcertante de sons desenvolvida pelo baterista da banda inglesa *The Police*, Stewart Copeland, que misturava “sons da rua de Tulsa – como barulho do trânsito, da polícia e sirenes de ambulâncias – com a bateria, o piano e também o xilofone” (PHILLIPS, 2004b, p. 216).



Figura 02. Parte dos *greasers*: Emilio Estevez (Two-bit), Christopher Howell (Ponyboy) e Tom Cruise (Steve)



As diretoras de *casting* de ambos os filmes, Janet Hirshenson e Jane Jenkins, comentam que *Vidas Sem Rumo* estabeleceu uma visão mais naturalista sobre a forma como “as pessoas jovens falam, agem, e experimentam o mundo”. Ainda comentam que filmes sobre jovens miseráveis e sem rumo se tornaram clichê no cinema norte-americano, mas “[...] em 1982, quando *Vidas Sem Rumo* foi feito, a ideia de Hollywood sobre adolescentes era *Folias na Praia*<sup>12</sup>, um filme que Francis gentilmente ridiculariza ao fazer seus angustiados personagens assistirem a ele num *drive-in*” (2006, p. 86). As cores tem seu papel nessa ideia de natural, posto que elas nos traduzem uma impressão de vida real. Afinal, vemos o mundo a cores. Um mundo profundamente colorido, como nos lembra Modesto Farina (2006, p. 1), pelo qual sentimos “satisfação e amor”. Misek comenta que “a fotografia em preto-e-branco tinha sido um elemento da vida cotidiana por mais de uma geração, mas assim que as imagens monocromáticas começaram a se mover, elas se tornaram pálidas” (2010, p. 14, tradução nossa). O desejo pela cor pode ser facilmente comprovado pelos diversos mecanismos de colorização engendrados<sup>13</sup> nas primeiras décadas de existência do cinema.



Figura 03. Matt Dillon (*Dallas*), Diane Lane (*Cherry*), Christopher Howell (*Ponyboy*)

<sup>12</sup> *Beach Blanket Bingo* é o título original. Trata-se de uma comédia musical de 1965 dirigida por William Asher.

<sup>13</sup> Cf. SOARES (2012). São eles: pintura à mão sobre película, estêncil, tintagem e viragem.



A figura 03 (acima) faz parte da supracitada sequência em que os jovens *greasers* assediam a personagem *soc* de Diane Lane (Cherry), no *drive-in*, enquanto assistem entediados a *Folias na Praia*. Por fim, *Vidas Sem Rumor* faz um homenagem implícita (ao repetir de forma quase idêntica o esquema de cores do filme nessa sequência específica) e explícita (ao trazer os personagens lendo o livro original, de Margaret Mitchell, e comentando sobre ele) a *...E o Vento Levou* (*Gone with the Wind*, 1939, dir.: Victor Fleming).



Figura 04. Ponyboy e Johnny no *frame*-homenagem a *...E o Vento Levou*

Em *O Selvagem da Motocicleta* o espectador experimenta o filme a partir da pele do personagem de Mickey Rourke, o Motoqueiro. Ele é jovem de 21 anos, criado sem pais nem limites, extremamente violento. Sua pouca idade não é obstáculo para uma vida conturbada: mito local entre os jovens, ele é temido; a lei quer destruí-lo, fazer dele um exemplo negativo, de qualquer maneira. Depois de retornar a cidade após um tempo desaparecido, o Motoqueiro parece mais distraído do que antes, mais perdido e desinteressado. Isso causa muita frustração ao seu irmão mais novo, Rusty James (Matt Dillon). Rusty é obcecado pelo irmão, a ponto de querer repetir seus atos, de querer ser igual a ele, fisicamente até – em diversos momentos no filme ele diz aos outros personagens que ainda é muito jovem, mas que ao chegar aos vinte e um será idêntico ao irmão. O Motoqueiro, ao contrário, quer outra vida para Rusty, quer que

Rusty decida por si próprio seu caminho. Enquanto Rusty quer que o Motoqueiro retome a liderança da gangue de jovens, o Motoqueiro lhe indica sutilmente seu desprendimento: “*If you’re gonna lead people, you have to have somewhere to go*”<sup>14</sup>. Ademais, os personagens do filme acabam por justificar a escolha do p/b de forma metatextual, posto que o Motoqueiro é parcialmente surdo e é daltônico, não enxerga cor alguma<sup>15</sup>. Para construir materialmente a sensação do universo interno, perturbado, do Motoqueiro, o diretor de fotografia do filme, Steve Burum, comentou que trabalhou com uma iluminação “plana e dura” feita para criar uma atmosfera “austera e brutal”. Mais, que “fotografou algumas cenas com uma câmera trêmula na mão” a fim de “dar às pessoas uma sensação de mal-estar”, de que “há algo fora de ordem no mundo instável em que aquelas crianças vivem” (apud PHILLIPS, 2004b, p. 217). Uma perturbação similar pode ser sentida também em outro filme, uma ficção científica distópica, *Blade Runner* (1982, dir: Ridley Scott). Nele, o cinematógrafo Jordan Cronenweth criou, novamente através da iluminação e câmera, uma sensação de clausura, de medo, construída com um uso de “uma iluminação sem ataque” (luz frontal) e de um contraluz muito intenso (MOURA, 2001, p. 64).



Figura 05. Mickey Rourke como o Motoqueiro

<sup>14</sup> Em tradução livre: Se você vai liderar as pessoas, você precisa levá-las para algum lugar.

<sup>15</sup> Cf. SACKS (1998). Daltônicos geralmente não veem alguns matizes. Há, na vida real, entretanto, uma síndrome chamada acromatopsia. Quem possui essa síndrome é incapaz de ver qualquer cor.

Estas sensações geridas pela imagem seriam o que Hans Gumbrecht nomeia de “momentos de intensidade” (2010, p. 127). Neles haveria uma ligação primordial entre o corpo e a obra, no qual o artifício implementado pelos artistas atinge o íntimo do espectador e causa grande comoção sensorial. Como num dos momentos-chave de *O Selvagem da Motocicleta*, quando Rusty James finalmente se liberta da sombra do irmão enquanto é acareado por policiais. Nesse instante, por brevíssimos segundos, o filme se torna colorido. Como se Rusty estivesse vendo o mundo, pela primeira vez, com os próprios olhos.

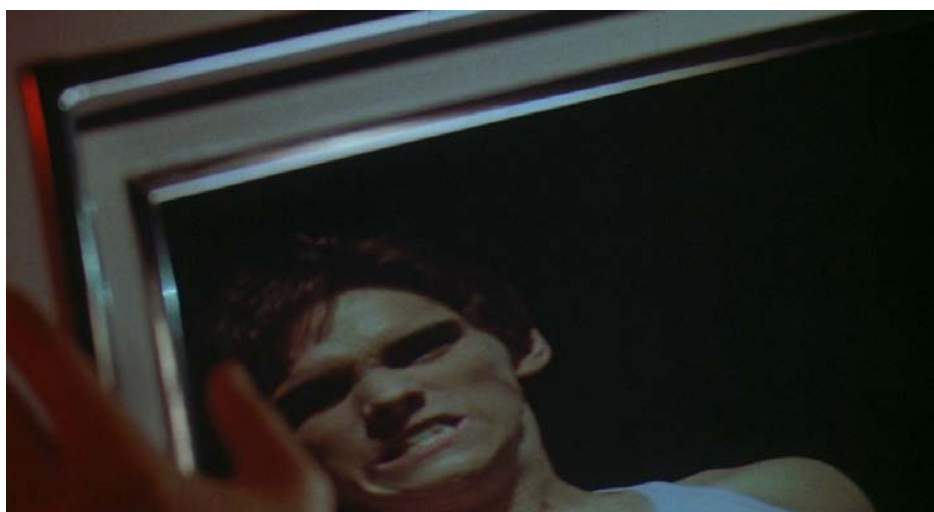


Figura 06. Rusty James se vê a cores pela primeira vez

### Considerações finais

À guisa de conclusão, se torna importante enfatizar o fato de que as caixas-pretas não são uma resolução, um fim em si mesmas. Elas são um marco, uma cristalização temporária, porém guardam consigo todas as controvérsias que a cercam. Sobre o exemplo de Latour, do dicionário: um dicionário é um compêndio da língua que não é fixo, nem imutável. Palavras são constantemente adicionadas, novas acepções para palavras também. Do mesmo modo, antigos usos são registrados

(eventualmente rubricados como uso arcaico ou diacronismo, etc.). A caixa-preta da cor e o do p/b não está resolvida. Produtores continuam a se opor firmemente<sup>16</sup> ao p/b e diretores continuam desejosos do p/b.

Janet Hirshenson e Jane Jenkins lamentam o fracasso de *O Selvagem da Motocicleta*, nos seguintes termos: “o filme tomou riscos extraordinários, muito apreciados pelos cinéfilos de arte, mas isso nunca se traduziu em sucesso comercial. *Os Caçadores da Arca Perdida* e *Guerra nas Estrelas* eram o futuro, não *O Selvagem da Motocicleta* e *Vidas Sem Rumo*” (2006, p. 86-7). A fala aponta para Martel e Luiz Gonzaga de Luca, numa realidade totalmente metrificada. Se essa fosse verdade absoluta, nenhum filme p/b seria lançado ou atingiria sucesso de público. A tabela da página 08 desmente esse quadro com facilidade, nos termos estritamente comerciais da questão. Quanto à provocação de Misek, de que o p/b é evocado pelos diretores como uma homenagem aos filmes mais antigos e melhores e de que o p/b é usado pelos cineastas para alcançar o *status* de autor, essa visão tem uma lógica muito limitadora posto que exclui de forma absoluta o pensamento estético da equação. *Blade Runner* e *O Selvagem da Motocicleta*, por exemplo, são capazes de materializar – de forma complexa e nuançada – as sensações dos personagens na tela: em sons, luzes, cores (ou a ausência delas), etc.

## Referências bibliográficas

BRODY, Richard. An auteur is not a brand. *The New Yorker*, Nova Iorque, 10.07.14. Disponível em < <http://goo.gl/4kRn3T> >. Acesso em 10.07.15.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. *Psicodinâmica das Cores em Comunicação*. São Paulo: Blucher, 2006.

---

<sup>16</sup> “Até Steven Spielberg teve que negociar para conseguir fazer *A Lista de Schindler* (1994) em preto-e-branco. Para tal, ele teve que renunciar seu próprio salário e declinar sua porcentagem sobre os lucros do filme até que a Universal recuperasse todos os 22 milhões de dólares investidos na produção. Apesar dessa concessão, o diretor da Universal, Tom Pollock, ainda assim convenceu Spielberg a filmar em película colorida, para que o filme fosse posteriormente lançado a cores em vídeo” (MISEK, 2010, p. 98).

GABLER, Neal. *Vida, o filme*: Como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das letras, 1998.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Produção de Presença*: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio, 2010.

HIRSHENSON, Janet; JENKINS, Jane. *A star is found*: our adventures casting some of Hollywood's biggest movies. San Diego: Harcourt, 2006.

LATOURE, Bruno. *Reagregando o social*: uma introdução à teoria ator-rede. Salvador: EDUFBA, 2012.

LUCA, Luiz Gonzaga Assis de. *A Hora do Cinema Digital*: democratização e globalização do audiovisual. São Paulo: Imprensa Oficial, 2009.

MARTEL, Frédéric. *Mainstream*: a guerra global das mídias e das culturas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013. Versão Kindle (epub).

MISEK, Richard. *Chromatic Cinema*: a history of screen color. Londres: Wiley-Blackwell, 2010.

MOURA, Edgar. *50 Anos Luz, Câmera e Ação*. São Paulo: SENAC, 2001.

PHILLIPS, Gene D.; HILL, Rodney. *Francis Ford Coppola*: interviews. Jackson: University Press of Mississippi, 2004a.

PHILLIPS, Gene D. *Godfather*: the intimate Francis Ford Coppola. Kentucky: University Press of Kentucky, 2004b.

SÁ, Simone Pereira. Contribuições da Teoria Ator-Rede para a Ecologia Midiática da Música. In: *Contemporanea*, v. 12, n. 03. Publicado em 2014. Disponível em < <http://goo.gl/36sM93> >. Acesso em 10.07.15.

SACKS, Oliver. *The Island of the Colorblind*. Nova Iorque: Vintage Books, 1998.

SINGH, Satyendra. Impact of color on marketing. In: *Emerald Insight*, vol. 44, n. 6. Publicado em 2006. Disponível em < <http://goo.gl/kK4079> >. Acesso em 30.09.14.

SOARES, Natália de Castro. Técnicas de colorização de filmes silenciosos, seus usos e o emprego da cor em três filmes silenciosos brasileiros. In: *III Jornada Discente PPGMPA USP*. Publicado em 2012. Disponível em [http://www.pos.eca.usp.br/sites/default/files/artigo\\_jornada\\_natalia\\_de\\_castro\\_soares\\_0.pdf](http://www.pos.eca.usp.br/sites/default/files/artigo_jornada_natalia_de_castro_soares_0.pdf). Acesso em 15.01.14.



## Filmar o possível<sup>1</sup>

Busca e experiência no documentário *Em Seus Braços* (1992), de Naomi Kawase

Breno Almeida Brito Reis e Eduardo dos Santos Oliveira<sup>2</sup>

### Resumo

Nosso interesse é investigar como o dispositivo de busca atravessa a composição do documentário *Em Seus Braços* (*Ni Tsutsumarete*, 1992), da realizadora japonesa Naomi Kawase: agenciamentos que acontecem na (e com a) imagem. Em um primeiro momento, aproximamos o filme à categoria “documentários de busca”, concebida por Bernadet (2014). Em seguida, tratamos do conceito “imagem-experiência” assinalado por Migliorin (2008) para pensar como a procura pelo pai biológico, experiência pessoal, é também experiência estética. Finalmente, desenvolvemos uma breve análise do filme com a ajuda dos estudos de Michael Renov (2004) sobre o audiovisual autobiográfico independente e nos baseamos em Comolli (2008) para estudar a relação entre corpo e quadro fílmico.

### Palavras-chave

Documentários de busca; experiência; dispositivo; Naomi Kawase; cinema

### De que adianta se aventurar no desconhecido?

O vento sopra e toca flores em imagens que tendem ao branco. Utensílios de cozinha também são tornados cena. Em seguida, o ambiente interno de um apartamento é filmado. Uma mulher canta num karaokê. Uma frase interrompida, uma fotografia borrada, gestos singelos: toques e olhares. É um inventário íntimo esse *Em Seus Braços* (*Ni Tsutsumarete*, 1992), da realizadora japonesa Naomi Kawase. Pelo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria de Iniciação Científica (graduação). PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduandos em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará. Contato: eduardo.olvr@gmail.com. Agradecemos a Anna Hirata pelas traduções japonês-português, que muito nos auxiliaram na análise do filme.

modo como a montagem opera — mistura de registros, sobreposições e fragmentações de imagens — o filme se aproxima de uma colagem. Um álbum de família.

Algumas filmagens não começam a partir de um roteiro a ser seguido. Ou tendo como base a elaboração minuciosa de personagens, situações e arcos dramáticos. Às vezes há simplesmente uma regra a ser seguida, um espaço a ser percorrido, um limite temporal a ser obedecido. Ou uma pergunta a ser respondida na companhia de uma câmera. Há obras que implicam uma pesquisa construída na medida em que imagens são produzidas. A câmera é máquina que dispara modulações e acasos que se atualizariam de outra forma caso não houvesse filmagem: agenciamentos e acontecimentos que surgem na (e com a) imagem. É o caso de *Em Seus Braços*, documentário de média-metragem realizado por uma mulher que resolve ir em busca do próprio pai empunhando uma máquina filmadora. No decorrer dos trinta e nove minutos de duração do filme, Naomi Kawase filma sua certidão de nascimento, fotografias antigas e espaços já habitados por seus pais biológicos, além inserir gravações telefônicas e diálogos com pessoas sobre a própria vida. Um exercício de experiência e descoberta não apenas com aqueles e daqueles que a rodeiam, mas de si.

A realizadora japonesa parece fazer uso do ato de filmar em razão de uma urgência pelo sentir. “Filmo para me sentir viva”, diz Naomi Kawase em Carta de Uma Cerejeira Amarela em Flor (Tsuioku no Dansu, 2003), afirmando a relação visceral com seu ofício. Tomar a câmera e filmar é para ela uma necessidade vital. De fato, desde que começou a filmar, ainda aos 18 anos, Kawase se situou no ponto de confluência entre cinema e vida. Pontuada por dramas familiares, a história pessoal de Kawase tem uma potência narrativa que a realizadora passa a explorar mais profundamente em documentários autobiográficos. Ela construiu, ao longo de sua carreira, um cinema que emprega e convoca um olhar íntimo, cuidadoso, “um olhar próximo, atento aos pequenos detalhes, aos pequenos eventos que emergem na superfície da imagem” (REIS FILHO, 2010, p. 77).

E há filmes que nunca terminam. Reverberam em outros projetos de seus realizadores. Aqui, por exemplo, as questões com o pai biológico retornam em outras películas de Naomi Kawase, como em *Céu, Vento, Fogo, Água, Terra* (*Kya Ka Ra Ba a*, 2001), obra repleta de encenações e performances com a câmera.

### Busca e dispositivo

*Em Seus Braços* tem como base a situação familiar de Naomi Kawase. O pai a abandona antes do nascimento, e ela é entregue pela mãe aos cuidados dos tios-avós. Kaneichi Kawase, o tio-avô, morre quando Naomi contava 14 anos de idade. A família da garota, então, passa a ser uma única pessoa: Uno Kawase, mãe adotiva, tia-avó biológica, a quem Naomi chama resumidamente de avó. O abandono afetivo do pai biológico e a convivência com Uno são temas recorrentes nos documentários pessoais da realizadora, produções independentes e intimistas que não foram descontinuadas mesmo após o ingresso de Kawase no circuito cinematográfico com o longa-metragem *Suzaku* (*Moe no Suzaku*, 1997).

*Em Seus Braços* começa a se delinear no momento em que Naomi, aos 23 anos, empunha a câmera com um objetivo em mente: procurar o pai biológico. Tal propósito desencadeia uma jornada pessoal, um processo de busca que se coaduna à filmagem. Assim sendo, *Em Seus Braços* se aproxima de um conjunto de filmes que Bernardet (2014) reúne sob a nomenclatura de “documentários de busca”, termo forjado para sistematizar as características em comum de dois documentários brasileiros: *Um passaporte húngaro* (2001), de Sandra Kogut, e *33* (2002), de Kiko Goifman.

[...] são projetos que partem de um alvo bastante preciso, bastante determinado, mas os cineastas não sabem se esse alvo será atingido. Portanto, a filmagem tende a se tornar a documentação do processo. Não há uma preparação do filme (a preparação é a própria filmagem), não há uma pesquisa prévia; a pesquisa, que frequentemente no documentário é anterior à filmagem, é a própria filmagem. (BERNARDET, 2014, p. 210)

Kogut filma-se ao longo do percurso burocrático para obter passaporte e nacionalidade húngaros, o que a leva também a vasculhar o passado de sua família. Goifman, com intuito similar ao de Kawase, procura a mãe biológica. Os realizadores têm um desígnio definido, mas percorrem um caminho de incógnitas e indeterminações ao persegui-lo, evidenciando a dinâmica de “atualização de virtualizações” que caracteriza o cinema documentário (REZENDE, 2013, p. 19).

Nesses projetos audiovisuais tão pessoais e autobiográficos, a filmagem, ato produtor de subjetividade, permite que o realizador engendre processos de diferenciação, inventando-se e experimentando-se com a imagem. O sujeito, transitório e moldável, se ultrapassa a cada contato com as forças e afetos que o atravessam (MIGLIORIN, 2015, p. 67). Conclui-se, a partir de Bernardet, que a filmagem é o momento crucial desses filmes. A câmera, mais que aparato de registro, assume um poder catalisador, explorando a dimensão virtual do mundo, disparando subjetividades, provocando acontecimentos. Foi Jean Rouch um dos pioneiros a reconhecer o caráter estimulante e as potências subjetivas da câmera, aspectos explorados explicitamente em *Crônica de um verão* (*Chronique d'un été*, 1961) (RENOV, 2004, p. 178). Kawase se posiciona de forma similar a Rouch ao descrever o papel que a câmera assume na realização de seus documentários, especialmente naqueles em que ela filma a tia-avó:

NK [Naomi Kawase]: (...) Comecei a filmar com a consciência de que a câmera estava ali. De modo que a Naomi Kawase de todos os dias, que casualmente carregava uma câmera e casualmente captava algumas coisas interessantes em celuloide, começou pouco a pouco a criar conscientemente com a câmera. Esse é o enfoque que adotei. Há um olhar adicional, que surge quando me dou conta de que “estou olhando de determinada maneira” ou “minha tia-avó está olhando de determinada maneira”.

AG [Aaron Gerow]: O que significa que, em vez de gravar objetivamente uma relação que já existe, você cria uma relação distinta usando a câmera como uma espécie de mediador?

NK: Sim, em certo sentido sinto que superei algo. Essa espécie de preocupação, de ansiedade. Tinha mais determinação, sentia que se conseguia algo distinto, era excitante. Pensei “tenho uma câmera” (risos). Deixei de pensar em como seria se a câmera não estivesse ali, e tentei conseguir isso com a postura de quem efetivamente tem uma câmera.

AG: Nesse sentido, em vez da ideia, bastante corrente na teoria documental, segundo a qual a câmera destrói a realidade ao interferir

nela, você usa a câmera como uma ferramenta positiva, não para destruir, mas para criar uma realidade.

NK: Sim, é exatamente assim. Ainda que seja certamente um documentário, desde Caracol [Katatsumori, 1994] tive a convicção de que o resultado era um mundo que eu mesma havia criado. Creio que isso é perceptível tanto nos documentários quanto nos filmes de ficção que vieram depois. (GEROW, 2008, p. 115)

Sob essa perspectiva, o documentário desvia das pretensões de representação e passa a operar mecanismos de atualização, através dos quais “algo que não existia, ou que existia como virtualidade, ganha uma forma atual e concreta, material” (REZENDE, 2013, p. 19). Essa operação se dá no momento da tomada; portanto, para além de uma análise do documentário como produto audiovisual, precisamos considerar sua dimensão processual, isto é, as circunstâncias da filmagem e as questões éticas e estéticas que conduzem a aproximação entre realizador e assunto filmado.

No emaranhado de virtualidades em que o realizador se embrenha, faz-se necessário criar um dispositivo de filmagem para gerir o fluxo de controle e descontrole entre filme e mundo. Entendendo *dispositivo* como “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes” (AGAMBEN, 2005, p. 13), compreende-se que instituir um possível para filmar — no sentido de inventar condições, regras e modulações para que imagens surjam — é dispositivo fundante de *Em Seus Braços*. Naomi Kawase cria uma espécie de jogo, estipula regras e condições autoimpostas, de modo a cumprir a tarefa neguentrópica de conformar o imprevisível em narrativa.

Ao trazer o conceito de imagem-experiência em *Eu Sou Aquele Que Está de Saída* (2008), Cezar Migliorin explica que criar um dispositivo de filmagem faz com que o realizador opere forças que extrapolam o cinema e apareça como experimentador (MIGLIORIN, 2008, p. 12). Para ele, a imagem-experiência é antes de tudo um convite ao lugar de incertezas e imprecisões da experiência. É um “encontro com um não-sei-o-que de possibilidades” (Idem, p. 113) Um conjunto de sons, planos, gestos, coreografias, seres, corpos que se relacionam.



Ainda que Kawase faça eventuais confissões sobre a filmagem, o dispositivo de busca de *Em Seus Braços* não é descrito explicitamente. Podemos inferi-lo, considerando-o operacionalmente como o conjunto de diretrizes que orientam a trajetória da realizadora. Assim, o dispositivo de busca se manifesta de forma mais concreta quando Kawase obtém o registro civil do pai. A partir deste documento, que contém todos os dez endereços em que o pai morou nos últimos 20 anos, ela cria um itinerário e se submete a percorrê-lo. Através desse périplo pelas antigas residências do pai, espalhadas pelas províncias de Osaka e Hyôgo, Kawase empreende um acercamento tímido. Caso apresentasse qualquer urgência pelo encontro, seria mais útil para o processo de busca que Kawase se dirigisse ao endereço mais recente. Mas ela tinha outras intenções, como revelou posteriormente em *master class* proferida no Festival de Cine 4+1:

Depois de se separar de mim, meu pai se mudou para dez lugares diferentes. Durante 20 anos, viveu em várias casas. Eu fui a cada uma delas. Evidentemente, meu pai já não estava lá. O que eu buscava eram apenas suas memórias e o rastro de que ele havia estado ali. Tratava de sentir o que ele havia vivido. Eu ia de cidade em cidade. E filmava o pôr do sol, uma árvore balançando ao vento, escutava as crianças brincando. Filmar esse tipo de cenas era o importante para mim. Provavelmente as memórias de meu pai e de minha mãe sejam iguais ao que eu gravei. Fui recriando-as. Como dizia inicialmente, eu havia experimentado a beleza de gravar o tempo com a câmera 8mm. Portanto, não é que meus pais tenham me dito pessoalmente, eu simplesmente fui a esses lugares e tratei de recuperar e regenerar esse tempo perdido que eles viveram. Para mim, esse tempo nunca existiu. Não pude conviver com eles, portanto eu mesma regenei esse tempo. (FESTIVAL DE CINE 4+1, 2011)

Compreende-se, então, que Kawase não busca imediatamente o pai em sua materialidade, o encontro físico. Ela hesita frente à possibilidade de encontrá-lo e não ser reconhecida, o que significaria para ela a negação de sua própria existência (FESTIVAL DE CINE 4+1, 2011). Ao percorrer as casas do pai, Kawase pretende atualizar em imagens as memórias que os locais suscitam. Filmar os ambientes em que ela poderia ter convivido com os pais é uma forma de experimentar passados contingentes. Ela também explora essa “memória dos objetos”, a “sobrevivência de seu passado em seu presente” (REZENDE, 2013, p. 20), ao visitar uma antiga residência

da mãe e os locais onde foram tiradas algumas de suas fotos de infância. Ela superpõe as fotos a esses ambientes e, ao passo que estes permanecem inalterados, as pessoas fotografadas desaparecem. O filme de Kawase fala mais de memórias fragmentadas e do sentimento de ausência, em vez de descrever propriamente a história pessoal do pai e da mãe. Ela efetua, dessa forma, a passagem do particular ao universal.

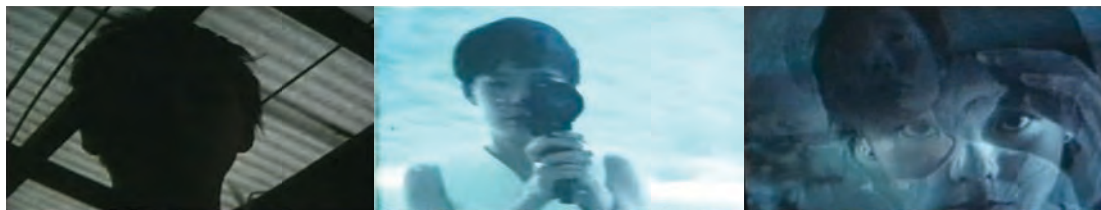
### **Concatenando a busca**

O gesto de montar o filme também nos parece relevante ao considerar um filme fundado por um dispositivo de busca. Como a luz se inscreve na película, a montagem também é uma escritura, campo em que os descontroles permanecem. De acordo com Migliorin, a montagem é o lugar de manutenção do dispositivo como seara em que acontecimentos podem se dar. Isto é, a montagem mantém a potência do dispositivo respeitando a sua contingência temporal ou apresentando o germe de desestabilização no processo mesmo de organização das imagens. Montagem como modo de conhecimento, lugar que permite acesso ao dispositivo numa instância para além do visível (MIGLIORIN, 2008, p. 33). Portanto, resta-nos identificar quais outros materiais Kawase utiliza para concatenar seu filme, e que sentidos eles agenciam.

É a partir do gesto de montar *Em Seus Braços* que a realizadora empreende diversas colagens e sobreposições ao longo de todo o filme. Vozes em off, gravações telefônicas, relatos pessoais. O som quase nunca coincide com a imagem. Miranda explica que o que se extrai dessa composição assíncronica gira em torno não de uma complexidade suscetível de interpretação, mas de um sensível equilíbrio entre contrastes e deslizamentos “entre a série de buscas de uma mulher jovem que deseja resolver o quebra-cabeças de sua própria origem e seu impulso de completar a si mesma naquilo que não pode ser narrado: naquilo que simplesmente é” (MIRANDA, 2011, p. 103).

Timelapse, contraluz, sombras, imagens fragmentadas (figuras 01, 02 e 03). A realizadora implica o próprio corpo em jogos de enquadramento com a câmera que

remetem a um processo de autoconhecimento e investigação. Como se pudéssemos ver os rastros de uma presença fantasmagórica que busca atestar a própria existência.



Figuras 01, 02 e 03: Naomi Kawase implica o próprio corpo na filmagem como parte de um processo de investigação. Fonte: Reprodução.

Certidão de nascimento, fotografias do passado: memórias de infância. Feridas na pele. Para dar a ver o processo de busca pelo pai (e por si mesma) no filme, Kawase constrói uma espécie de inventário de si e do que a rodeia. Há casas, há natureza, há o vento. De modo semelhante às obras em que a realizadora filma sua tia-avó, Uno Kawase, há gestos simples, como o de cantar e o de aguar as plantas do jardim. Há também o que Renov chama de “câmera compartilhada”, nos momentos em que Naomi e Uno enquadram uma a outra e propõem expressões, atividades, encenações, brincadeiras com a máquina filmadora. De acordo com o autor, esse agenciamento tensiona a autoria da obra e produz descontroles na direção, produzindo e reafirmando redes subjetivas entre os participantes do filme (RENOV, 2004, p. 224). Essa relação orgânica com a câmera potencializa a dinâmica de atualização de virtualidades, sobretudo o “eixo da trans-subjetividade”, relacionado às questões que regem a interação entre a pessoa que filma e a pessoa filmada (REZENDE, 2013, p. 21). O diálogo entre Naomi e Uno, mediado pela câmera, faz germinar novos acontecimentos e situações.

É por esta aproximação entre Naomi e Uno que *Em Seus Braços* se alinha ao conceito de *etnografia doméstica*, termo com o qual Renov caracteriza uma prática autobiográfica que une interrogações ou motivações pessoais ao interesse etnográfico de documentar a vida de pessoas próximas ao realizador: parentes, familiares. Ao

contrário dos filmes etnográficos que se interessam pelo Outro exótico ou pelo Outro de classe, na etnografia doméstica “o Outro é um membro da família que desempenha mais o papel de contraponto ou espelho de si do que fonte para pesquisa social ou científica” (RENOV, 2004, p. 216).

Nos momentos interativos em que Uno toma a câmera e filma Naomi, o corpo da realizadora se inscreve na imagem, remetendo ao princípio de “coimplicação” que a etnografia doméstica pressupõe. Em diversos outros planos, Kawase enquadra seu reflexo ou a própria sombra. A presença visível da realizadora funda um circuito de legitimação recíproca entre filme e corpo filmado, de modo que a filmagem seja, antes de tudo, uma experiência à qual o corpo é submetido (COMOLLI, 2008, p. 283). De acordo com Comolli (Idem, p. 285), esta é uma forma de o cinema se distanciar do “devir-espetáculo do mundo”, na medida em que o filme escapa da lógica representativa mimética, sendo, na verdade, o registro da afetação que a filmagem suscita. Neste caso, o documentário é o registro dos acontecimentos disparados por ele mesmo, colocando em cena o corpo atravessado pelas circunstâncias da filmagem, em vez de se fundar na representação de uma realidade preexistente. Com efeito, nos documentários de Kawase – seja abordando as complexas relações com o pai e a tia-avó, ou até mesmo no filme em que ela grava o próprio parto –, a realizadora se submete a experiências pessoais que lhe escapam ao controle e se coadunam à filmagem. Portanto, através dos dispositivos que elabora para se aproximar do Outro familiar e de si mesma, Kawase encara o cinema como a criação de formas de sentir.

## Referências

AGAMBEN, Giorgio. **O que é um dispositivo?** In: outra travessia: Revista de Literatura do Programa de Pós-Graduação em Linguística UFSC. Florianópolis, 2005.

BERNARDET, Jean-Claude. Documentários de busca: 33 e Passaporte Húngaro. In MOURÃO, Maria Dora; LABAKI, Amir. (orgs.). **O cinema do real**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

COMOLLI, Jean-Louis. **Ver e Poder: A inocência perdida: cinema, televisão, ficção, documentário.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

FESTIVAL DE CINE 4+1. **Master Class: Naomi Kawase (Festival de Cine 4+1, 29/10/2011).** Vídeo (127min14s). Disponível em: <<https://youtu.be/sQm2a6WsjdU>>. Acesso em 25 ago. 2015.

GEROW, Aaaron. El tema soy yo: Entrevista con Naomi Kawase (1988-2000). in LÓPEZ, José Manuel (Org.). **El cine en el umbral.** Madri: T&B Editores, 2008.

MIGLIORIN, Cezar Avila. **Eu sou aquele que está de saída: dispositivo, experiência e biopolítica no documentário contemporâneo.** Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, CFCH/ECO, 2008.

\_\_\_\_\_. **Cartas sem resposta: A internet, a educação, o cinema e o Luciano Huck.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

REIS FILHO, Osmar Gonçalves. **Reconfigurações do olhar: o háptico na cultura visual contemporânea.** In: Visualidades: Revista do Programa de Mestrado em Cultura Visual I Faculdade de Artes Visuais I UFG. – V. 10, n.2 (2012). Goiânia: UFG/ FAV, 2012.

MIRANDA, Luis. Dar à luz. Naomi Kawase. In: MAIA, Carla e MOURÃO, Patrícia (org.): **O cinema de Naomi Kawase.** Rio de Janeiro: CCBB RJ, 2011.

RENOV, Michael. **The subject of documentary.** Minnesota: University of Minnesota, 2004.

REZENDE, Luiz Augusto. **Microfísica do documentário: ensaio sobre criação e ontologia do documentário.** Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2013.



## **TV TAL – Documentário e meio ambiente<sup>1</sup>**

Raissa Torres Vidal<sup>2</sup>

### **Resumo**

Esta comunicação teve como ponto de partida o mapeamento dos documentários da TV TAL – TV da América Latina – que integram a editoria de meio-ambiente, destacando destes os temas mais recorrentes: preservação ambiental, turismo e danos ambientais. A partir deste diagnóstico, analisou as produções, discutindo como tais temas são tratados nestas obras, considerando as posições e conceitos que o chamado “pensamento crítico” em relação à atual situação do meio-ambiente, coloca. Uma escolha decorrente da posição da TV TAL, que se coloca aninhada a este território político/ideológico. Neste sentido, foi possível observar, entre outras questões, que estes documentário da TV da América Latina, apesar de terem postura crítica e problematizadora, não incluem o papel do capital na destruição ambiental.

### **Palavras-chave**

Audiovisual; Meio Ambiente; América Latina; TV TAL;

### **Introdução**

Esta comunicação teve como ponto de partida o mapeamento da editoria de Meio Ambiente da TV TAL – TV da América Latina -, discutindo o quê, e de que maneira esta editoria se constrói já que o histórico deste projeto é marcado por uma abordagem crítica e contrária aos valores capitalistas. Vale destacar que a TV TAL, presidida por Orlando Senna, se coloca como crítica ao *status quo*, de modo que sugere apresentar novas formas de ver política, educação, meio ambiente e as demais temáticas em que enquadra seus vídeos. Uma posição referendada pela trajetória política de Orlando Senna, cineasta ativista desde os anos 1960, quando houve um movimento cultural e político bastante consistente, no sentido de atuação militante na América Latina contra o sistema capitalista, em especial o imperialismo norte-

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 2 – Políticas e Estudos do Audiovisual, da Imagem e do Som do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria de Iniciação Científica (graduação). PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Estudante de graduação, do curso de comunicação social, com habilitação em jornalismo. Universidade Federal Fluminense (UFF). e-mail para contato: raissavidal@id.uff.br

americano. E que, no caso do cinema, se traduziu, também, pela rejeição à estética desta cinematografia hegemônica até hoje<sup>3</sup>.

Assim, ao focarmos a editoria de meio-ambiente da TV TAL, nossa intenção é mapear os temas, os personagens e as abordagens destes documentários, em cotejo à a perspectiva crítica (quase sempre, do espectro político marxista e/ou socialista) sobre meio ambiente, já que esta TV assume-se localizada neste mesmo território, se considerarmos sua gênese e projeto político explicitado em sua história. A metodologia utilizada para a construção de tal mapeamento foi, inicialmente, realizar uma análise qualitativa dos temas mais recorrentes – no caso, “preservação ambiental”, “turismo” e “danos ambientais” – para, em seguida, discutirmos como estes são abordados e sustentados em termos de discurso, já que na quase totalidade tais projetos significam e/ou explicitam posicionamento político.

Deste primeiro levantamento, entre outros diagnósticos, é possível dizer que apesar da proposta crítica e problematizadora, os documentários postados na editoria de meio-ambiente da TV TAL, entre outras questões, não colocam o papel do capital na destruição ambiental e nem dimensionam o alcance das ações locais em cotejo com os graves problemas contemporâneos relacionados ao meio ambiente. Embora a TV TAL seja um projeto criado em uma perspectiva de agenda de “esquerda”, ao comparar a abordagem dos documentários com as teorias ambientais que motivam e mobilizam as políticas que propõem mudanças amplas em relação à atual preservação ambiental, é possível perceber, ainda, uma grande distância de tais propósitos.

No entanto, para teóricos do jornalismo ambiental e da divulgação científica, o fato de tais temas serem trazidos à tona já auxiliaria uma mudança de paradigma e

---

<sup>3</sup> Como sabemos, este ativismo em prol das cinematografias nacionais significou, quase sempre, a defesa das situações econômicas, sociais e política dos países latino-americanos, particularmente os da América do Sul. Ou seja, um período de fértil contestação mas que foi duramente interrompido pelas ditaduras militares, que trouxeram o exílio e morte de muitos destes artistas, ativistas e políticos. Orlando Senna, que viveu todo este processo, com a conquista da democracia no país acabou se tornando Secretário do Audiovisual no primeiro governo Lula (2002-2006). Nesta posição, repensou várias estratégias políticas dos anos 1960, invertendo, por exemplo, à drástica crítica que fazia ao papel da televisão quanto um instrumento exclusivamente alienante. Foi, portanto, a partir desta nova visão que ele, quando sai do governo, cria a TV TAL, como poderá ser visto nesta comunicação no subtítulo desta comunicação intitulado “A TV TAL”..

ponto de vista. Acredita-se que a exposição do público ao tema e a possibilidade de entender melhor como o ecossistema está sendo afetado, já traria indignação suficiente para que as pessoas se colocassem contra os sistemas que provocam a destruição ambiental. Percebe-se, então, que a editoria de meio-ambiente da TAL cumpre um importante papel no sentido de informar e fazer com que os indivíduos sintam-se incomodados com a nossa realidade, cabendo ao espectador refletir sobre como poderá mudar suas ações ou atuar para alterar as conjunturas que provocam essa realidade. Ou seja, a dimensão de construção de projetos coletivos e/ou política públicas, não são colocadas, de forma clara e objetiva, nos documentários que estão abrigados na editoria de meio-ambiente da TAL..

### **TV TAL e a editoria de meio-ambiente**

A produção audiovisual latino-americana que, no período das ditaduras, caminhou de forma desarticulada, voltou a ter um ambiente político favorável com o fim destas, situação que começou a ser delineadas na década de 1980 e se consolida a partir dos anos 1990, com a volta da democracia em diversos países da América Latina, particularmente, da América do Sul. Assim, a conquista de governos por candidatos comprometidos com a melhoria das condições sociais, políticas, econômicas e culturais desta população auxiliou nesse processo de mudança do campo audiovisual. Também porque este começa a ser percebido como tendo grande potencial como ferramenta de disseminação de práticas sociais, culturais e políticas da população pode justificar o retorno ao investimento nesse formato midiático.

No entanto, é preciso reforçar que este novo olhar difere, significativamente, daquele majoritário nos anos 1960, o que fica mais evidente quando da realização da Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas da Iberoamérica (CAACI), criada em 11 de novembro de 1989, que trouxe novas propostas para as produções audiovisuais. Esta Conferência é fruto de articulação dos países de língua espanhola e portuguesa, cujo objetivo era, não só fortalecer suas produções

audiovisuais, como também criar políticas comuns e igualitárias de fomento e investir em canais de circulação destes produtos.

Em outras, palavras, pode-se dizer que a CAACI tem como principais objetivos o desenvolvimento da cinematografia no espaço audiovisual dos países ibero-americanos e a sua integração através de uma participação equitativa na atividade cinematográfica regional, com incentivos à coprodução. Dessa forma, foi criado um mercado comum audiovisual entre os 21 países conveniados (Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, El Salvador, Espanha, Guatemala, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Portugal, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela). A medida resultou em importante abertura objetiva: a possibilidade da televisão ser incluída como um possível espaço para veiculação das produções audiovisuais.

Visando atingir esses objetivos pela CAACI, foram estipulados alguns compromissos de realizar esforços coletivos para:

...apoiar iniciativas, através da cinematografia, para o desenvolvimento cultural dos povos da região; harmonizar as políticas cinematográficas e audiovisuais das Partes; resolver os problemas de produção, distribuição e exibição da cinematografia na região; preservar e promover o produto cinematográfico das Partes; ampliar o mercado para o produto cinematográfico em todas as suas formas de difusão, mediante a adoção, em cada um dos países da região, de normas que fomentem o apoio e a construção de um mercado cinematográfico ibero-americano comum. (site da CAACI).

Outro fator decisivo para a criação de um canal específico de distribuição e fomento da produção audiovisual latino-americana foi o surgimento, em 1998, da Associação Brasileira das Emissoras Públicas e Culturais (ABEPEC) que, pela primeira vez, esboçou o conceito de rede pública como participante do processo de produção e difusão de conteúdos audiovisuais.

Foi nesse cenário propício ao estímulo e à discussão de se criar novas estratégias de circulação dos produtos audiovisuais que surgiu a Televisão América Latina, TAL, cuja meta era ser mais um canal que contribuísse para a integração midiática do continente. A TAL se autodefine como:

... uma rede de comunicação cooperativa, multilateral e não-comercial com mais de 200 associados, criada com o objetivo de promover uma aproximação cultural entre os países latino-americanos. Sua missão é contribuir para o estabelecimento dos laços de cooperação na América Latina, através da dinamização da produção, a difusão de conteúdos culturais, especialmente audiovisuais e o melhoramento da qualidade da televisão pública e cultural latino-americana. (in [tal.tv](http://tal.tv))

A TV TAL foi criada em 2003 por Orlando Senna e se configura como uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) que conta com a ajuda técnica e financeira de organismos públicos latino-americanos e também com acordos e parcerias entre os diversos países da região. A TAL tem hoje um acervo de cerca de sete mil obras audiovisuais, disponibilizadas para seus associados desde 2008, através de acordos de cooperação. A difusão deste material também é feita diretamente pela WEB TV TAL, que permite acesso livre e gratuito. A TAL divulga a produção audiovisual dos 20 países da América Latina, reunindo centenas de associados, dentre canais públicos de TV, instituições culturais e educativas e produtores independentes, que compartilham seus programas (documentários, séries e curtas-metragem).

Vale destacar que nosso interesse pela TV TAL deu-se, basicamente, em função do papel que esta TV ocupa nas relações que estabeleceu com outras iniciativas criadas na área do audiovisual latino-americano, considerando o espectro político afinado ao seu. Uma situação decorrente, particularmente, da trajetória ativa do seu fundador, inclusive quando no papel de Secretário do Audiovisual do primeiro governo Lula (2002-2006), período em que circulou, bastante, por diversos países da América Latina, difundindo e debatendo seus projetos. Uma sinergia possível porque boa parte dos envolvidos nestes debates serem militantes em defesa do audiovisual latino-americano, desde antes dos duros tempos das ditaduras militares e que agora revisam suas posições táticas sem, no entanto, desfazerem-se das metas estratégicas, como acesso democrático aos meios de comunicação e reconhecimento da importância do audiovisual na construção identitária dos latino-americanos. São, portanto, protagonistas que reformularam suas propostas, mas sem abandonar o propósito que consideram fundamental para os países que integram a América Latina. De acordo com Marcelo Martinesi, em depoimento no site da TAL,



...na América Latina nós estamos acostumados com a colonização das imagens. Não como somos ou nos vemos, mas como somos vistos. Para mim, o canal ideal é aquele que me permite mostrar meu trabalho no meu país e na América Latina. Olhar para nós mesmos e buscar nossa riqueza e força. E também para vermos trabalhos de outros realizadores. Para haver intercâmbio, porque a despeito das fronteiras e outras coisas que nos separam creio que são muito mais as coisas que nos unem. (in [tal.tv](http://tal.tv))

Feito, portanto, este breve resumo da trajetória da TV TAL, vamos, em seguida, focar a editoria de meio-ambiente lembrando que ao buscar documentários no site da TAL pelas categorias, é possível encontrar 11 divisões: Arte, Comportamento, Culinária, Cultura, Cinema, Meio Ambiente, Educação, História, Literatura, Música e Dança e Viagens. A editoria de meio mmbiente é a que mais contempla documentários científicos. É possível encontrar no site cerca de 19 páginas com 10 documentários por página, que não seguem uma ordem específica. A cada vez que o site for acessado cada página terá documentários diferentes, sem obedecer algum tipo de ordem alfabética ou por data de postagem.

Para organizar melhor a análise, 165 documentários dessa editoria foram separados nas seguintes sub-categorias: 21 com temáticas agrícolas; 6 relacionados aos combustíveis fósseis; 25 aos danos ambientais; dos 5 didáticos, 3 sobre reciclagem e 2 sobre educação ambiental; 4 sobre história; 6 indígenas; 55 Preservação Ambiental; 5 Riqueza Ambiental; 2 saúde; 36 turismo. Alguns dos documentários são pertencentes também à categoria “Séries”, o que faz com que eles possam ser localizados por outro recurso do site. Em relação ao tamanho, a variedade vai de 4 minutos até uma hora, mas a maioria fica entre 20 e 30 minutos.

Em relação aos países, o que mais concentra documentários nesta editoria é a Colômbia, com 55. Em seguida temos o Panamá, com 21, e o Brasil, com 18. Todos os documentários desta editoria apresentam assuntos, enfoques, abordagens e pontos de vista bastante variados. A pluralidade de países que produzem, assim como o perfil menos comercial do site, podem ser apontados como razões que contribuem para a amplitude de visões. Uma situação afinada às mudanças de expectativa de atuação da militância dos anos 1960, se pensarmos que, em vez da revolução ou do fim do capitalismo, o que temos agora é uma geração que ocupa ou inspira atuações de

governos democraticamente eleitos, dentro das regras da política representativa que não se coloca em termos de mudanças radicais da estrutura econômica, ou seja, da mudança do sistema capitalista para o socialista. Uma situação que, como já dissemos inicialmente, parece referendar nossa percepção da dificuldade destes documentários fazerem a crítica aberta ao capital. Posição que os distancia, por exemplo, de correntes como a Ecologia Social e o Eco-socialismo, duas linhas de pensamento da ecologia pautadas pela esquerda.

### **Considerações finais**

Carecemos de uma sociedade sustentável que encontra para si o desenvolvimento viável para as necessidades de todos. O bem-estar não pode ser apenas social, mas tem de ser também sociocósmico. Ele tem que atender aos demais seres da natureza, como as águas, as plantas, os animais, os microorganismo, pois todos juntos constituem a comunidade planetária, na qual estamos inseridos, e sem os quais nós mesmos não viveríamos." (BOFF, 2000, s/p)

A Ecologia Social defende que os problemas ecológicos atuais estão enraizados em problemas sociais, particularmente no domínio dos sistemas políticos e sociais hierarquizados. Estes resultaram de uma assimilação acrítica de uma filosofia baseada na competição. Esta corrente do pensamento ecológico segue uma linha preservacionista, numa visão de que a degradação da natureza está diretamente ligada ao sistema capitalista, pois a acumulação de capital é a força de devastação da mesma. Também sugere que não é possível combater esses problemas por meio de ações individuais como o consumismo ético, mas é necessário que as lutas estejam relacionadas a formas de pensamento éticos mais profundos e atividades coletivas baseadas em ideais democráticos radicais.

Vale dizer que a complexidade das relações entre pessoas e a natureza também é enfatizada nesta corrente que se intitula Ecologia Social, tanto quanto a importância de se estabelecer estruturas sociais que possam levar em conta tais relações. Por tudo isso, a Ecologia Social defende um desenvolvimento sustentável, conceituado como aquele que atende às carências básicas dos seres humanos hoje sem sacrificar o capital natural da Terra. Sua perspectiva são as necessidades das gerações futuras, ou seja,

defende que estas têm direito à sua satisfação e de herdarem uma Terra habitável com relações humanas minimamente justas. No entanto, tais expectativas dificilmente vão se consolidar já que o tipo de sociedade construída nos últimos 400 anos impede que se realize um desenvolvimento sustentável.

Outra corrente que também se posiciona claramente quanto ao modo como a sociedade atual explora a natureza é a Eco-Socialismo/Marxismo. A crítica da corrente eco-marxista se desenvolve em cima da explicação do sistema capitalista onde a natureza é uma simples mercadoria, objeto de consumo ou meio de produção. Os eco-marxistas fazem uma crítica entre a oposição do culturalismo, que vê na natureza uma ameaça e no naturalismo que demonstra uma aversão pela sociedade e cultura. O naturalismo preza uma mudança que se baseia em três premissas: o homem produz o meio que o cerca e é ao mesmo tempo seu produto; a natureza é parte da nossa história; a coletividade, e não o indivíduo, se relaciona com a natureza, isto é, a sociedade pertence à natureza e é um produto do mundo natural. Em resumo, o naturalismo propõe que a natureza é um lugar onde o ser humano se desenvolve e evoca um novo paradigma, no qual é necessária uma mudança nesta relação destrutiva com a natureza.

Considerando, portanto, estas duas correntes<sup>4</sup>, podemos dizer que, baseando-se na perspectiva marxista sobre os recursos naturais, não existe solução ambiental dentro do sistema capitalista. Pode ser que existam atenuantes, maneiras de se diminuir os impactos, mas não passam de medidas reformistas que não irão mudar as perspectivas ambientais a longo prazo. Dessa forma, a produção de conteúdo ambiental que não problematize o sistema não terá grande relevância.

Com efeito, a partir da constatação, já muito tempo verificada por Marx, de que o social e o ambiental andam juntos e que a soberania do mercado no sistema capitalista de produção é nascente de discriminação ambiental, principalmente para os pobres, um novo direito, socioambiental, surge com potencial transformador. Deste modo, o direito socioambiental, sob a influência de um marxismo ecológico, pode desempenhar o papel de ator principal no resgate da esperança de um Estado de direito que não seja vulnerável ao mercado, voltado ao atendimento das necessidades humanas

---

<sup>4</sup> Existem outras mas, em função do limite de páginas, abordaremos apenas estas duas.

básicas, bem como a defesa das condições naturais da vida.(AUGUSTIN, JOHN, PONTALTI, 2013).

Assim, percebemos que no cotejo a essas correntes ecológicas é possível problematizar os temas abordados na categoria de "meio ambiente". Como observado pela análise quantitativa, é grande o número de documentários que focam nas ações individuais, em vez das coletivas e das mudanças estruturais. As correntes ambientais de esquerda, mesmo com suas peculiaridades e diferenças, têm em comum a percepção de que não é suficiente que cada um tente ter comportamentos de preservação, se estivermos inseridos em um contexto de exploração pelo capital dos recursos naturais.

Por outro lado, se considerarmos a situação política e econômica dos países da América Latina, recém-saídos (em termos históricos), de longos períodos de ditadura, talvez esta seja, ainda, a postura possível. Portanto, ressalte-se que considerando o quanto as sociedades ignoram, até hoje, a importância do debate ambiental para a própria sobrevivência da espécie, é possível dizer que a introdução do tema e seu alargamento a partir destas produções, devem ser vistos como relevante, inclusive para o desenvolvimento do Jornalismo Ambiental e Científico:

...percebemos que a informação bem construída gera reflexão, discussão e amplia o valor cultural de toda uma sociedade, estimulando sua consciência sócio-política. Tanto o Jornalismo Científico quanto o Ambiental são práticas que necessitam cumprir o princípio básico da notícia: a informação a serviço do público, voltada para a inclusão social e política, para a conscientização acerca do que nos rodeia e para a formação de opinião. Suas diferenças alicerçam-se na constituição de seus formatos, leque de fontes legítimas, linguagem e públicos específicos." (GIRARDI; LOOSE; e NEULS, pág 94)

Para o jornalismo ambiental, é importante que se desperte a consciência e interesse do público sobre a temática.

Assim, ao falar sobre as mudanças climáticas, o avanço da febre amarela, a ocupação de áreas indígenas por fazendeiros para lavoura ou gado, o desmatamento, a contaminação das águas, solos, ar e alimentos, bem como de práticas positivas, o jornalista ambiental o fará partindo de uma visão sistêmica, integradora, contextualizadora, em uma abordagem mais ampla. É essa percepção diferenciada de enxergar e escrever sobre o mundo que aproxima o cotidiano das pessoas aos fatos sócio-políticos-econômico-ambientais-culturais que movimentam as decisões públicas." (GIRARDI; LOOSE; NEULS, pág 103).

Este dados positivos, é claro, devem ser considerados. No entanto, acreditamos que neste momento de tantas retomadas do conservadorismo, vale sempre lembrar este diagnóstico, se a perspectiva é realmente de mudança:

O marxismo mostra que o relacionamento do ser humano com seu ambiente está mediado pelas próprias relações inter-específicas; e que, dentre estas, são as relações sociais de produção as que governam todas as demais. O ponto de partida para a análise da crise ambiental contemporânea está na própria produção mercantil. Enquanto a produção pré-capitalista, de valores de uso, tem seu limite na satisfação das necessidades; a produção mercantil, para incrementar o lucro, não tem limite algum. Esta diferença, tão sensível e geral, está na base do esgotamento dos recursos naturais a um ritmo nunca suspeitado na história da humanidade; e também da generalização de dejetos (poluição) numa medida ilimitada. (FOLADORI, 1997, s/p)

## Referências bibliográficas

BOFF, L. **Ecologia, mundialização, espiritualidade**. Atica: S.Paulo, 1996.

\_\_\_\_\_. **Ética da Vida**. Letraativa: Brasília, 2000.

\_\_\_\_\_. **Do iceberg à arca de Noé**. Garamond: Rio de Janeiro, 2002.

DIEGUES, A. C. S. **O Mito moderno da natureza intocada**. São Paulo: Editora Hucitec, 2004.

IBAMA/MMA Sistema Nacional de Unidades de Conservação Federais do Brasil. **Ministério do Meio Ambiente**. 2002.

VEIGA, José Eli da. **Meio ambiente & desenvolvimento**. São Paulo: editora Senac São Paulo, 2006

LAGO, Antonio e PÁDUA, José Augusto. **O que é Ecologia**. São Paulo: Círculo do Livro, 1984.

LÖWY, M. **Ecologia e socialismo**. São Paulo: Cortez, 2005.

\_\_\_\_\_. Crise ecológica, capitalismo, altermundialismo: um ponto de vista ecossocialista. **INTERFACEHS: Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente**, v. 4, n. 3, p. 132-140, 2009.

VICTOR, Cilene, CALDAS, Graça e BORTOLIERO, Simone (org). **Jornalismo Científico e Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: All Print Editora, 2009



# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

+

## XII PósCom

|| Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio ||

# GT 3

# Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido

## Anais

COMUNICAÇÃO

E SUAS

INTERLOCUÇÕES

21, 22, 23 de outubro de 2015

PUC-RIO

ISSN: 2176-610x

## **Quatro versões do mesmo fato<sup>1</sup>** O Choque de Ordem na cidade do Rio de Janeiro

Adriano da Silva Rozendo<sup>2</sup>  
Suzana Rozendo Bortoli<sup>3</sup>

### **Resumo**

A pós-modernidade é conhecida como um período de intensas transformações sustentadas por estratégias de gestão de populações bastante sofisticadas. O presente trabalho buscou examinar a operação ‘Choque de Ordem’ na cidade do Rio de Janeiro, uma política de higienização urbana voltada à população de rua. Analisando as notícias jornalísticas sobre essa Operação, o discurso das políticas públicas e as entrevistas com mulheres em situação de rua e profissionais da área, observou-se que a visão jornalística está em consonância com o discurso político, enquanto as mulheres e os profissionais especializados se alinham do lado contrário do discurso oficial.

**Palavras-chave:** Jornalismo, Choque de ordem, Rio de Janeiro, População de rua.

### **Apresentação**

A Modernidade foi entendida como um período de revoluções, transformações intensas, principalmente no espaço urbano e também de exclusão dos “anormais”. Uma das principais estratégias de gestão de Estado moderno foi isolar e afastar os riscos sociais, assim como banir os “estranhos” dos limites do mundo ordeiro citadino, impedindo toda comunicação dos excluídos com o mundo externo. Havia a noção de contaminação que levava ao isolamento dos anormais, doentes, inválidos, vadios, etc, em instituições fechadas e apartadas do espaço urbano.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Professor Adjunto da Universidade Federal de Mato Grosso, Campus Universitário de Rondonópolis (UFMT/CUR), coordenador da universidade aberta à terceira idade da UFMT/CUR. E-mail: rozendoadriano@aol.com

<sup>3</sup> Jornalista e pesquisadora. Mestre em jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina e doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação/ECA/USP. E-mail: suzanarozendo@usp.br

Na Pós-Modernidade, as transformações ocorrem em tempo vertiginoso e as estratégias de exclusão aparecem com nomes distintos e, algumas vezes mais sofisticados. “Choque de Ordem”, por exemplo, é a operação criada pela Secretaria de Ordem Pública (SEOP), em 2009, na cidade do Rio de Janeiro, para combater os pequenos delitos e contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos habitantes. Um dos principais alvos dessa operação são as pessoas desabrigadas, que circulam em vias públicas do município.

Tendo como foco o Choque de Ordem aplicado sobre a população de rua situada no município do Rio de Janeiro, o presente trabalho buscou ouvir múltiplas vozes e confrontar quatro versões desse mesmo fato: o que diz o site oficial da SEOP? O que as notícias informam? O que falam as mulheres que vivem em situação de rua sobre o assunto? E qual a opinião dos profissionais que trabalham com esse público?

Para tanto, a pesquisa considera como material empírico, a partir do método da análise de conteúdo, alguns textos publicados no período de 2010 a 2015 sobre o Choque de Ordem divulgadas nos jornais *online O Globo*. As matérias foram selecionadas pelo critério qualitativo de relevância. Também, foram utilizadas cinco entrevistas semiestruturadas com mulheres adultas em situação de rua, realizadas em 2014, em Unidades de Reinserção Social (Irmã Dulce e Stella Maris); e cinco entrevistas semiestruturadas com profissionais de diversas áreas que trabalham com esse público.

### **Choque de Ordem: o fim da desordem urbana**

Uma das medidas tomadas na gestão do atual prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, assim que assumiu a Prefeitura em seu mandato anterior, foi a criação da Secretaria de Ordem Pública (SEOP). A nota oficial da Operação “Choque de Ordem” consta no site da secretaria desde 16 de setembro de 2009 com os seguintes dizeres:

A desordem urbana é o grande catalisador da sensação de insegurança pública e a geradora das condições propiciadoras à prática de crimes, de forma geral. Como uma coisa leva a outra, essas situações banem as pessoas e os bons princípios das ruas, contribuindo para a degeneração, desocupação desses logradouros e a redução das atividades econômicas.

Com o objetivo de pôr um fim à desordem urbana, combater os pequenos delitos nos principais corredores, contribuir decisivamente para a melhoria da qualidade de vida em nossa Cidade, foi criada a Operação Choque de Ordem. São operações realizadas pela recém criada Secretaria de Ordem Pública, que em um ano de existência vem conseguindo devolver à ordem à cidade<sup>4</sup>.

De acordo com Pereira (2011), o Choque de Ordem se assemelha com a Reforma Pereira Passos do início do século XX, quando os casarões da Avenida Central do Rio de Janeiro (atual Avenida Rio Branco) foram demolidos para a construção de grandes edifícios e a população mais pobre foi expulsa da região central. Os objetivos da Operação são: coibição de venda de produtos ilegais; recolhimento (embora o discurso oficial utilize o termo “acolhimento”) da população em situação de rua, que é levada a abrigos municipais; fiscalização de estacionamento irregular nas calçadas e demolição de construções em local de proteção ambiental ou sem alvará municipal para funcionamento (PEREIRA, 2011).

A retirada de desabrigados dos locais de grande circulação é um fenômeno histórico. Com raízes fincadas no período do imperial, o projeto higienista de urbanização impulsionou a criação de várias instituições que visavam isolar os cidadãos de rua dos demais estratos populacionais (ROZENDO; ROZENDO, 2011).

Bauman (1998) nos lembra o principal sentido da palavra “ordem”, que está diretamente relacionada com a “pureza”. A pureza “é uma visão da ordem isto é, de uma situação em que cada coisa se acha em seu justo lugar e em nenhum outro” (BAUMAN, 1998, p.14). A imagem de ordem apresentada por Bauman, portanto, é aquela em que as coisas são colocadas propositalmente em lugares “convenientes”. Segundo o autor, o sujo, o imundo, os “agentes poluidores” são coisas fora do lugar. Ele cita um exemplo: “Sapatos magnificamente lustrados e brilhantes tornam-se sujos

<sup>4</sup> Disponível em: < <http://www.rio.rj.gov.br/web/guest/exibeconteudo?article-id=87137>>. Acesso em: 10 ago. 2015.



quando colocados na mesa de refeições. Restituídos ao monte dos sapatos, eles recuperam a pristina pureza” (BAUMAN, 1998, p.14). Porém, não são somente objetos que se encaixam no conceito de pureza. Há pessoas para quem nenhum lugar foi reservado, em qualquer fragmento da ordem preparada pelo homem. “Elas ficam fora do lugar em toda a parte, isto é, em todos os lugares para os quais o modelo da pureza tem sido destinado” (BAUMAN, 1998, p.14).

O sociólogo chama, na pós-modernidade, essas pessoas “fora do lugar” de “estranhos modernos”: “Os estranhos exalaram incerteza onde a certeza e a clareza deviam ter imperado” (BAUMAN, 1998, p. 28). Para ele, constituir a ordem foi uma guerra de atrito empreendida contra os estranhos e o diferente. Nessa guerra, uma estratégia seria a de assimilação: tornar a diferença semelhante; a outra estratégia seria a de exclusão: “vomitar os estranhos, bani-los dos limites do mundo ordeiro e impedi-los de toda comunicação com os do lado de dentro” (BAUMAN, 1998, p.29). No que se refere ao Choque de Ordem, é possível inferir que o Estado segue a segunda estratégia: confina os “estranhos” ou os expulsa para além das fronteiras de territórios de circulação comercial e turística.

Caldeira (2000) explica que as grandes metrópoles tornaram-se “cidades de muros”. Esses muros não são apenas simbólicos, mas também físicos, resultantes do medo de ameaça de alguns grupos que compõem a população, tais como os pobres, os “marginalizados” e os sem-teto. Isso aliado à descrença da eficácia do poder público em garantir a segurança de todos. A vida na cidade, marcada pela tensão, discriminação e apartação, segundo Teresa Caldeira, afasta as possibilidades de relações de pessoas “normais” com aquelas com as quais elas consideram “diferentes” ou perigosas, apesar da proximidade espacial entre grupos heterogêneos que estão cada vez mais separados socialmente. Cada habitante vive isolado e convive apenas com seus iguais.

Esse isolamento, muitas vezes, se dá de forma coercitiva, independentemente da índole do cidadão abordado pelas forças do Estado. Velho (2007), em “Metrópole, cultura e conflito”, afirma:

As incursões diárias de bandidos em bairros de classe média, com assaltos a residências, ataques no trânsito, ao comércio e a instituições públicas as mais diversas criam um clima permanente de medo e insegurança no Rio de Janeiro. Isso é agravado pela desconfiança e experiências traumáticas com as chamadas forças da ordem, que com frequência, utilizam métodos arbitrários, brutais, quando não criminosos, ao lidar com a população em geral, particularmente com os mais pobres (VELHO, 2007, p.24).

Em outra obra (“Vidas desperdiçadas), Bauman (2005) explica que quantidades enormes e crescentes de seres humanos estão destituídos de formas e meios de sobrevivência com a expansão global. Com essa superpopulação do globo, surgem questões relacionadas à segurança, imigração e pessoas em busca de asilo, problemas que devem ser colocados em pauta na agenda política moderna. Sem uma forte atuação estatal, da desordem urbana, nasce o caos. “Sempre há um número demasiado deles. ‘Eles’ são os sujeitos dos quais devia haver menos - ou, melhor ainda, nenhum. E nunca há um número suficiente de nós. ‘Nós’ são pessoas das quais devia haver mais” (BAUMAN, 2005, p.47).

Diante desse cenário de insegurança, medo, violência e segregação, cabe-nos agora verificar como “eles” são retratados midiaticamente pela perspectiva do “nós”, produtores e consumidores de notícias.

### **Notícias sobre Choque de Ordem e população de rua**

Ao ser fabricada pelo jornalista, a notícia deve obedecer a critérios que são mencionados no Código de Ética Jornalística, tais como objetividade, imparcialidade, verdade e precisão, o respeito à privacidade, independência em relação aos anunciantes etc. Segundo Sodré, a imparcialidade, garantida pelo estatuto profissional do jornalista, é apenas uma presunção no relato jornalístico, tendo em vista que ele é uma “construção”, feita por uma subjetividade a partir de outros relatos (provindos das fontes):

Quando é o caso de um assunto controverso, a prática profissional manda que se “ouçam todos os lados”, isto é, que se compilem o maior número possível de versões. Presume-se que cada uma delas

relativize o poder da interpretação única e, assim, se possa chegar por consenso implícito a uma verdade ou, mais precisamente, à veracidade jornalística (SODRÉ, 2009, p.49-50).

Garland (2008) afirma que a mídia é capaz de mostrar que más decisões e práticas equivocadas de instituições sociais e governamentais podem ser, agora, muito mais visíveis. “O sigilo oficial e a imunidade governamental são crescentemente desafiados por uma imprensa ousada e popularizada” (GARLAND, 2008, p.198). Mas, afinal, o que dizem as notícias sobre o Choque de Ordem relacionadas à população de rua? Os jornalistas obedecem aos critérios mencionados no Código de Ética da profissão? Vejamos.

Em 14 de maio de 2010, foi divulgada a nota: “Choque de Ordem acolhe 147 moradores de rua”, exatamente assim:

RIO - Uma operação Choque de Ordem levou 147 moradores de rua para abrigos da prefeitura, na madrugada desta sexta-feira. A ação, da Secretaria Especial da Ordem Pública (Seop), aconteceu nos bairros Botafogo, Copacabana e Centro. Eles foram transportados em dois microônibus e um ônibus<sup>5</sup>.

Onze dias depois, em 25 de maio de 2010, o título apareceu com outro verbo (“Choque de ordem recolhe 87 moradores de rua na Tijuca e em Vila Isabel”), mas o conteúdo foi o mesmo. Já em 28 de maio de 2010, o jornalista se referiu aos pertences das pessoas “acolhidas” como entulhos:

*Choque de Ordem acolhe 45 moradores de rua e retira uma tonelada de entulhos na Tijuca*

RIO - Uma operação Choque de Ordem acolheu 45 moradores de rua (14 deles menores) na Tijuca, Zona Norte, na madrugada desta sexta-feira. A fiscalização percorreu ruas da Tijuca, Vila Isabel e Maracanã. Todos os adultos foram levados para o abrigo da Prefeitura em Paciência, os menores foram encaminhados para o Centro de Triagem do Largo da Carioca, no Centro. Durante a ação feita por agentes da Secretaria Especial da Ordem Pública (Seop),

<sup>5</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/choque-de-ordem-acolhe-147-moradores-de-rua-3008953#ixzz3hzinQgvs> >. Acesso em: 9 ago. 2015.

23 veículos foram multados por estacionamento irregular e uma tonelada de entulho utilizado pelos moradores de rua foi recolhida<sup>6</sup>.

Outras matérias, durante o mesmo mês, e com conteúdos similares foram publicadas: “Choque de Ordem na Zona Sul acolhe 50 moradores de rua na madrugada” (26/05/2010); “Choque de Ordem retira 109 moradores de rua na Zona Sul” (23/06/2010); “Operação Choque de Ordem recolhe moradores de rua na Central do Brasil” (04/11/2010); “Choque de Ordem apreende mercadorias e recolhe moradores de rua na Glória<sup>10</sup>” (29/08/2010).

Em 15 de junho de 2010, a notícia “Choque de Ordem acolhe moradores de rua no Centro” divulgou que, durante a madrugada, a Operação “acolheu 20 moradores de rua”<sup>11</sup>:

Essa outra notícia, de 27 de agosto de 2010, teve o conteúdo mais extenso que as demais: “Choque de Ordem no Largo do Machado recolhe 16 moradores de rua”<sup>12</sup>. Além do resumo de informações básicas, conforme as notícias anteriores mencionadas, o repórter citou o nome de um homem que estava sendo procurado pela polícia e de outros dois que desacataram as autoridades, danificaram o veículo da fiscalização e foram encaminhados para a delegacia do Catete. Além disso, foi adicionada, na matéria, uma fala do então subsecretário de Controle Urbano da Secretaria Especial da Ordem Pública (Seop), que disse não medir esforços para “reduzir os pequenos delitos praticados por alguns moradores de rua”.

<sup>6</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/choque-de-ordem-acolhe-45-moradores-de-rua-retira-uma-tonelada-de-entulhos-na-tijuca-3002135#ixzz3hzj2uKqu> >. Acesso em: 9 ago. 2015.

<sup>7</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/choque-de-ordem-na-zona-sul-acolhe-50-moradores-de-rua-na-madrugada-3003106#ixzz3hzjIxyGH> >. Acesso em: 9 ago. 2015.

<sup>8</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/choque-de-ordem-retira-109-moradores-de-rua-na-zona-sul-2989914#ixzz3hzjMECuF> >. Acesso em: 9 ago. 2015.

<sup>9</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/operacao-choque-de-ordem-recolhe-moradores-de-rua-na-central-do-brasil-2930652#ixzz3hzjQ1NdL> >. Acesso em: 9 ago. 2015.

<sup>10</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/choque-de-ordem-apreende-mercadorias-recolhe-moradores-de-rua-na-gloria-2959459#ixzz3hzjYnW5V> >. Acesso em: 9 ago. 2015.

<sup>11</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/choque-de-ordem-acolhe-moradores-de-rua-no-centro-2993599#ixzz3hzj4ebj> >. Acesso em: 9 ago. 2015.

<sup>12</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/choque-de-ordem-no-largo-do-machado-recolhe-16-moradores-de-rua-2960022#ixzz3hzjE7VpZ> >. Acesso em: 9 ago. 2015.

Neste outro caso, “Choque de Ordem retira 123 moradores de rua na Zona Sul”<sup>13</sup>, de 03 de janeiro de 2010, as pessoas que se recusaram a ser “acolhidas” também foram punidas. E, para Marcelo Maywald, então coordenador da ação, retirar os pertences das pessoas ajudava a dificultar a permanências delas nas ruas.

É interessante notar, nesta outra notícia, que todas as frentes da operação foram mencionadas em apenas dois parágrafos. Com o título “Operação Choque de Ordem recolhe moradores de rua e apreende mercadorias na Zona Sul” (07/10/2010):

RIO - Agentes da Secretaria Especial da Ordem Público (Seop) apreenderam, na madrugada desta quinta-feira, 200 kg de verduras e 50 peças de porcelana com ambulantes não autorizados em Botafogo e na Glória, na Zona Sul. Durante a fiscalização, sete moradores de rua, sendo um menor de idade, foram acolhidos e levados para abrigos da prefeitura. Também foram recolhidos 300 kg de lixo e multados 35 veículos por estacionamento irregular em ruas de Ipanema e Copacabana<sup>14</sup>.

Em 2015, notamos uma diferença na escrita dos relatos jornalísticos. Aparece a figura do assistente social. A Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social passa a ser a responsável pela abordagem das pessoas nas ruas. Surgem, nas notícias, termos como “abordagem social”. E, no lugar de “recolhimento”, aparece um outro modo de dizer: os adultos são abordados e convidados a ingressar na rede acolhedora do município e eles têm o livre arbítrio de acompanhar ou não as equipes. Como se mostra neste exemplo:

Andaime usado em obra de mercado vira abrigo para moradores de rua na Tijuca (13/07/2015)

RIO - Os andaimes usados numa obra realizada por um supermercado na Tijuca, na Zona Norte do Rio, está atrapalhando a rotina dos moradores da região e, segundo uma leitora que prefere não se identificar, está contribuindo para o aumento da população de rua no local. (...)

A Secretaria municipal de Desenvolvimento Social, responsável pelo serviço de abordagem social às pessoas em situação de rua, afirma que o

<sup>13</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/choque-de-ordem-retira-123-moradores-de-rua-na-zona-sul-3074968#ixzz3hzjhdN3K>>. Acesso em: 9 ago 2015.

<sup>14</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/rio/operacao-choque-de-ordem-recolhe-moradores-de-rua-apreende-mercadorias-na-zona-sul-2941892#ixzz3hzjUfToJ>>. Acesso em: 9 ago 2015.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

*trabalho é realizado diariamente nos períodos diurno e noturno, em todas as regiões da cidade, inclusive na Tijuca. (...) Apesar disso, após diversas abordagens, nenhuma delas mostrou interesse em ser acolhida.*

*O órgão informou que "todas as reclamações referentes à presença de população em situação de rua são checadas, todavia, os adultos abordados e convidados a ingressar na rede acolhedora do município têm o livre arbítrio de acompanhar ou não as equipes"<sup>15</sup>. (...) (grifo nosso).*

Até aqui, vale a pena mencionar alguns pontos de análise: as notícias ou notas são rasas em sua maioria. O jornalista, nesse caso, se apresenta como um sintetizador de relatos do trabalho da prefeitura. Os “acolhidos”, geralmente, são levados para o abrigo municipal Rio Acolhedor, mais conhecido como Abrigo de Paciência, que fica na Zona Oeste do Rio de Janeiro. O local é alvo de várias denúncias do Ministério Público em relação à infestação de percevejo nos colchões, estruturas precárias, insalubridade, tráfico de drogas, prostituição, abuso de poder dos funcionários, entre outras atrocidades, que nunca foram mencionadas em nenhuma dessas notas/notícias<sup>16</sup>.

Quando as narrativas apresentam fontes, são sempre representantes da Operação; ou seja, nem os próprios “acolhidos”, nem os órgãos que atuam em prol da população de rua no município, tais como o Fórum Estadual da População em Situação de Rua, são “ouvidos”. A objetividade jornalística, nesses casos, foi deixada de lado. E, conseqüentemente, a imparcialidade também.

As operações, na maior parte das vezes, são feitas durante a madrugada. Por que não durante o dia se há pessoas vivendo nas ruas o tempo todo? Não há uma explicação nas notícias, mas pode-se ter uma idéia ouvindo as mulheres em situação de rua e os profissionais que trabalham com esse público. O tema será abordado a seguir.

## **O que falam as mulheres em situação de rua e os profissionais**

<sup>15</sup> Disponível em: < em <http://oglobo.globo.com/eu-reporter/andaimo-usado-em-obra-de-mercado-vira-abrigo-para-moradores-de-rua-na-tijuca-16720271#ixzz3hzkNFCTG>>. Acesso em: 9 ago. 2015.

<sup>16</sup> Sabemos dessas denúncias por algumas matérias divulgadas na imprensa carioca, a exemplo desta matéria do jornal online O Dia: <<http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2014-08-07/abrigo-improprio-em-paciencia-rio-acolhedor-e-liberado-pela-justica.html>>. Acesso em: 26 out.2015.

Núbia Cristina Laurinda Pereira da Silva, 18 anos, em situação de rua desde a infância, diz que já foi abordada pela Guarda Municipal diversas vezes: “Você dormia ali e te acordavam e se você não saísse, eles te pegava. Aí, a gente entrava na van, esperava eles distrair enquanto que eles ia pegar as outra pessoas, abria a porta e ia embora”(informação verbal).

Maria de Lourdes, 42 anos, negra, trabalhou como empregada doméstica e morava junto com a família dos patrões próximo à Lagoa Rodrigo de Freitas. Depois, trocou de emprego, alugou um apartamento em Copacabana, então, o dinheiro acabou e foi pra rua. No total, foram cinco anos vivendo em vias públicas. Ela afirma que nesse período, embora não soubesse o nome da Operação, foi “recolhida por uns polícia aqui” (informação verbal).

India Silva, 44 anos, narra como foi sua experiência:

Eu estava debaixo do viaduto em Laranjeiras, eles passaram 20 para meia noite, eu tinha acabado de fazer um lanche pra dormir, eu tava com um carinho de supermercado lotado de coisa de brechó, que eu ia pra Praça XV. Eles passaram e me chamaram e disseram que eu tinha que acompanhar eles, que era proibido ficar na rua. Eu fui por espontânea vontade (informação verbal).

Kátia da Silva Ribeiro, 49 anos, em situação de rua há cinco, nunca foi levada a nenhum abrigo municipal, mas ao ser questionada sobre a pior coisa que presenciou na rua, afirma: “A Polícia Militar disfarçada de Guarda Municipal levando as pessoas obrigadas para o abrigo, quem não quisesse ir, eles enchiam de porrada” (informação verbal).

Com Alessandra Micheli Chthiers Santos de Jesus, 60 anos, a situação foi diferente. Há cinco anos circulando pelas ruas do município do Rio de Janeiro, disse que perdeu o contato com os filhos em Mato Grosso do Sul por conta de uma abordagem: “Com esse negócio da guarda municipal, eu perdi os papel com as foto dos meus filho. Jogaram tudo em cima do caminhão e lá se foi tudo. Número de telefone, tudo” (informação verbal).

Rodrigo Acioli Moura tem 32 anos e é psicólogo e atua como colaborador do Conselho Regional de Psicologia (CRP), dentro da comissão dos direitos humanos. Trabalha com população em situação de risco social desde 2005. Também se ocupa

como voluntário, distribuindo comida, à noite, juntamente com seu grupo religioso.

Relata ter visto inúmeros recolhimentos e ouvido muitas histórias sobre essa prática:

Estar de madrugada fazendo um atendimento com esse trabalho social, de ver essa equipe do governo passando, moradores de rua correndo, fugindo, todos escondidos e perguntando se eles já teriam ido embora. Então, eles contam que tem gente que é legal, tem gente que não é. Às vezes, eles são obrigados a entrar [na van], [o abrigo] é longe pra caramba e têm que voltar sozinhos. Tem as pessoas que gostam, que tem histórias boas, mas, infelizmente, eu conversando com eles ali na rua, as histórias não são boas não. Tanto que eles fogem quando eles parecem, né? (informação verbal)

Para ele, levar a pessoa para um equipamento público que não oferece serviço de boa qualidade, não é o mais apropriado: “A forma do acolhimento, de acolher, tem que ser de uma forma muito mais afetiva do que profissional, não repressora, não agressiva, se está levando para algum lugar esse local deve ser um local adequado, e a pessoa que está sendo acolhida, ela tem que ter direito de escolha” (informação verbal).

Renata Verônica Côrtes de Lira é advogada e trabalha no Mecanismo Estadual de Prevenção e Combate a Tortura do Rio de Janeiro - MEPCT/RJ. Ela é contra o recolhimento compulsório dessas pessoas que ficam nas ruas. “Sei que existem alguns casos necessários, em casos de surto, e talvez a pessoa precise passar alguns poucos dias tendo acesso a um medicamento, uma proximidade maior com os profissionais, com os técnicos” (informação verbal). A advogada critica:

Então, parece que as pessoas não conhecem a história né, como que é que a sociedade se monta, parece que as pessoas caem do céu, parece que não sabem que os fatos se repetem né, que o recolhimento é mais uma limpeza higienista que está acontecendo no Rio de Janeiro, como já aconteceu há anos atrás, entendeu? Então, esquecem do que já aconteceu, apagam o passado, apagam as consequências e repetem. Para além do absurdo de você internar compulsoriamente é a repetição, a ideologia que traz de volta esse tipo de política, né? (informação verbal).

Virgínia Lima dos Santos Levy é psicóloga do Centro de Atenção Psicossocial Álcool e Drogas do bairro Botafogo e tem contato com a população em situação de rua há quatro anos. Ela também é contra o recolhimento compulsório:

Pelo aspecto teórico, recolher não pode funcionar porque se a pessoa tá numa situação de perda de autonomia, não vai ser você obrigando ela a alguma coisa que ela vai recuperar sua autonomia. Quando ela não tá escolhendo se ela vai para algum lugar, se ela vai parar de usar droga, se ela vai tentar um abrigo, ela está sendo humilhada também. Então, ela deixa de ser escrava da droga para ser escrava de alguma outra coisa. Por

outro lado, não vejo muita gente que foi recolhida e depois teve um segmento de tratamento (informação verbal).

Márcio Santos Tavela Ramos trabalha como psicólogo com pacientes dependentes de drogas, no Observatório de Gestão e Informação sobre Drogas do Estado do Rio de Janeiro, situado no bairro de São Cristóvão. Ele é radicalmente contra o recolhimento compulsório:

É um absurdo, uma violência. Não é acolhimento, não é busca de vínculo, não é busca de acompanhamento, não é respeito à pessoa humana, é a falta tudo, é uma captura, muitas vezes um sequestro. Tem relatos desse recolhimento compulsório, recolhe-se alguém, um ser humano da rua, pessoa em situação de vulnerabilidade, leva-se em uma van para um lugar muito afastado do município e, muitas vezes, não é levado nem para um abrigo ou outro serviço. Há relato de pessoas que desapareceram, então assim, sequestro, às vezes, cabe, né? É revoltoso, é higienista, é higienizar a cidade, é tirar as pessoas que na verdade são uma crítica da cultura, uma crítica da sociedade. Claro que existem as situações de uso abusivo que a pessoa pode entrar em um estado de surto ou algo assim, mas coisas pontuais e que são muito difíceis de serem contornadas não podem ser resolvidas por uma política pública que vai passar a régua nas pessoas daquele território, forçosamente, na captura (informação verbal).

Jociane de Souza da Silva é doutora em Serviço Social e diretora da unidade de reinserção social Casa do Catete. Apesar de ser funcionária pública, ela é contra o modo de atuação do município, mas mostra como poderia ser melhor:

Olha só, se eu chegar lá na rua e pegar uma pessoa “vamos agora” isso não vai trazer resultados porque aquela pessoa ela não é um ser irracional, ela não pode ser tirada dali simplesmente porque ela não pode ficar ali, até porque o direito a cidade é de todos, né? Agora, assim, se eu consegui fazer um trabalho que eu acho que é muito possível através da abordagem buscativa, a gente tem equipes que fazem isso e algumas equipes eu acho até que fazem muito bem. Você tem que fazer um trabalho com aquela pessoa. De onde você veio? Eu tenho uma oportunidade em tal lugar, te interessa? Aí a pessoa vai dizer sim ou não, mas qual é a proposta? Você tem que mostrar que proposta é essa que vai ser melhor do que aquele lugar ali que você está. Tem que ter um convencimento que existe um outro espaço melhor. E, realmente, quando essa pessoa estiver nesse lugar, fazer com que aquele lugar seja melhor para aquela pessoa, que ela se veja realmente como cidadã. Se o elo dela for maior com a rua, ela vai voltar para a situação de rua (informação verbal).

Observou-se que as mulheres que vivem em situação de rua já experienciaram a abordagem feita pela operação de ordenamento urbano da cidade do Rio de Janeiro e, nenhuma delas, deixou de ficar nas ruas ou arrumou um emprego ou retomou

vínculos familiares depois da ação. Quanto aos profissionais, todos se mostram contra o método, com exceção dos casos em que a pessoa está em surto e precisa que alguém tome a decisão por ela. E, mesmo assim, esse atendimento deve ser temporário, a não ser que, depois de retomada a consciência, o cidadão opte por prosseguir no abrigo público.

### **Considerações finais**

Ao verificar quatro “vozes” distintas sobre a mesma situação, observaram-se muitas divergências. Enquanto a versão midiática está em consonância com o discurso oficial da Prefeitura, as mulheres em situação de rua e os profissionais discordam com a forma com que o poder público e, conseqüentemente, a imprensa abordam a temática.

As pessoas que vivenciaram a experiência de abordagem, com exceção de uma entrevistada que disse que foi ao abrigo por vontade própria, relatam que sofreram coerção por parte dos policiais. Seus pertences, tratados como entulhos, foram eliminados sem autorização.

Quem circula por regiões com grande quantidade de pessoas em situação de rua, como o Aterro do Flamengo, por exemplo, já deve ter presenciado a rápida ação de recolhimento de alguém que dormia debaixo de uma árvore, sendo colocado dentro de uma van ou ônibus da prefeitura. E, mesmo o poder público ou a imprensa optando pelo uso de termos mais brandos, essas práticas corriqueiras não podem ser consideradas “acolhimento”.

Vale mencionar que, atualmente, durante o dia, também é possível ver funcionários da Secretária de Desenvolvimento Social tentando estabelecer diálogos com os viventes de rua, com o intuito de convencê-los a ir ao abrigo. Porém, de nada adianta um trabalho adequado de abordagem, se o destino é confinar o sujeito em um ambiente insalubre e que não oferece possibilidades de mudança de vida.

As notícias analisadas nesse trabalho, não fizeram nada além de reproduzir e legitimar ações do município, que, de acordo com as falas dos entrevistados, são



inadequadas, ineficazes e que ferem os direitos humanos. Se os agentes municipais “dão carona” para as pessoas chegarem ao Abrigo de Paciência para almoçar e voltar para o seu lugar de origem, do mesmo modo, a prática jornalística rasa, parcial e acrítica se assemelha a uma assessoria de imprensa que não está a serviço do cidadão, relatando práticas equivocadas de instituições governamentais, como deveria ser, mas que está em função de seu cliente, o Estado.

### Referências

- BAUMAN, Zygmunt. *O mal estar da modernidade*. Tradução: Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- \_\_\_\_\_. *Vidas desperdiçadas*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. *Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo*. São Paulo, Editora 34/Edusp, 2000.
- CHAMPAGNE, Patrick. *A visão mediática*. In: BOURDIEU, Pierre et al. *A Miséria do mundo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997. p. 63-80.
- JESUS, Alessandra Micheli Chthiers Santos de. [9 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.
- LEVY, Virginia Lima dos Santos. [13 jan. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.
- LIRA, Renata Verônica Côrtes de. [12 fev. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.
- LOURDES, Maria de. [9 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.
- MOURA, Rodrigo Acioli. [10 dez. 2013]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.
- PEREIRA, Camilla Muniz da Costa. Operação Choque de Ordem: gestão urbana ou repressão? In: *Perspectiva Sociológica*. nº 6 e 7, Jan./Jul., 2011. Disponível em: <<http://www.cp2.g12.br/blog/perspectivasociologica/edicoes-anteriores/jan-jul-2011-no-6-e-7/operacao-choque-de-ordem-gestao-urbana-ou-repressao/>>. Acesso em: 9 ago 2015.
- RAMOS, Márcio Santos Tavela. [27 jan. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.
- RIBEIRO, Kátia da Silva. [5 dez. 2013]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.
- Falta rozeno e rozeno
- ROZENDO, Suzana ; ROZENDO, Adriano. Vida de rua: experiências, caminhos e desvios. *Revista de Psicologia da UNESP*, v. 10, p. 106-118, 2011.
- SILVA, India. [9 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.
- SILVA, Jociane de Souza da. [25 mar. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

SILVA, Núbia Cristina Laurinda Pereira da. [4 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.

SODRÉ, Muniz. *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: RJ, Vozes, 2009.

VELHO, Gilberto. *Metrópole, cultura e conflito*. In: VELHO, Gilberto (org.). Rio de Janeiro: cultura, política e conflito. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. , 2007. p. 9-30.

## **A imagem no lugar do Outro<sup>1</sup>** A mensagem de Beckett para o artista do presente

Ana Maria Vieira Monteiro<sup>2</sup>

### **Resumo**

O artigo traz como tema dispositivos narrativos cuja função é questionar os sintomas do espectador do cinema clássico. Tem-se como hipótese que é possível pensar imagens à luz do papel ocupado pelo Outro na filosofia existencial de Jean-Paul Sartre: aquele ou, neste caso, aquilo que devolve o olhar. Primeiramente apresentado no cinema por Samuel Beckett, em *Film* (1965), essa imagem-outro agora tem um novo invólucro, os *VR headsets* (dispositivos de imersão em ambientes de realidade virtual e aumentada).

### **Palavras-chave**

Dispositivo; Olhar; Realidade Virtual; Existencialismo; Outro.

### **Dispositivos de realidade virtual**

A história dos dispositivos de realidade virtual (RV) pode ser traçada desde 1968, com a invenção *The Sword of Damocles*, de Ivan Sutherland, cientista da computação, e o estudante de Física em Harvard, Bob Sproull. O dispositivo inaugurava um certo regime do olhar. O ambiente tridimensional apresentado pelos cientistas era composto por linhas geométricas cuja perspectiva se modificava de acordo com o movimento do usuário capturado por um rastreador. O visor era acoplado na face do espectador, posicionado sob uma estrutura suspensa.

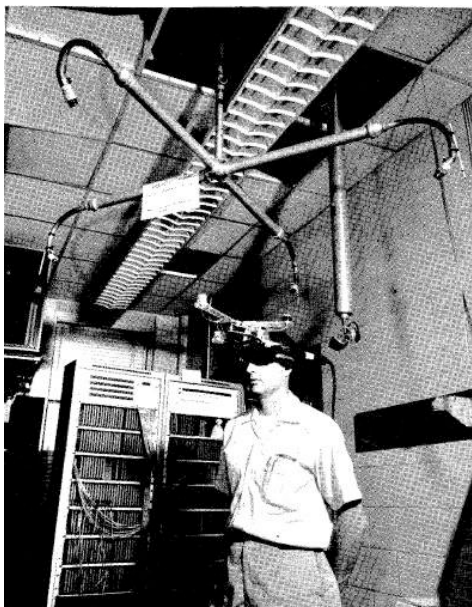
Mas foi somente nos anos 1990 que os *head mounted displays*, como ficaram conhecidos os visores de RV, ganharam o interesse comercial, tendo em vista o aprimoramento operacional e gráfico dos computadores, além do crescimento da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido - do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e bolsista da Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Ensino Superior).

indústria dos videogames. As principais empresas do ramo dos jogos eletrônicos lançaram seus dispositivos imersivos, ainda que os resultados em vendas tenham agido na contramão da popularização de suas tecnologias<sup>3</sup>.



**Figura 1.** O experimento *The Sword of Damocles*, conduzido na Universidade de Harvard, em 1968

A primeira década do século XXI viu surgir vários outros *headsets* de RV, baseados em pesquisas acadêmicas ou desenvolvidos por diferentes empresas de tecnologia. Mas foi somente em 2012, com a demonstração do protótipo Oculus Rift, criado por Palmer Luckey e apresentado durante a E3 (Electronic Entertainment Expo), que o invólucro da tecnologia de RV se tornou convincente o bastante para que investidores e público se motivassem em torno de uma mesma expectativa: um

---

<sup>3</sup> Em 1993, a empresa Sega lançou o Sega VR nos fliperamas Genesis e Saturn, não obtendo o retorno financeiro suficiente para promover as versões domésticas dos aparelhos. No ano seguinte, a Atari Corporation lançou The Atari Jaguar, um console portátil. Apesar das altas expectativas para com o primeiro videogame de 64 bits, o Jaguar foi um fracasso comercial. Em 1995, foi a vez da Nintendo com Virtual Boy, primeiro videogame de imagens tridimensionais não estereoscópicas ("*true 3D graphics*", como frisava sua campanha de marketing), que também não atingiu a meta de vendas. Fonte: History of Virtual Reality and Augmented Reality Timeline. Disponível em: <<http://www.zenka.org/history-of-virtual-reality-and-augmented-reality-timeline/>>. Acesso em: 7 ago. 2015.

dispositivo com *display* de alta definição e baixa persistência dos pixels (provocando menos atrasos de reação da imagem ao movimento do usuário).

No mesmo ano, a empresa de Luckey, Oculus VR, lançou sua campanha no site Kickstarter.com para aperfeiçoar o protótipo, com o DK1 (Development Kit 1) prometido aos doadores de 300 dólares ou mais. Em apenas quatro horas no site, a meta de 250 mil dólares foi alcançada e, no total, a Oculus VR levantou 2 milhões e 400 mil dólares somente via *crowdfunding*. Em 2014, Mark Zuckerberg anunciou a compra da patente Oculus como o próximo desenvolvimento sob a marca Facebook, com o objetivo de tornar a tecnologia da realidade virtual mais acessível e funcional para outras plataformas, como a internet e o cinema<sup>4</sup>. O Oculus Rift, como versão do consumidor, chegará ao mercado em 2016, mas é possível adquirir seu protótipo, o DK2 (Development Kit 2), pelo site do fabricante (Oculus.com).

Desde a invenção de Sutherland e Sproull, o propósito de um *headset* de realidade virtual é possibilitar ao usuário interagir gestualmente com imagens tridimensionais e situá-lo em ambientes virtuais esféricos (o olhar pode ser direcionado para qualquer ângulo, não existindo mais *behind the scenes*). Para que o direcionamento da visão do usuário determine o curso da narrativa, o dispositivo possui um rastreador de movimentos da cabeça (*head tracker*). A empresa Oculus também lançará, em 2016, o Oculus Touch, um par de controles que permitem uma maior interferência do movimento dos braços e das mãos na exploração do ambiente virtual.

Embora o Oculus Rift não seja o único<sup>5</sup> lançamento do tipo para o próximo ano, é aquele cujo protótipo se encontra mais tempo disponível para desenvolvedores e mobilizou outras empresas do mercado de mídias em torno de seu produto. Além de ser uma subsidiária do Facebook, a Oculus VR, em parceria com a Microsoft, irá fornecer ao comprador do Oculus Rift um controle do Xbox One, que funcionará tanto com o console da Microsoft quanto em qualquer dispositivo que suporte o

<sup>4</sup> Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/mercado/2014/03/facebook-compra-empresa-de-realidade-aumentada-criadora-do-oculus-rift.shtml>>. Acesso em 14 jun. 2015.

<sup>5</sup> Outros *headsets*, como o HTC RE Vive e Sony Morpheus, também já se fizeram presentes em feiras de entretenimento e tecnologia, com apostas notórias para o mercado dos *games*.



Windows 10. Ainda, o Oculus Rift poderá ser usado com o Xbox One e o Windows 10 sem a instalação de *softwares* ou *drivers* especiais<sup>6</sup>.



**Figura 2.** DK2 (headset e headtracker)

De 2012 até o momento, o Oculus Rift vem sendo uma entre várias atrações de feiras de tecnologia e *games*, trazendo consigo um certo fetiche tecnológico que acompanha a experiência imersiva em realidade virtual: o acesso privilegiado a imagens e experiências “fantásticas”. O próprio ato de ver, com o Oculus Rift, segue um ritual. É preciso se instalar dentre outras instalações do dispositivo (computador, cabos USB e o que mais for oferecido como plataforma de captura para sensores de movimento).

No presente estado da arte, as narrativas em realidade virtual encontram-se difundidas em experimentos de artistas independentes, grandes empresas de tecnologia, produção de conteúdo, mídias sociais e estúdios de cinema<sup>7</sup>, cada agenciador procurando uma maneira de adaptar seus produtos à nova tecnologia dos

<sup>6</sup> A Microsoft se pronunciou publicamente para dizer que apóia o Oculus Rift, atual líder na tecnologia de realidade virtual para *games*. Disponível em: <<http://www.techrepublic.com/article/microsoft-facebook-and-oculus-rift-combine-to-make-virtual-reality/>>. Acesso em: 12 jul. 2015.

<sup>7</sup> Um exemplo é o curta metragem *The Mission*, um único plano sequência produzido para ser visto em 360 graus, filmado com a câmera Jaunt, que captura todas as imagens ao seu redor. Assim, produção, direção e operadores de câmera fazem parte do elenco, o mais discretamente possível. A experiência é descrita no link: <<http://gizmodo.com/what-it-takes-to-make-a-virtual-reality-movie-about-wwi-1616501455>>. Acesso em 24 jul. 2015.

*headsets*. Também é possível vê-los sendo apropriados por simuladores diversos e experimentos científicos, principalmente no campo da neurociência<sup>8</sup>.

Acompanhando a euforia quanto à sofisticação do realismo da imagem e sua capacidade imersiva, há a percepção, transmitida pela publicidade a respeito dos *headsets* de realidade virtual, de que a novidade tecnológica, por si só, iniciaria um período de ruptura nas fórmulas narrativas<sup>9</sup>. Assumindo que tal posição determinista não é nova, o que, de fato, pode-se concluir deste período de atrações a que o Oculus Rift está submetido?

Uma hipótese vem da teoria de Erick Felinto (2005, p. 50) sobre a tendência dos discursos associados às novas tecnologias: “A desmaterialização, a expansão e a construção apontam para o impulso gnóstico de divinizar o self. O gnosticismo, seja em que variante for, parece ser a religiosidade por excelência da tecnocultura contemporânea”. Um desses discursos, a respeito do Oculus Rift, é o mesmo que acompanha as máquinas de imagens, desde o daguerreótipo: “de um lado, a ideologia da ruptura, da tábula rasa, e portanto da recusa da história. De outro, a ideologia do progresso contínuo” (DUBOIS, 2004, p. 34). O maravilhamento do espectador diante das imagens “espetaculares” continua nutrindo estratégias publicitárias e o imaginário de consumidores.

O dispositivo é um conceito que dá conta da imaterialidade que repousa sobre o meio. Como já observou o filósofo Gilles Deleuze (1925-1995), dispositivos são “máquinas de fazer ver e falar” (DELEUZE, 1990, p.155, tradução nossa), uma vez que mesmo os enunciados ocultos a seu respeito se revelariam durante o processo

---

<sup>8</sup> Alguns desses experimentos estão disponíveis na internet. Um resumo do que foi produzido a partir da tecnologia Oculus, em caráter experimental, se encontra disponível em: <<http://www.pcworld.com/article/2850937/10-mind-blowing-oculus-rift-experiments-that-reveal-vrs-practical-potential.html>>. Acesso em 10 jul. 2015.

<sup>9</sup> No site da empresa HTC, desenvolvedora do *headset* de realidade virtual HTC Vive, encontra-se uma mensagem associável à ideologia do supremo tecnológico: “FINALMENTE, O FUTURO - imagine estar na cabine de piloto de uma nave estelar viajando por toda a galáxia, passear pelas ruas da Roma antiga ou se encolher ao tamanho subatômico e assistir a moléculas colidirem. Agora, imagine de novo. Vive, o headset da HTC, processado pela SteamVR, traz esses mundos virtuais para fora da tela do seu computador e coloca-os em sua casa. Você vai experimentar sons e imagens vívidas e realistas o bastante para transportá-lo para outro lugar, outra época – inúmeras novas realidades com possibilidades ilimitadas”. Disponível em <<http://www.htcvr.com/>>. Acesso em 15 jun. 2015. Tradução nossa.

criacional. Sendo assim, considera-se relevante separar o discurso da potência do meio em estabelecer novos parâmetros de pensamento artístico e filosófico e partir para uma investigação dê conta do dispositivo e sua interferência direta no regime do olhar.

### Espectatorialidade e agenciamento

Vilém Flusser usa o termo “aparelho”, em *Filosofia da Caixa Preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*<sup>10</sup>, de modo bastante similar à ideia de Foucault e Deleuze sobre o dispositivo. Para o filósofo tcheco, O *modus operandis*, estabelecido em cada meio, revelaria não só uma preocupação estética, mas uma concepção de mundo, uma forma de totalitarismo.

A filosofia de Flusser explora as consequências de um mundo dominado por códigos que revelariam um pensamento, a partir do qual, entre outras coisas, a ideia de real é definida de maneira diferente daquela formulada por um sujeito soberano. De acordo com esse ponto de vista, o real dá lugar ao *possível*. A essa quebra sintomática da noção de real Deleuze (1990, p. 160) dá o nome de diagnóstico. Poder-se-ia dizer, então, que os dispositivos de realidade virtual revelam ao menos dois diagnósticos. O primeiro se trata do papel dos códigos nas máquinas de imagens contemporâneas. Quanto a isso, é preciso fazer uma ressalva com relação ao quesito “caixa preta” do aparelho, na obra de Flusser em questão.

No capítulo sobre a imagem técnica, o autor cria essa expressão para se referir ao emaranhado de códigos que foge ao alcance de um indivíduo comum entender, contido no *software* que é inserido na máquina. Portanto, na manipulação do aparelho, o que é aprendido de imediato é como fornecer o *input* necessário para que a máquina comece sua operação e produza um *output*. Explica Flusser (1985, p. 11): “quem vê input e output vê canal e não o processo codificador que se passa no interior da *caixa preta*. Toda crítica da imagem técnica deve visar o branqueamento dessa

---

<sup>10</sup> Apesar de se referir imediatamente à imagem fotográfica, a obra se propõe a servir de base para o pensamento sobre outras máquinas de imagens, presentes e futuras.

caixa. Dada a dificuldade de tal tarefa, somos por enquanto analfabetos em relação às imagens técnicas. Não sabemos como decifrá-las”.

Escrevendo nos anos 1980, Flusser não pôde ver um resultado da proliferação dos códigos: sua abertura. A internet e sua popularização, na década seguinte, mobilizou uma literacia da linguagem informática cada vez mais presente na educação do cidadão comum. Posteriormente, a internet 2 e 3.0 colocaram as próprias empresas de tecnologia e informação dependentes do conteúdo criado pelos usuários da rede. Por fim, as câmeras digitais, os *smartphones*, a cultura transmidiática e o compartilhamento nas mídias sociais são sintomáticos de uma sociedade com uma demanda sempre crescente de pessoas capacitadas para a manipulação de *softwares*.

O site da empresa Oculus VR possui uma página (<https://share.oculus.com>) em que desenvolvedores independentes podem fazer o *upload* de suas criações e receber *feedback* de outros usuários. O fato de a empresa ter disponibilizado para venda dois protótipos (DK1 e DK2) de sua versão final, o Oculus Rift, é significativo à medida que pode ser interpretado como uma percepção de que podem haver, fora do círculo industrial, pessoas realmente capazes de contribuir com o aperfeiçoamento do produto. A disponibilidade gratuita de softwares de criação de imagens tridimensionais, como o Unity e o Real Engine<sup>11</sup>, e de tutoriais, vídeos que têm por objetivo ensinar o manuseio de linguagens computacionais, pode ser um fator importante para que mais usuários da tecnologia se tornem desenvolvedores.

### A imagem-outro

O segundo diagnóstico se trata da relação olhar-imagem. Uma característica em comum dos softwares que fabricam a imagem tridimensional para o Oculus Rift é o fato de serem os mesmos utilizados para a criação de *games*. Isso porque, além de criarem ambientes esféricos, esses programas possibilitam a computação de *inputs* do usuário que fazem a interação entre seus movimentos corporais e a narrativa. A

---

<sup>11</sup> Os dois *softwares* estipulam que a licença é gratuita para fins não comerciais.

imagem virtual passa a estar sujeita a leis de ação e reação dos códigos fornecidos pelo desenvolvedor. Caso isso não fosse possível, os headsets de realidade virtual ficariam restritos à estereoscopia em 360 graus.

Portanto, pode-se lançar a hipótese que o tipo de imagem criada por tais softwares e dispostas pelos *headsets* de realidade virtual ganharia o status de Outro, um objeto que escapa de ser somente observado para ocupar a posição de ressignificante, conforme destaca a teoria existencialista do filósofo francês Jean-Paul Sartre (1905-1980). Na concepção sartriana, a liberdade do Outro funciona como uma ameaça. O Outro detém um julgamento sobre mim, algo ao qual não terei acesso se não for eu mesmo o manipulador dessa percepção. Sendo assim, quando capturo a atenção do Outro sobre mim, imediatamente sinto escapar-me o controle de definir quem sou no mundo. Minhas potencialidades não se configuram para ele do modo como se configuram para mim, viro um objeto da consciência alheia (cf. PERDIGÃO, 1995).

A ambiguidade do papel das imagens em realidade virtual, objeto-olhar, foi metaforizada no cinema por Samuel Beckett (1906-1989). Em *Film* (1965), sua única obra cinematográfica, o poeta e dramaturgo irlandês problematizou a percepção dividida em duas: uma proveniente do olhar do personagem, encenado por Buster Keaton, outra “encarnada” na câmera, um olhar não humano do qual o personagem está fugindo. Mas, como Beckett se inspirou na frase do filósofo George Berkeley (1685-1753): *esse est percipi* (ser é ser percebido), a própria existência de Keaton conspira contra sua tentativa de se tornar invisível. No artigo *Beckett-Berkeley: percepção e cinema segundo Deleuze*, Jorge Vasconcellos chama tal percepção artificial de “consciência-câmera”. Investigando essa hipótese, o autor conclui que a imagem-percepção, explorada em *Film*, “é o ponto nevrálgico das imagens-movimento<sup>12</sup>” (VASCONCELLOS, 2008, p. 196), uma pista do que seria o mundo sem o homem.

---

<sup>12</sup> Expressão referente à classificação de Gilles Deleuze das imagens cinematográficas. Para o autor, a imagem-movimento “é um conjunto acentrado de elementos variáveis que agem e reagem uns sobre os outros” (DELEUZE, 1985, p. 265).



À luz do existencialismo, também pode-se supor que a percepção, como foi colocada por Beckett, se comportaria como as duas entidades imaginadas por Sartre, que para entender como o Ser foi capaz de pensar em si mesmo criou o “Em-si e o “Para-si”. O primeiro é definido como “o que é, pelo que é”. O Em-si é repouso absoluto e não tem consciência de si ou de seu exterior. “A consciência, ao contrário, é essa propriedade do Ser de pensar sobre as coisas, exprimir juízos sobre elas, interrogar a respeito delas e de si mesmo, colocando em questão o seu próprio ser” (PERDIGÃO, 1995, p. 38).

Assim, a consciência surge a partir de uma fissura imaginária do Em-si, colocando-se a distância dele para poder analisá-lo. Então, ao mesmo tempo em que faz parte do Ser (a consciência precisa da matéria para expressar-se), não se encontra nele. Sartre chama essa relação de “Em-si-Para-si”, com o Para-si designando o “olhar” voltado para o ente, ou seja, a própria consciência. Essa fissura só se torna possível a partir da negação do Ser: o “Nada”. Essa é a distância imaginária entre o Ser e a sua consciência. O Nada existe enquanto negatividade, e não como materialidade, ao contrário do Em-si (cf. PERDIGÃO, 1995).

O Nada, em *Film*, parece ser a quebra do ângulo de imunidade, primeiramente ultrapassado quando três personagens (um casal e uma senhora), após se cruzarem com Buster Keaton, sentem-se horrorizados com a presença da câmera. É o encontro direto com a revelação de estar sendo percebido. “O casal e a mulher olham horrorizados quando se encontram com E<sup>13</sup> porque eles tomam consciência tanto do olhar do outro quanto de si mesmos. E é, ao mesmo tempo, a câmera e o eu (*self*). Todas as vezes que E ultrapassa o ângulo de imunidade, o ponto de vista de O é revelado” (BORGES, 2003, p. 4).

---

<sup>13</sup> “E” se refere ao olhar do qual o personagem “O” (interpretado por Buster Keaton) está fugindo.



**Figura 3.** Cena de *Film*

### **A máquina de ser outro**

Se o Outro é um lembrete da impotência do Eu em se declarar soberano, por outro lado, é possível que se estabeleça um vínculo afetivo com as imagens pós-virtuais de maneira similar àquela desenvolvida por relações interpessoais, ou seja, há espaço para a angústia, mas para a empatia também. Já dizia Sartre, o Outro é uma condição de base para que o Eu se conheça de uma maneira que, sem ser objeto de um olhar, jamais imaginaria.

No entanto, antes dos *headsets* de realidade virtual, a relação Eu-Outro era um conceito filosófico impossível de ser demonstrado, ainda que logicamente aceitável. Como seria, então, literalmente ver o que o Outro vê? A experiência de Beckett forneceu uma pista que, no entanto, flutua entre a câmera objetiva e a subjetiva. Ou seja, com o fazer técnico do cinema tal como o conhecemos, o olhar do Outro será sempre um olhar da câmera, guiada por um operador exterior aos dois entes (o Eu e o Outro).

Sendo assim, percebendo a capacidade dos dispositivos de RV em fazer a percepção do Outro ser transportada para o Eu, o projeto *open source* “The Machine to Be Another”, desenvolvido pelo grupo de pesquisadores BeAnotherLab em parceria com o Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), busca responder às

questões, colocadas na página do projeto na internet<sup>14</sup>: *“How would the world be like if one could see through the eyes of another? Would it help us to understand each other? Would it help us to understand ourselves?”*

Quando o experimento envolve a troca de corpos, a instalação usada no projeto consiste em dois *headsets* Oculus Rift (DK1), duas webcams, um computador e um espelho (figura 4). Ou seja, as imagens capturadas pela webcam acoplada no *headset* do “usuário 1” são transmitidas, em tempo real e via computador, para a tela do DK1 do “usuário 2” e vice-versa. Já no caso de o usuário se ver no corpo do *performer*, apenas no primeiro é colocado o *headset*, sem a webcam. Esta está conectada ao artista que imita o movimento do usuário para quem são fornecidas as imagens (figura 5). O artista é alguém interessado em compartilhar uma história sobre sua existência, mas em seu lugar pode estar qualquer pessoa.

Os desenvolvedores do projeto fazem entrevistas informais e debates a fim de criar performances que abordam questões como o preconceito e outros tipos de conflitos ideológicos. Os experimentos são seguidos por discussões sobre a percepção de cada um depois de experimentar o mundo através dos olhos do outro. Apesar de o principal interesse do grupo ser a promoção de empatia entre pessoas de diferentes contextos sociais e culturais, eles dizem estar abertos a novos pontos de vista e interesses que podem ser oferecidos por colaboradores.

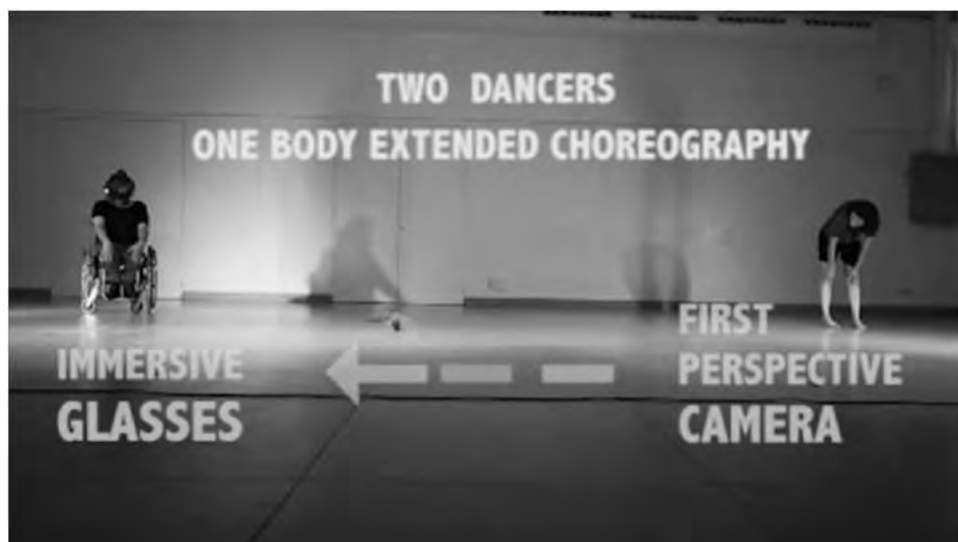
---

<sup>14</sup> Descrições dos experimentos, vídeos e imagens disponíveis em: <<http://www.themachine.tobeanother.org>>. Acesso em 2 ago. 2015.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.



**Figura 4.** Instalação “Gender Swap”, em que artista e usuário experimentam estar no corpo do sexo oposto



**Figura 5.** Experimento com uma bailarina cadeirante (usuária) e *performer* (ponto de vista da bailarina)

Entre esses interesses está a investigação da neurociência para descobrir o grau de interferência da percepção na reação do cérebro aos estímulos do ambiente. Nesse sentido, a instalação já fez parte de programas de neuroreabilitação e participou de um estudo<sup>15</sup> sobre o papel da percepção na intensidade com a qual estímulos de dor são sentidos.

Até então, a temática da realidade virtual ainda se limitava à correspondência do corpo do usuário com um avatar digital, como nos videogames imersivos. A experiência do grupo envolvido na instalação *The Machine to Be Another* pode ser vista como um indício do papel do Outro na ressignificação do Eu, tal como foi colocado tanto pelo existencialismo de Sartre quanto pelas teorias do cinema (principalmente se consideramos o estado da arte da tecnologia imersiva sendo pensada na produção de filmes). Sendo assim, é válida a passagem sobre a característica do cinema moderno, exemplificada em *Film*, de Samuel Beckett: “quem fala não sou eu, nem é o outro, falo pelo outro em meio ao meu discurso, isto é: ‘Eu é um outro’” (VASCONCELLOS, 2008, p. 195).

## Conclusões

Os dispositivos em realidade virtual têm como função primordial colocar o espectador em contato direto com a construção do mundo da imagem, à medida que essa é, em grande parte, dependente do *input* do usuário (movimentos da cabeça e teclagem). A ideia de uma conversa gestual com as imagens vai além do discurso enfático do “inédito” e do “espetacular” das feiras de atrações tecnológicas e levam em conta a dimensão subjetiva do dispositivo, a qual expõe a quebra de nossas continuidades (ou sintomas), como público de arte e/ou críticos do aparelho. Um

---

<sup>15</sup> Juntamente com o professor dinamarquês Ian Coxon, o grupo de pesquisadores do BeAnotherLab realizou um teste de tolerância à dor, verificando que, uma vez transportado para o corpo do *performer*, por meio da instalação, a percepção da dor no corpo do usuário foi praticamente inexistente. Um vídeo a respeito desse experimento encontra-se disponível em: <<https://vimeo.com/114015731>>. Acesso: 8 ago. 2015.



desses sintomas é a soberania enquanto consciência, aquele que analisa sem ser analisado (uma herança do dispositivo “prisão”, de Foucault?).

Os argumentos articulados neste artigo corroboram a hipótese de que experimentos como *Film*, realizado por Samuel Beckett, e a instalação contemporânea *The Machine to BeAnother* criam imagens que podem ser pensadas à luz do papel ocupado pelo Outro, seja por meio da introdução de uma consciência-câmera no cinema ou pela criação de um regime do olhar mediado pelo corpo de outro ser humano. Ambos resultam do potencial das máquinas de imagem em rearticular a poética do realismo, fazendo dela mesma a realidade.

## Referências

- BORGES, Gabriela. O olhar voraz da câmera-personagem no filme de Samuel Beckett. *Revista Olhar*. São Carlos, n. 2, 1-9, 2003.
- DELEUZE, Gilles. *Cinema 1: a imagem-movimento*. Tradução Stella Senra. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- DELEUZE, Gilles. et al. *Michel Foucault, filósofo*. Tradução Wanderson Flor do Nascimento. Barcelona: Gedisa, 1990.
- DUBOIS, Philippe. *Cinema, Vídeo, Godard*. Tradução Mateus Araújo Silva. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- FELINTO, Erick. *A religião das máquinas: ensaios sobre o imaginário da cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- Film*. Alan Schneider. França: 1965. 22 minutos.
- FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. São Paulo: Hucitec, 1985.
- FOUCAULT, Michel. [1977]. Le jeu de Michel Foucault. *Dits et écrits*. Paris, v.3, 298-329, 1994.
- PERDIGÃO, Paulo. *Existência e Liberdade: uma introdução à filosofia de Sartre*. Porto Alegre: L&PM Editores, 1995.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

SUTHERLAND, Ivan. A head-mounted three-dimensional display. *Seminal graphics*. New York, 295-302, 1998.

VASCONCELLOS, Jorge. Beckett-Berkeley: percepção e cinema segundo Deleuze. *Revista Lugar Comum: estudos de mídia, cultura e democracia*. Rio de Janeiro, n. 23-24, 191-197, 2008.

## **Project Unbreakable:<sup>1</sup>**

O segredo tóxico e a cura por meio da visibilidade

Bruna Rodrigues<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo analisar testemunhos autobiográficos de vítimas de estupro, que vão a público narrar suas experiências traumáticas. Tendo como objeto de estudo o projeto fotográfico *Unbreakable*, que reúne imagens de vítimas de violência sexual, discutimos como a exposição do trauma nas redes sociais é apresentado como algo que possui dimensão terapêutica e curativa, inaugurando uma nova forma de dar sentido ao sofrimento.

**Palavras-chave:** *Project Unbreakable*; Narrativa; Testemunho; Estupro; Feminismo.

### **Introdução**

“Me dê um beijo de boa noite”; “Isso fica entre nós”; “Pare de fingir que você é um ser humano”; “Você é bonita demais pra ser lésbica”; “Ninguém vai acreditar em você. Sou seu marido – é a sua palavra contra a minha”. As frases que iniciam este artigo fazem parte do *Unbreakable Project*, desenvolvido pela fotógrafa norte-americana Grace Brown, no ano de 2011, e que reúne fotografias de pessoas vítimas de violência sexual, segurando cartazes com as falas de seus estupradores. Inicialmente, o projeto reunia imagens de mulheres e homens que haviam sido vítimas de estupro. Em seguida, o projeto passou a agregar também imagens de pessoas que sofreram abuso sexual na infância ou que passaram por situações de violência doméstica<sup>3</sup>. O foco deste trabalho, porém, não é o projeto em si, mas a auto-proclamada dimensão curativa dos testemunhos, que fica clara já em seu título: “*Project Unbreakable – The art of healing*”. Investigamos mais pontualmente os depoimentos que estão reunidos no site do projeto (<http://project-unbreakable.org/>), já

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRJ.

<sup>3</sup> Informações obtidas em: <http://project-unbreakable.org/about/>. Acesso em 18 jun. 2015.

que eles nos parecem bastante elucidativos a respeito da proposta de cura emocional divulgada.

Se em situações de violência sexual a cultura de culpabilização do sujeito agredido ainda é muito presente, a exposição do fato e a revelação do indivíduo enquanto vítima parecem ser compreendidas como elementos que colaboram com a cura. O que está em jogo aqui não é apenas a dimensão catártica que existe em narrar um evento traumático. Há algo diferente daquilo que é proposto, por exemplo, pela catarse da prática psicanalítica tradicional, em que o indivíduo relata no consultório possíveis vivências dolorosas. O que discutimos neste artigo é, antes, o movimento catártico e curativo que se dá na performatividade de retratos difundidos nas redes sociais. Dito de outro modo, questionamos como a ida ao espaço público é apresentada como um elemento que pode operar transformações no sujeito no sentido da superação de um trauma.

Nossa hipótese é de que existem condições sociais que possibilitam que tais relatos públicos de vivências traumáticas façam sentido, o que pode ser exemplificado pela grande quantidade de movimentos com propostas estéticas similares às do projeto *Unbreakable*, como veremos ao longo deste trabalho. Discutimos também a compreensão dos depoimentos como breves autobiografias calcadas no testemunho, tipo de narrativa que vem ocupando com mais frequência o espaço público, por meio da literatura e dos meios de comunicação (RADSTONE, 2006). Contemporaneamente, esses testemunhos, em especial os de vítimas, passam por um movimento de ascensão e se apoiam, de maneira geral, na legitimidade da experiência, estando inseridos em um contexto cultural de valorização da figura da vítima (DAVIS, 2005), como veremos.

É também no espaço das redes sociais que se dá a elaboração identitária, a constituição de um *self* empoderado, o que parece mudar a compreensão das vítimas a respeito de si próprias, fazendo com que elas passem a se definir como vitoriosas ou “inquebráveis”. Incluímos nesta análise o conceito de vergonha reflexiva, que nos parece útil para compreender a forma como os testemunhos de sofrimento ocupam o espaço público. Segundo Vaz (2014, p. 42), “(...) a vergonha reflexiva significa

coragem de vir a público revelar seu segredo, elevando sua autoestima pela valentia demonstrada e por ajudar a todos aqueles que ainda sofrem em silêncio por dependerem afetivamente de preconceituosos”.

Nesse sentido, percebemos que a identidade se constrói a partir do acionamento e da reapropriação de uma memória traumática. Um dos trechos dos depoimentos é exemplar nesse sentido: “Antes da minha participação, eu me sentia como um monstro escondido debaixo da cama. Hoje, com o segredo da minha história de abuso lá fora para que o mundo todo veja, me sinto forte e empoderada. Isso significa muito pra mim” (Jemesii).

### **A valorização do lugar social da vítima**

A estética do projeto norte-americano Unbreakable - a fotografia de uma pessoa que segura o cartaz - foi reapropriada por diversos grupos, entre eles o movimento “Não mereço ser estuprada”, criado pela jornalista brasileira Nana Queiroz, em abril de 2014. A iniciativa surgiu após a divulgação de uma pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), que afirmava que 65% dos brasileiros (de ambos os sexos) concordavam, total ou parcialmente, que “mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas”. Dias depois, o IPEA divulgou nota em que alterava o resultado da pesquisa. O número correto (porém não menos alarmante) era de 26% da população e não 65%. Nesse intervalo de tempo, contudo, a iniciativa obteve grande repercussão nas mídias sociais e recebeu milhares de imagens de mulheres com placas e os dizeres “Não mereço ser estuprada”<sup>4</sup>.

Algo similar em termos conceituais e estéticos também foi feito pela campanha “I, too, am Harvard”, projeto de alunos negros da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos. Nas fotografias que compõem a campanha, os estudantes seguravam placas com falas racistas já escutadas por eles no campus da

---

<sup>4</sup> Informações obtidas em: <https://www.facebook.com/diganaoamachismo?fref=ts>. Acesso em 19 jun. 2015.



universidade, tais como “Você tem sorte de ser negra... tão fácil entrar na faculdade”<sup>5</sup>. Outra série fotográfica com o mesmo mote foi realizada em 2015, na Universidade de Brasília (UnB), reunindo imagens com a hashtag #AhBrancoDaUmTempo<sup>6</sup>.

Esse mimetismo entre as ações nos leva a refletir acerca do lugar social contemporâneo da vítima, que parece estar em permanente disputa entre diferentes grupos. A valorização desse lugar social opera, obviamente, efeitos positivos, entre eles a redução do estigma, o reconhecimento do sofrimento e a diminuição da culpabilização da própria vítima. Não podemos deixar de lado, entretanto, uma discussão a respeito do que o sociólogo Joseph Davis (2005) chamou de “cultura da vítima” para se referir a um contexto cultural que oferece vantagens simbólicas a vítimas de diversas experiências, mas concomitantemente cria novas técnicas de lidar com o sofrimento e com a cura, entre elas práticas terapêuticas (grupos de apoio e literatura de autoajuda, por exemplo) e a própria medicalização dos tratamentos por meio de psicotrópicos.

O posicionamento de Davis é compartilhado pelo historiador Peter Novick (2000), que investigou a maneira como a comunidade judaica foi alçada à condição de vítima primordial do Holocausto e obteve maior visibilidade do que grupos também vitimados pela política de extermínio nazista, como ciganos, homossexuais e oponentes políticos do regime. Por meio de uma análise histórica, Novick identifica uma grande transformação na compreensão a respeito da vítima no contexto norte-americano e no tratamento que é conferido a suas narrativas. “Houve uma mudança na atitude em relação à condição de vítima, de um status de ser universalmente evitado e desprezado, para um de ser frequentemente acolhido. [...] Alega-se que dar voz à dor e à raiva é ‘fortalecedor’, assim como terapêutico” (NOVICK, 2000, p. 8).

Obviamente, discutir a questão do abuso sexual à luz da “cultura da vítima” é um tema controverso e Joseph Davis alerta para os mal-entendidos que podem surgir daí. A respeito da construção social de categorias como “abuso sexual infantil” ou a noção de “adulto sobrevivente”, ele diz:

<sup>5</sup> Informações obtidas em: <http://itooamharvard.tumblr.com/>. Acesso em 19 jun. 2015.

<sup>6</sup> Informações obtidas em: <http://ahbrancodaumtempo.tumblr.com/>. Acesso em 19 jun. 2015.

É difícil imaginá-las como conceitos novos, e tomá-la como algo construído parece errado. Discutir mudanças em conceitos e categorias pode ser facilmente lido de maneira equivocada, como se duvidássemos ou diminuíssemos a realidade de adultos tendo relações sexuais com crianças, questionando o sofrimento pessoal das vítimas, ou introduzindo um relativismo moral diante da prática (DAVIS, 2005, p. 7).

Note-se que o que está em debate neste trabalho não é a veracidade dos testemunhos, tampouco questionamos a validade das exposições enquanto instrumentos de luta política. O que investigamos é a associação entre exposição do sofrimento e cura, e o modo como estar no espaço público opera mudanças na constituição de subjetividades contemporâneas que “tendem a se projetar na visibilidade e na performance” (SIBILIA, 2011, p. 649).

Conceber e reconhecer determinada prática como um problema social deriva em grande parte da atuação de grupos organizados e interessados. A noção de violência sexual enquanto algo socialmente construído e a grande relevância dada ao tema podem ser relacionadas à atuação do movimento feminista, sobretudo a partir das décadas de 1960 e 1970. O New York Radical Feminists’ (NYRF), primeiro encontro feminista que tratou especificamente da questão do estupro, aconteceu em 1971. Na conferência, discutiu-se a importância dos relatos públicos a respeito dos abusos sexuais e foram problematizados trabalhos já realizados sobre o tema, mas que ainda continham elementos morais que culpavam a vítima no lugar de seu agressor. É dentro desse contexto social, de intensas disputas no campo das políticas de identidade, que é criado um terreno fértil para o aumento no número de testemunhos e relatos públicos, como afirma Davis (2005, p. 28):

Antes da década de 1970, a compreensão sobre crimes sexuais e suas vítimas não incitava ou justificava relatos públicos (isto é, contados a desconhecidos). Também não se fornecia uma estrutura narrativa por meio da qual as vítimas podiam formular relatos públicos sobre molestação sexual ou incesto que elas e sua audiência acreditassem ser inteligíveis, críveis e relevantes. Não havia histórias públicas de vítimas, em suma, pois não havia uma história coletiva de vitimização.

Além da mudança na compreensão a respeito da relevância social da vítima, o entendimento coletivo sobre a prática do estupro passou por intensa transformação

nas últimas décadas. É isso que discutimos adiante, através de uma perspectiva cultural e histórica.

### **Estupro: silenciamento e culpa**

No livro “História do estupro: violência sexual nos séculos XVI a XX”, o historiador francês Georges Vigarello analisa as transformações nas concepções a respeito da violência sexual, discutindo os múltiplos significados sociais de práticas como o estupro. Na obra, Vigarello (1998) afirma que a violência sexual é a violência de nosso tempo. Esse ponto de vista é compartilhado por Davis (2005, p. 3), que afirma: “Na esfera pessoal parece justo dizer que o abuso sexual se tornou nosso caso paradigmático de vitimização (a nível coletivo, o genocídio é provavelmente o paradigma)”.

Mas o que isso significa? Obviamente, não quer dizer que essa prática não existia ou que ela seria uma mazela tipicamente contemporânea. O que os pesquisadores sugerem, em suas falas, é que a violência sexual é hoje um problema social que possui grande repercussão e mobiliza a opinião pública. Porém, diferentemente do que acontece hoje, até determinado momento histórico, os desvios no âmbito da sexualidade eram, sobretudo, morais. No caso do estupro, havia sim a dimensão do atentado à moralidade, mas não a concepção de que aquela violência se dava contra o sujeito em sua individualidade.

A violência contra mulheres era socialmente tolerada, sobretudo quando não havia sinais físicos de agressão, o que favorecia o entendimento de que a vítima não tinha tentado resistir. Veremos ao longo deste trabalho que ainda hoje tal suspeita se manifesta de formas diversas. Na verdade, há uma desconfiança em relação ao sofrimento de uma maneira geral. Para que ele gere efeitos como o sentimento de compaixão, devem existir alguns elementos e requisitos, sobretudo morais, entre eles a própria “credibilidade” daquele que sofre (BOLTANSKI *apud* ILLOUZ, 2003, p. 123).

Outros elementos da moralidade então vigente nos séculos XVI e XVII operavam para a definição do nível de condenação do ato: se a vítima era virgem ou não, a que classe social ela pertencia, em que situação a agressão havia se dado etc. Porém, dentro desse contexto, era a mulher que sofria a violência que ficava estigmatizada de forma permanente, como diz Vigarello (1998, p. 36): “É primeiramente um gesto de lascívia. Isso focaliza o olhar sobre a luxúria e o pecado, agravando sub-repticiamente o comprometimento da vítima, um estado de indignidade que a sentença penal não consegue apagar”.

A noção de violência sexual surge somente após o Iluminismo. Desperta então uma nova sensibilidade social relativa ao estupro. A partir desse momento de mudanças sociais e políticas, e devido a uma multiplicidade de fatores (entre eles o aperfeiçoamento dos exames médicos), as denúncias aumentam significativamente, transitando de uma “passagem histórica de um silêncio relativo para uma visibilidade ruidosa” (VIGARELLO, 1998, p. 7).

Apesar disso, aspectos da moralidade dominante ainda impediam o reconhecimento da violência. No Brasil do século XIX, a violência doméstica, por exemplo, era facilmente justificada e legitimada, como aponta a historiadora Michelle Perrot (2008, p. 77): “Bater na mulher e nos filhos era considerado um meio normal, para o chefe de família, de ser o dono da sua casa – desde que fizesse com moderação. Tal comportamento era tolerado pela vizinhança, principalmente nos casos em que as esposas tinham reputação de serem donas-de-casa ‘relaxadas’”.

A discussão sobre a violência sexual no âmbito político começa a partir da forte atuação dos movimentos feminista e homossexual, nas décadas de 1960 e 1970. Nesse mesmo período surge a ideia de consentimento que, apesar de poder ser problematizada (Quem pode consentir? Em que momento e condições?), se torna central para a legitimação de determinadas práticas sexuais. Dentro das transformações no campo da sexualidade, algumas práticas antes consideradas doentias, como a homossexualidade, o sadismo e o masoquismo, obtiveram legitimidade. Isso, porém, não se estendeu a todas as práticas sexuais, como explica Vaz (2014): “(...) se um ato sexual for consentido e os parceiros forem socialmente

considerados capazes de consentir, não importará mais a forma que toma. Inversamente, dois atos passam a ser vistos de modo muito negativo: a pedofilia e o estupro”.

No contexto brasileiro é no mesmo período que o corpo feminino se torna “o centro das lutas públicas” das mulheres, manifestando-se pelo aumento de denúncias de casos de violência (física e sexual) e pela demanda de descriminalização da prática do aborto (PERROT, 2008). É também nesse momento que surge a noção do trauma causado pela experiência de violência e a própria gravidade do ato será medida em relação ao dano psicológico que foi causado.

A referência ao trauma interior, alusão psicológica mencionada por alguns eruditos no começo do século, por muito tempo ausente das declarações feitas pelas vítimas e pelos defensores ou peritos, se torna umas das referências maiores para qualificar a gravidade do crime. Não mais o peso moral ou social do drama, não mais a injúria ou o aviltamento, mas a desestabilização de uma consciência, um sofrimento psicológico cuja intensidade é medida por sua duração, ou até por sua irreversibilidade (VIGARELLO, 1998, p. 213).

### **A cura por meio da visibilidade do testemunho**

O *Project Unbreakable* possui perfil em diversas redes sociais, entre elas Facebook, Twitter e Tumblr. Desde seu lançamento, o projeto contou com ampla adesão e foi noticiado por vários veículos jornalísticos. Atualmente, ele reúne cerca de 4 mil fotografias, entre imagens realizadas pela fotógrafa norte-americana Grace Brown e registros enviados pelas próprias vítimas, vindos do mundo todo.

Algumas imagens escondem o rosto da vítima ou trabalham com performatividade como a escrita das frases no próprio corpo, mas a grande maioria delas segue o mesmo padrão: uma pessoa de pé segura a placa com os dizeres na altura do tórax, deixando seu rosto exposto. Apesar de continuar sendo atualizado, a fotógrafa idealizadora do *Project Unbreakable* já anunciou que irá pausar as atividades do projeto, que já existe há quatro anos<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Disponível em <http://projectunbreakable.tumblr.com/post/122289211207/an-announcement>. Acesso em 24 jun. 2015.





Imagem 1: Mulheres vítimas de violência sexual fotografadas por Grace Brown.

Optamos por focar esta investigação nos 25 relatos testemunhais disponíveis na página oficial do projeto na rede (<http://project-unbreakable.org/>) para que a discussão ficasse condizente com as limitações espaciais deste trabalho. Nos depoimentos reunidos na aba *Testimonials*, as vítimas narram suas impressões a respeito do projeto e as modificações operadas nelas após a participação no mesmo.

Percebemos que há certa similaridade nos testemunhos, em seus modos de narrar. Quais elementos surgem com mais frequência? As ideias de diminuição da culpa e do sentimento de solidão são recorrentes. Uma das mulheres diz: “Antes de descobrir o projeto *Unbreakable* eu vivia todos os dias em meio ao silêncio e à solidão” (Kacee). Outro elemento bastante presente nas narrativas é o aspecto terapêutico e transformador da participação no projeto, como surge em uma das falas: “Ser fotografada pela Grace foi um enorme passo pra mim na minha recuperação. Isso me ajudou a continuar me curando e a reafirmar que o abuso NÃO me define” (Eileen).

A recorrência de alguns elementos na fala acontece porque as narrativas de experiências de vida, que reconfiguram o passado e dão sentido ao presente, estão ligadas aos próprios modos possíveis de existência que são oferecidos por nossa cultura, como diz Sibilia (2008, p. 16): “Assim como toda subjetividade é

necessariamente *embodied*, encarnada em um corpo, ela também é sempre *embedded*, embebida em uma cultura intersubjetiva”.

Nos casos em que o estupro se dá no interior de uma relação afetiva, por exemplo, a leitura de vivências alheias faz com que o indivíduo se identifique enquanto uma vítima. A incerteza por parte da vítima a respeito do que aconteceu com ela faz com que ela tenha dificuldade em dar sentido ao ocorrido, já que muitas vezes não há violência física e sim psicológica. Um dos depoimentos é representativo:

Encontrei o site logo após ter sido estuprada por um namorado. Ver tantas pessoas segurando placas com as mesmas palavras que ele disse pra mim me fez perceber que aquilo foi um estupro real. Me ajudou a ter forças para prestar queixa e eu também escrevi as palavras que meu agressor me disse. Obrigada! (Cassie)

A leitura de outros depoimentos, assim, ajudaria a reelaborar e significar uma experiência anterior dentro dos parâmetros da narrativa lida. “O testemunho exposto no espaço público, por conter essa nova forma de compreender o estupro e um nexo preciso entre evento passado e sofrimento presente, pode ser usado por outras pessoas para pensar suas vidas (...)” (VAZ; SANTOS; ANDRADE, 2014, p. 16).

Essa espécie de pedagogia das emoções, porém, não é algo determinado, como diz Davis (2005, p. 16): “O modo como compreendemos a nós mesmos e narramos nossas experiências é um processo interacional e habilidoso, moldado não apenas pelas narrativas-modelo disponíveis, mas também por nossas experiências, contexto social e objetivos pessoais”.

A maioria dos testemunhos enfatiza a dimensão de empoderamento dada pela exposição da imagem e do “segredo”. O simples fato de tornar público algo tão doloroso e íntimo já faria com que as mulheres (e também alguns homens) mudassem sua compreensão a respeito de si mesmos e passassem da condição de vítimas a de indivíduos corajosos. Dar sentido ao trauma, ao sofrimento psíquico implica também a construção identitária do sujeito. As mulheres e homens que participam do projeto se apresentam como vítimas que sofreram algo terrível mas, concomitantemente, como indivíduos vitoriosos por terem superado o trauma. Um trecho de um dos

testemunhos é esclarecedor: “O projeto *Unbreakable* me ajudou a aceitar o que aconteceu e a aceitar que sou uma sobrevivente” (Ray Kayle).

Após ter analisado narrativas de sofrimento e superação em *talk shows* norte-americanos, Illouz (2003) concluiu que esse tipo de produto midiático é bem-sucedido por apresentar não apenas histórias de sofrendores, mas, sobretudo, relatos de transformação pessoal. Outro testemunho exemplifica a dimensão identitária do projeto: “Eu sigo o projeto *Unbreakable* no Tumblr. Me inspira a força dessas mulheres, de várias partes do país, de se levantarem e serem fotografadas assim. É empoderador. O projeto *Unbreakable* está transformando vítimas em sobreviventes” (Megan).

Quando mulheres e homens que sofreram abuso ou violência sexual vão a público narrar suas experiências traumáticas, eles buscam deixar de lado a culpa, que parece ser agravada pelo silêncio. Vir a público estimula inclusive que a vítima conte o que aconteceu a seus amigos e familiares, como diz uma das mulheres: “E depois de mais de 10 anos de silêncio sobre o abuso, eu usei minhas fotos do *Unbreakable* para dizer à minha família sem vergonha ou medo, o que mais que tudo, verdadeiramente me deu liberdade para seguir em frente” (Emily).

O distanciamento desse sentimento de culpa por meio da exposição do sofrimento está em sintonia com o modo contemporâneo de produção subjetiva. Segundo Vaz (2014), os indivíduos contemporâneos temem ser associados à figura do preconceituoso e aqueles que passaram por situações traumáticas sabem hoje que não devem se envergonhar ou sentir culpa.

O que surge aqui é o fenômeno da vergonha reflexiva: o indivíduo tem vergonha de um dia ter sentido vergonha. Os testemunhos discutidos aqui demonstram que as mulheres se envergonham por um dia terem se sentido responsáveis pelo episódio e por terem mantido em segredo a experiência de violência, como afirma Vaz (2014, p. 41):

A vergonha reflexiva implica, sim, um observador no presente questionando e se distanciando do observador que foi no passado, ou ainda, o indivíduo experimenta atualmente vergonha por ter um dia sentido vergonha de quem era e do que fazia. O questionamento do observador que

se envergonhava promove e supõe um orgulho atual de ser o que se é e uma atitude de desafio e sedução em relação a todos aqueles que podem julgar seu desejo e comportamento.

Livrar-se da toxicidade do segredo, entretanto, não quer dizer que deixem de existir constrangimentos de ordem individual e coletiva. Quando falamos na dimensão terapêutica da visibilidade, certamente não queremos dizer com isso que a cura se dá única e exclusivamente no espaço público. O que parece acertado afirmar, porém, é que o “tornar visível” é um dos modos contemporâneos de dar sentido e reelaborar determinadas experiências, entre elas aquelas traumáticas e dolorosas. Isso é sugerido por um dos depoimentos: “Demorou um pouco para que eu tomasse coragem, mas eu finalmente participei de uma sessão de fotos para o site. Para mim, tirar a foto foi apenas metade da batalha. A outra metade foi compartilhá-la – arriscando, na realidade, mais vergonha com o objetivo de combater a vergonha” (Maria).

A vergonha reflexiva está diretamente ligada ao princípio da autenticidade, tão em voga no contemporâneo. Desde meados da década de 1960, momento de grandes transformações políticas e comportamentais no mundo ocidental, somos convocados a sermos nós mesmos, a agirmos conforme nosso próprio desejo. Essa onda de reivindicações por reconhecimento identitário sugere que não há porque termos vergonha daquilo que somos. O que devemos é, ao contrário, afirmar nossa própria identidade (VAZ, 2014).

Mas se o princípio da autenticidade identitária rege a sociedade como um todo, percebemos aí um paradoxo. Como ser diferente e autêntico se todos são estimulados a serem eles também diferentes e autênticos? A mesma questão é levantada por Sibilia (2008, p. 9): “Não é fácil compreender para onde aponta essa estranha conjuntura, que, mediante uma incitação permanente à criatividade pessoal, à excentricidade e à procura constante da diferença, não cessa de produzir cópias e mais cópias descartáveis do mesmo”.

No caso dos testemunhos de sofrimento no ambiente virtual o mimetismo das formas narrativas é claro. As pequenas narrativas brevemente discutidas demonstram como o testemunho, que ocupa o espaço público necessariamente, passa a ser

primordial para a produção das subjetividades contemporâneas, se disseminando tanto na literatura quanto na mídia em geral, como afirmou Radstone (2006). Cabe notar que a forma de expressão testemunhal não é mero reflexo do *self*, mas antes a própria forma de construção dele. “Pelos elementos que as compõem e pelos modos específicos com que são ordenadas e enunciadas, cada uma dessas narrativas autobiográficas produz diferentes modos de ser” (VAZ; SANTOS; ANDRADE, 2014, p. 2). Apesar de guardar semelhanças em relação a narrativas confessionais, o testemunho possui distinções importantes.

A confissão é endereçada a um interlocutor, seja ele padre ou analista, que ocupa um lugar de autoridade e tem o poder de exigí-la e de determinar se ela foi suficientemente verdadeira. Adicionalmente, quando se trata da confissão com função de salvação ou cura (e não como elemento de um processo judiciário), ela é secreta. O testemunho, por sua vez, supõe um duplo endereçamento. De um lado, é endereçado ao indivíduo qualquer. Ao invés de pressupor a diferença na capacidade de se conduzir na vida, o testemunho pressupõe a igualdade entre os interlocutores e posiciona o indivíduo qualquer como tolerante e compassivo. De outro lado, o testemunho se apresenta como desafio endereçado àquele que fez o indivíduo sofrer (VAZ et al., p. 3).

Dentro de uma cultura de valorização dos testemunhos, a autoridade da experiência é fortemente valorizada. Apesar de o testemunho pressupor igualdade entre os interlocutores, há certa hierarquia no sentido do direito à fala, de sua legitimidade enquanto narrativa. Só têm voz aqueles que viveram a experiência. Isso fica claro no trecho de despedida da fundadora do projeto, ao tratar de uma das críticas que recebeu: “Um pessoa disse que por eu não ser uma sobrevivente, não tenho o direito de manter esse projeto (...)”<sup>8</sup>. Outra distinção entre a prática terapêutica confessional e os testemunhos é que na primeira existe alguém (padre ou pastor) que possui o poder de perdoar e extinguir a culpa. Já no caso dos testemunhos, a libertação da culpa acontece entre iguais na visibilidade. O objeto daquilo que é relatado também é essencialmente distinto no caso de confissões e testemunhos, como afirma Radstone (2006, p. 169): “Na confissão é o *self* que é examinado e

<sup>8</sup> Disponível em: <http://projectunbreakable.tumblr.com/post/122289211207/an-announcement>. Acesso em 24 jun. 2015.



envolvido — o *self* é o tema e o objeto de confissão. O objeto do depoimento testemunhal, por outro lado, é sempre um evento ou o Outro, exterior à testemunha”.

A questão é não apenas narrar seu sofrimento, mas vencê-lo, superá-lo por meio da performatividade no espaço público. Como foi dito, essa nova forma de lidar com o sofrimento causado por um evento traumático é distinta de práticas terapêuticas modernas. Se a ida ao espaço público possui dimensão terapêutica, podemos concluir que o segredo por si só é algo tóxico. Livrar-se do segredo e falar sobre a experiência traumática traria dois benefícios: além de dar sentido ao trauma, como vimos, ele ofereceria a possibilidade de ajudar outras pessoas que tenham vivenciado a mesma experiência em um espaço de solidariedade (ILLOUZ, 2003).

Sobre a ajuda a outras pessoas que viveram experiências similares, ela é usada tanto como argumento para a exposição individual (vou a público para ajudar os outros) quanto como narrativa da pessoa que foi ajudada. Em um dos testemunhos, lemos: “A bravura dela me ajudou a ser corajosa também”. A veracidade dos relatos é tida como algo *a priori*. Afinal quem iria a público para contar algo tão doloroso se este nem sequer existiu? A medida da veracidade está justamente na dificuldade da revelação. Quanto mais difícil for falar, mais o testemunho ganha credibilidade e veracidade: “(...) um critério adicional de verdade é a dimensão de desafio implícito no próprio fato de ter tido a coragem de dar testemunho de sua vitimização” (VAZ; SANTOS; ANDRADE, 2014, p. 4). Também desponta aí uma das justificativas para as construções identitárias vencedoras e corajosas.

### **Considerações finais**

O movimento de rápida e intensa adesão ao *Project Unbreakable* é sinal do potencial viral das redes sociais que compõem a cena discursiva da iniciativa. Porém acreditamos que a notoriedade e a ampla participação de sujeitos no projeto também podem ser compreendidas como indícios de um novo modo de subjetividade contemporânea, que se constrói na visibilidade e na exposição da intimidade.

Buscamos neste artigo relacionar os dispositivos midiáticos com novas formas contemporâneas de subjetivação. Por isso, tratamos, além da questão da visibilidade, daquilo que Joseph Davis chamou de “cultura da vítima”. Nossa intenção é que esse trabalho seja lido não como uma tentativa de diminuir ou relativizar o sofrimento de homens e mulheres que vivenciaram experiências dolorosas, mas sim como um esforço de compreensão dessas novas práticas testemunhais que surgem no espaço público e são entendidas como terapêuticas, coisa que só é possível no nosso modo de ser e estar contemporâneos.

### **Referências bibliográficas**

DAVIS, Joseph. *Accounts of innocence: sexual abuse, trauma, and the self*. Chicago: University of Chicago Press, 2005.

ILLOUZ, Eva. *Oprah Winfrey and the glamour of misery: an essay on popular culture*. New York: Columbia University Press, 2003.

NOVICK, Peter. *The Holocaust in american life*. Boston: Mariner Books, 2000.

PERROT, Michelle. *Minha história das mulheres*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

SIBILIA, Paula. A técnica contra o acaso: os corpos inter-hiperativos da contemporaneidade. *Famecos* (Porto Alegre), v. 18, n. 3, p. 638-656, set./dez. 2011.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

RADSTONE, Susannah. Cultures of confession/cultures of testimony. In: GILL, Jo. *Modern confessional writing: New critical essays*. New York: Routledge, 2006. p. 166-179.

VAZ, Paulo. Na distância do preconceituoso: narrativas de bullying por celebridades e a subjetividade contemporânea. *Galáxia* (São Paulo), n. 28, p. 32-44, dez. 2014.

VAZ; Paulo; SANTOS, Amanda; ANDRADE, Pedro Henrique. Testemunho e subjetividade contemporânea: narrativas de vítimas de estupro e a construção social da inocência. *Lumina* (Juiz de Fora), v. 8, n. 2, dez. 2014.

VIGARELLO, Georges. *História do estupro: violência sexual nos séculos XVI-XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

## **#RIPChaves:<sup>1</sup>**

As homenagens a Roberto Gómez Bolaños nos sites de redes sociais

Carlos Coelho<sup>2</sup>

### **Resumo**

A reunião de fãs num local para lamentar a morte de uma celebridade é um ato bastante comum logo após a divulgação das primeiras notícias sobre o seu falecimento. No entanto, o advento dos sites de redes sociais possibilitou o contato com outros admiradores de diferentes localidades para criar homenagens e compartilhar lembranças do ídolo morto. O falecimento de Roberto Gómez Bolaños, criador de personagens como Chaves e Chapolin, no dia 28 de novembro de 2014, causou uma grande comoção na web. Focalizando as manifestações *post mortem* dos fãs desse ator e escritor mexicano, este artigo busca analisar o modo como são prestadas as homenagens aos mortos e os sentidos socioculturais sobre a morte na cultura contemporânea caracterizada pela presença de diversos aparatos midiáticos.

**Palavras-chave:** Chaves; sites de redes sociais; fãs; homenagens; morte

### **A ritualização midiática da morte**

A partir do século XX a morte passou a ser ocultada em algumas áreas mais industrializadas do Ocidente e com o passar dos anos acabou se tornando um tema tabu. Ou seja, a finitude humana foi perdendo, gradativamente, no imaginário social seu antigo poder de evocação, pois houve a interdição da morte como experiência pública e ela foi transferida da casa para o hospital, que tecnificou e criou um saber científico sobre o ato de adoecer e morrer.

A morte também passou a ser retirada das cidades ou, pelo menos, dissimulada. Assim, por exemplo, a cor do tradicional carro mortuário, que era preto, tornou-se um carro cinza como tantos outros que podia circular banalmente pela cidade. Desse modo, a morte de um indivíduo não fazia a sociedade parar, e o tempo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 – Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduado em Estudos de Mídia pela Universidade Federal Fluminense e mestrando em Comunicação pela mesma universidade, onde desenvolve pesquisa sobre a finitude humana na contemporaneidade midiática.

transcorria velozmente como se ninguém morresse mais. Os pesquisadores Elizabeth Rondelli e Micael Herschman (2000) observam que a maioria das mortes de pessoas anônimas continua acontecendo em hospitais e asilos longe dos olhares alheios.

Contudo, a sociedade contemporânea têm cada vez mais reconduzido a morte de alguns notórios eleitos ao “mundo dos vivos”, através de uma ritualização midiática. Essas mortes veiculadas pela mídia deflagram narrativas que emergem de forma híbrida, porque articulam informações sobre o falecimento a entrevistas concedidas ainda em vida pelo ilustre morto ou imagens armazenadas nos acervos dos canais de televisão, assim como a coleta dos testemunhos de amigos e parentes que, muitas vezes, possuem um tom emocionado ou trágico.

Além da cobertura da morte de determinados indivíduos continuar sendo feita pela televisão, pelos jornais e pelas revistas os sites de redes sociais estão sendo usados como espaços de homenagens aos mortos. Esses dispositivos midiáticos influenciam nos processos de ressignificação da morte que estão acontecendo atualmente, porque devido a certa “digitalização do corpo” que eles permitem, surge a possibilidade de homenagear e até “interagir” com um sujeito que não existe mais.

Em outras épocas, como por exemplo, no início da Idade Média, a finitude era celebrada num cerimonial público e quando se sentia que a morte estava se aproximando, todo um ritual era desenvolvido em torno do moribundo no qual participavam os familiares, amigos e vizinhos, sem excluir as crianças, enquanto o sacerdote conduzia o cerimonial de uma forma simples, algo que foi ocultado em algumas zonas mais industrializadas e urbanizadas durante o interdito da morte a partir do início do século XX.

Então, se a “morte domada”, aquela que o historiador Philippe Ariès (2012) localizou no início da Idade Média, era comemorada em um cerimonial público, parece que hoje está havendo certo “retorno” desse tipo de experiência da morte como um evento público compartilhado, que se realiza na internet e poderia ser definida como uma “morte na esfera digital”, onde aqueles que continuam vivos podem expressar e tornar pública sua saudade interagindo com os “amigos” ou seguidores nos sites de redes sociais.

O falecimento do ator e escritor mexicano Roberto Gómez Bolaños, criador de personagens como Chaves e Chapolin, teve uma grande repercussão midiática. O canal de televisão SBT interrompeu a exibição de um episódio do seriado “Chaves”, na tarde do dia 28 de novembro de 2014, para noticiar a morte do artista. À noite, a emissora compartilhou uma nota lamentando o falecimento e anunciou a exibição de um especial para homenageá-lo. “É com muito pesar que a direção do SBT confirma o falecimento do ator Roberto Bolaños, o Chaves, na tarde desta sexta-feira, 28 de novembro. O SBT lamenta a perda do grande artista que faz parte da programação há 30 anos. Deixamos nossos sentimentos aos familiares, amigos e admiradores de Roberto Bolaños”, dizia o comunicado divulgado pela emissora.

Enquanto isso, diversos fãs e celebridades utilizavam seus perfis nas redes sociais da internet para manifestarem a tristeza pela perda do artista. Maria Antonieta de las Nieves, intérprete da personagem Chiquinha do seriado “Chaves”, postou a seguinte mensagem em seu perfil no *Twitter*: “*Gracias por haber hecho feliz a tanta gente y por los maravillosos momentos que compartimos en el grupo. Descansa en paz Roberto*”. Edgar Vivar, outro membro do elenco do seriado e mais conhecido como Seu Barriga, também usou a rede social para prestar sua homenagem: “*Roberto, no te vas, permaneces en mi corazón y en todos los corazones de tantos a los que nos hiciste felices. Adios chavito hasta siempre*”.

Roberto Gómez Bolaños era usuário do *Twitter* e, apesar da sua condição debilitada, costumava postar diversas mensagens e conversar com seus fãs. “Todo meu amor, para o Brasil”, postou para os brasileiros em uma de suas últimas atualizações na rede social. A família de Bolaños utilizou o seu perfil para agradecer as manifestações de carinho que estavam recebendo dos fãs e também convidaram os seguidores para o velório público, que foi transmitido pela televisão e pela web no dia 30 de novembro de 2014: “*Los esperamos mañana en el Estadio Azteca a partir de las 12, para despedirlo. Los Gómez*”.

O ator faleceu em Cancún e teve seu corpo transportado para a Cidade do México onde a emissora Televisa organizou uma missa privada. Depois dessa celebração, o corpo de Bolaños deixou a sede da emissora em direção ao Estádio



Azteca para a homenagem pública. O caixão protegido por uma redoma de vidro foi levado em um carro aberto no cortejo que percorreu 14 quilômetros pelas ruas da capital mexicana, e ao lado foram colocadas duas estátuas dos personagens Chaves e Chapolin. Por onde o automóvel passava os fãs acenavam, aplaudiam e registravam o momento com seus *smartphones*.

No Brasil, a programação do SBT no domingo foi interrompida durante vários momentos para mostrar as homenagens dos fãs no Pavilhão da Criatividade, localizado no Memorial da América Latina, na cidade de São Paulo e a partir das 15h o “Programa Eliana” iniciou a transmissão do cortejo fúnebre de Roberto Gómez Bolaños diretamente da Cidade do México. A apresentadora Eliana também mostrou as homenagens feitas por alguns famosos nos sites de redes sociais, assim como divulgou as *hashtags* #programaeliana e #chaves para que os telespectadores pudessem compartilhar suas homenagens e despedidas.

Para Chistoph Wulf (2013) esses rituais midiáticos são marcados por determinadas características que se diferenciam dos rituais presenciais da vida cotidiana. Pois a transmissão das cerimônias permite que as pessoas possam participar delas ao mesmo tempo no mundo inteiro e compartilhar emoções semelhantes. Com isso, surge uma comunidade global de indivíduos completamente diferentes, mas limitada no tempo. Todos os participantes reais e virtuais se transformam junto às telas numa só comunidade fúnebre. Tais rituais e sua correlação com a globalização das emoções ocorrem em pontos isolados no tempo e no espaço (WULF, 2013, p.93).

Portanto, se desfazem e se reconfiguram em diferentes aspectos na celebração de novos ícones globais e a mesma coisa acontece com as comunidades heterogêneas que surgem através deles:

À diferença dessas comunidades rituais que são formadas espontaneamente e focadas em emoções específicas, os rituais via de regra ocorrem para criar comunidades e conferi-lhe duração e força mediante a repetição de práticas performativas. Interações rituais constituem e mantêm emoções em comunidades e com isso incentivam a coesão social (WULF, 2013, p. 93).

A internet transformou-se numa expansão do espaço offline e questões concernentes à vida e à morte migraram para dentro do mundo online em busca de ressignificações e com os usuários buscando expressar seus sentimentos. Tanto a construção da internet como a popularização dos sites de redes sociais não previram questões como o adoecimento e a morte de seus usuários.

No entanto, a web está há tempo bastante no ar para que muitos dos que navegaram pelo seu oceano informacional já tenham falecido. Esses tipos de situações promovem iniciativas de adaptação espontânea e utilizações inusitadas por parte daqueles que vivenciam esses espaços virtuais (AGUILERA e SILVESTRE, 2008, p.5). Focalizando as manifestações *post mortem* dos fãs de Roberto Gómez Bolaños nos sites de redes sociais, este artigo busca analisar o modo como são prestadas as homenagens aos mortos e os sentidos socioculturais sobre a finitude na contemporaneidade midiática.

### **A série “Chaves”**

*El Chavo Del Ocho* é o nome original da série “Chaves”, que foi exibida pela primeira vez em 21 de junho de 1970 no México. O seriado ficou 25 anos no ar e muitas vezes desbancando a audiência de telenovelas e telejornais de redes consagradas. Arlindo Machado (2011) afirma que cinco anos depois do seu lançamento, ele já atingia 60 pontos no *rating*, um recorde para a época e foi dublado para mais de cinquenta idiomas, sendo exibido em países como China, Tailândia, Angola e com enorme êxito nos países da América Latina.

Nos anos de maior sucesso, o programa foi visto por cerca de 350 milhões de pessoas por semana. Existem na internet mais de 500 sites dedicados ao seriado “Chaves”, com uma comunidade de frequentadores de mais de 100 mil pessoas (MACHADO, 2011, p.2). No Brasil, é um dos seriados de maior longevidade da televisão, pois é exibido desde o ano de 1984 e o programa conta a história de um menino órfão que vive dentro de um barril em um cortiço. O empresário e apresentador brasileiro Silvio Santos comprou um lote de novelas da Televisa, na

década de 80, que incluía *El Chavo Del Ocho* e também *Chapulín Colorado*. O pacote era barato, mas o contrato exigia que todos os programas deveriam ser exibidos.

Com medo do fracasso do programa, Silvio Santos convocou uma reunião com diretores do SBT para que eles opinassem sobre a possibilidade de colocá-los no ar. Segundo o relato de Paulo Franco, Luís Joli e Fernando Thuler (2005) todos afirmaram que a produção de “Chaves” era péssima, que suas piadas eram fracas e que o programa não iria fazer sucesso. Contrariando o conselho e visando cumprir a cláusula do contrato, Silvio Santos decidiu colocar a série no ar e imediatamente se tornou um grande sucesso. A série pode ser caracterizada pela indefinição de seu público, porque no início de sua exibição parecia um programa infantil inserido dentro de um programa para adultos, onde todos os atores eram adultos, mas uma boa parte deles fazia o papel de criança.

O SBT também exibiu a série em diferentes horários na grade de programação e descobriu que ele funcionava em qualquer horário. Pois no período de manhã seduzia as crianças mais novas, à tarde era visto por donas de casa e adolescentes e à noite seduzia também os adultos. É raro que um programa tão elementar, sem a menor sofisticação, filmado sempre no mesmo cenário e com figurinos simples tenha conseguido uma elasticidade de público tão ampla, atraindo inclusive intelectuais. É um programa destinado a ninguém e a todos (MACHADO, 2011, p.4).

As situações e os personagens da série são visivelmente estereotipados, com clara referência a modelos latino americanos, relacionados com o humor popular típico das regiões periféricas da Cidade do México. Dentro de uma leitura literária, o enredo é constituído por personagens planos, que não possuem profundidade ou ambiguidade psicológica, repetem sempre os mesmos comportamentos, os mesmos gestos e as mesmas falas num cenário que não muda e onde é muito raro que ocorra um mínimo movimento de câmera. Portanto, esses personagens são abstrações cômicas e ao mesmo tempo trágicas, que revelam aspectos sutis da problemática social mexicana e latino americano em geral, fazendo referência aos grupos marginalizados ou em desvantagens econômicas:

Ali estão o menino de rua, órfão e desamparado (Chavo), o eterno desempregado (Don Ramón), viúvo e com uma filha para criar (a Chilindrina), o professor pobre da escolinha do bairro (Jirafales), a também viúva Doña Florinda, que também tem um filho para criar (Quico), a solteirona e cinquentona que ainda espera um marido (Doña Cleotilde), afora os personagens que vêm de fora, os visitantes, como ladrãozinho do bairro, o carteiro que traz as notícias do mundo exterior e, naturalmente, o gordo Señor Barriga, o proprietário do lugar, para buscar o aluguel (MACHADO, 2011, p.4).

De acordo com Ludimila Stival Cardoso (2009) uma possível resposta para o sucesso da série “Chaves” é a perspectiva de que cada personagem representa um estereótipo e com isso os telespectadores identificam-se e projetam suas emoções sobre os mesmos. Então, a sedução do aparelho televisivo se dá também por meio dos estereótipos, que atuam através da projeção e da identificação do telespectador, realizando algo como a catarse. Ou seja, os personagens agem, vicariamente, pelos telespectadores.

O seriado tornou-se também um representante da junção entre massa e popular, porque a comicidade pode ser dividida como o espaço em que “a televisão se atreve a deixar ver o povo, esse “feio povo” que a burguesia quis a todo custo ocultar” (MARTÍN-BARBERO, 2006 apud CARDOSO, 2009, p.144). Ainda são nesses programas que as classes altas, as oligarquias são ridicularizadas e, mais ainda que elas, os que tentam imitá-las. Os programas humorísticos costumam ser ambientados em esquinas de bairros, becos de quarteirão, em botequins ou nos interiores das casas, além de possuir uma linguagem mais popular, cercada de jogos de palavras.

Dentro dessa lógica, no seriado ocorre a ridicularização das classes altas representada pelo personagem Sr. Barriga, e a maioria da ação é ambientada numa vila, além da escola e do restaurante de Dona Florinda, e a linguagem é constituída para ser popular e simples. Por ser um humor de fácil entendimento e percepção, “Chaves” não exige um prévio e vasto conhecimento para ser engraçado. Além do mais, a série, com exceção das sequências de um ou dois capítulos, nunca foi gravada de maneira contínua. O programa não prende o telespectador, pelo contrário, exige o mínimo de atenção possível. Por “soltar” o seu telespectador e permitir que faça o que bem entender em qualquer horário, ele acaba cativando-o ainda mais.

## **As homenagens dos fãs**

O termo fã esteve durante alguns anos ligado a uma qualificação negativa. Como exemplifica Joli Jenson (1992) a literatura sobre o fandom possui diversas descrições de atitudes desviantes onde o fã é caracterizado como um potencial fanático com a seguinte característica patológica: o solitário obsessivo, que cria a ilusão de um relacionamento com uma celebridade e este tipo de fã ganhou notoriedade por perseguir ou assassinar seu ídolo. Mark David, que matou o ex-beatle John Lennon e John Hinckley, que arquitetou um plano para matar o presidente Ronald Reagan e ganhar a atenção da atriz Jodie Foster são exemplos, frequentemente, usados para demonstrar o comportamento do fã solitário obcecado (JENSON, 1992, p.11).

Além dessa caracterização, há outra descrição do fã patológico: a imagem do indivíduo histérico numa multidão. Por exemplo, uma adolescente chorando ao ver uma estrela do rock, um torcedor brigando ou gritando na arquibancada de um estádio durante a partida de um jogo de futebol. No entanto, ainda que existam tais imaginários sobre o comportamento dos fãs, eles passaram a ser vistos de uma maneira mais positiva que busca compreender o discurso do fã como a junção de práticas pertencentes à esfera do cotidiano, que dão a essas atividades um aspecto eminentemente ativo.

Atualmente, quando uma celebridade morre seus fãs cada vez mais expressam a dor da perda do ídolo nos sites de redes sociais. Excluindo perspectivas existenciais e outras visões mais filosóficas, a morte pode ser vista como sendo um processo natural com o qual todo ser vivo vai se deparar um dia. O pesquisador Wildoberto Batista Gurgel (2011) afirma que diante desta certeza podem surgir sentimentos ambivalentes e confusos como raiva, dor, fuga, esquiva e negação tanto por parte daqueles que estão prestes a morrer, quanto por parte dos que estão ao redor de um moribundo ou dos que perderam um ente querido.

Esses sentimentos, quando são despertados, podem resultar em uma experiência afetiva, denominada de “perda” pelo sociólogo Bowlby, cuja reação é



aquilo que Sigmund Freud entendeu como sendo o processo de luto (GURGEL, 2011, p.7). O sentimento de perda é uma experiência afetiva e comum aos seres grupais. A reação a essa experiência, o processo de luto, pode ser compreendido como uma forma complexa, interativa e historicamente situada de vivenciá-la.

Na cultura contemporânea, caracterizada pela presença de diversos aparatos midiáticos, estão ocorrendo diversas mudanças nos hábitos e habilidades dos sujeitos. Ao invés de escrever uma carta ou enviar um cartão numa data comemorativa cada vez mais pessoas passaram a utilizar os serviços disponíveis na internet para enviar recados, entre outras mensagens utilizando as ferramentas disponíveis em seus perfis pessoais nos sites de redes sociais. Como parte dessas transformações de comportamento, está também a forma que algumas pessoas têm encontrado para vivenciar seus processos de luto.

Tais formas estão associadas à inserção que essas pessoas têm na cibercultura, o que significa que o processo de luto manifestado no mundo virtual pode variar de geração a geração, de pessoa a pessoa, de situação a situação, de perda a perda. Essas inserções podem gerar atitudes que vão desde o uso do mundo virtual para a manifestação de algo que já se tornou interdito no grupo social em que a pessoa vive, até daquelas que têm nesse universo o lócus privilegiado para a expressão de suas reações afetivas (GURGEL, 2011, p.8).

As manifestações do processo de luto encontradas na internet não são apenas uma transferência das atividades cotidianas que, agora, são mediadas ou vividas na cibercultura. Pois, diferente de outras vivências, como por exemplo, fazer compras no supermercado ou realizar uma transação bancária, as vivências do processo de luto não estão apenas sendo transferidas. Em muitos casos, elas estão sendo reinventadas ou “redescobertas” (GURGEL, 2011, p.8). Existem adolescentes ou adultos que nunca foram num funeral, que não sabem o significado de um epitáfio e elegia, e menos ainda que tenham visto ou ouvido falar sobre esses elementos e que saibam distinguir um túmulo de um mausoléu.

Criar páginas para homenagear seu ídolo falecido, assim como parabenizar o morto pelo seu aniversário e demonstrar saudade nos posts em uma determinada rede social da internet são algumas das manifestações *post mortem* encontradas na web. A

reunião de fãs num local para lamentar a morte de uma celebridade é um ato bastante comum logo após a divulgação das primeiras notícias sobre o seu falecimento. No entanto, o advento dos sites de redes sociais possibilitou o contato com outros admiradores de diferentes localidades para criar homenagens e compartilhar lembranças do ídolo morto. A demonstração dessa perda se assemelha com a dor provocada pela morte de um ente querido.

A metodologia utilizada neste artigo possui uma inspiração etnográfica, pois observei que as homenagens a Roberto Gómez Bolaños estavam inseridas em um ambiente virtual, que tanto constitui um meio de comunicação, um ambiente de relacionamento e um artefato cultural. Portanto, foram investigadas práticas nas quais os significados sobre a finitude são construídos através dos posts e comentários. Optei por realizar uma observação não-participante dessas interações dos fãs, com a finalidade de produzir uma descrição densa da maneira pela qual os usuários dos sites de redes sociais prestam homenagens aos mortos.

No dia 28 de novembro a *Fanpage* do blog “Byte Que Eu Gosto”, um dos mais antigos do Brasil sobre cultura Nerd, postou em homenagem a Roberto Gómez Bolaños uma *Fan Art*, criada pelo design Vicente Valentine, na qual o personagem Chaves com asas de anjo chega ao céu, e é recebido pelo personagem Seu Madruga (Figura 1). O post recebeu muitas “curtidas” e compartilhamentos. Um fã postou o seguinte comentário: “Eu chorei mto quando percebi q a notícia era verdade, mas aí logo após parei de chorar e voltei a sorrir, pois Chaves sempre arrancou sorrisos de nós, ele sempre quis ver a gente sorrindo <3”. Em seguida, outra fã comentou: “Que lindos! É bem isso mesmo, os bons fazem morada no céu”.

Para Norbert Elias (2011) há várias maneiras de lidar com o fato de que todas as vidas, incluídas as das pessoas que amamos e a nossa própria, têm um fim. A maneira mais antiga e comum de os humanos enfrentarem o fato de morrer é acreditar em “outra vida” que ocorreria no Hades, em Valhalla, no Inferno ou no Paraíso. Nesses casos, a morte não é vista como o fim de tudo, mas como uma passagem de um mundo para outro.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.



Figura 1: *Chaves foi para o céu* – Vicente Valentine, 2014

Os moribundos não deixam o único mundo que existe para se dissolver e desaparecer no submundo da não-existência, mas se mudam para outro universo onde continuarão existindo numa forma um tanto diferente daquela que costumavam chamar de sua, e talvez inclusive muito melhor que a anterior. A existência corporal pode acabar ou ser suspensa até o retorno que pode ser entendido como o dia do juízo final, ou então assumir outra forma corpórea, como no caso da reencarnação que se caracteriza por um eterno retorno.

Além das postagens que lamentavam a morte de Roberto Gómez Bolaños, as fotografias dos perfis de alguns usuários do *Facebook* foram alteradas por imagens que faziam referências aos personagens criados pelo artista mexicano (Figura 2). Por exemplo, no dia 29 de novembro de 2014 um fã após alterar a foto do seu perfil recebeu diversos comentários em que as mensagens eram direcionadas a Bolaños. “Você fez parte da minha infância #ripchaves”, escreveu um amigo do fã. Em seguida, foi postada outra mensagem: “Chaves, você é meu amigo e sempre será!”.

Tais mensagens no ambiente virtual ignoram a construção de uma comunicação

sem interlocutor, pois ela se destina a alguém que não está mais vivo. O que parece importar é manutenção de um vínculo e que juntamente com a mensagem escrita no tempo presente, sugere a negação da morte através do prolongamento da existência do falecido. As fotografias de Bolaños que foram compartilhadas nas redes sociais geraram comentários comoventes, pois a imagem caracteriza-se pelo modo de aprisionar a realidade, isto é, de fazê-la parar no tempo contribuindo para a lembrança do tempo em que o morto estava vivo e uma reflexão sobre sua morte ou manifestação da saudade.



Figura 2: Chaves em foto do perfil no Facebook

A comunidade *Profiles de Gente morta* foi criada no Orkut, no ano de 2004, com o objetivo de reunir diversos links dos perfis de usuários da rede social que morriam e o crescimento do uso do Facebook no Brasil, a partir de 2011, acabou originando um grupo homônimo onde diariamente são postados links dos perfis das pessoas que falecem. De acordo com Renata Rezende (2011) a *Profiles de Gente Morta* assemelha-se a um cemitério, pois o objetivo principal dessa comunidade é “sepultar” os perfis dos mortos, pertencentes à rede de relacionamentos de uma determinada rede social.

No dia 29 de novembro de 2014, o administrador do grupo alterou a foto de capa para uma imagem do pátio da vila do Chaves, o cenário principal da série, com a



fotografia do personagem de Roberto Bolaños ao lado do nome do grupo acompanhado por uma cruz que foi apropriada como sendo o símbolo da comunidade desde sua criação no Orkut (Figura 3). Foram postadas mensagens que parabenizavam a escolha da capa e a homenagem com as seguintes *hashtag*: #DEPChaves e #RIPChaves. Na linguagem utilizada no grupo, a sigla “DEP” significa “Descanse em paz”, tradução da expressão em latim *Requiescat in pace*, um epitáfio derivado dos funerais da Igreja Católica Romana, que começou a ser gravado em lápides a partir do século XVIII, muitas vezes sob o acrônimo “RIP”.



Figura 3: Capa em homenagem a Roberto Gomez Bolaños – P.G.M

### Considerações finais

Segundo Rosana da Câmara Teixeira (2008) do mesmo modo que os homens são desiguais em vida, eles também o são na morte. Pois enquanto o falecimento de alguns indivíduos passa despercebido, outros inspiram comoção profunda e entram para a posteridade tornando-se nomes de ruas, praças ou viadutos. Assim como, certos mortos célebres passam a desempenhar um lugar importante para a referência dos vivos. Em muitos casos, são transformados em bens simbólicos despertados avidamente pelos mercados e as famílias passam a disputar os direitos autorais, a rentabilidade financeira que emana dessas celebridades mortas.

O falecimento de Roberto Gómez Bolaños gerou uma grande repercussão nos sites de redes sociais, porque ele esteve presente na vida cotidiana de pelo menos três



gerações de brasileiros através de seus personagens que ajudaram a construir a memória afetiva dos telespectadores. Além disso, os rituais fúnebres permanecem arraigados à cultura e participam do desatar de vínculos e do enfrentamento da angústia gerada pela consciência da finitude gera, e as práticas desses ritos vão se ajustando aos aspectos dos sites de redes sociais.

Portanto, não devemos acreditar que as transformações culturais são um resultado apenas do advento das novas tecnologias; ao contrário, costumam ser os signos que circulam nesses novos instrumentos comunicacionais, assim como as diversas mensagens e processos de comunicação, os que possibilitam o surgimento de hábitos, crenças e valores, além de auxiliarem na construção dos modos de ser e estar na contemporaneidade. A morte se torna um tema que ganha uma nova conotação e implica novas formas de interação na web, já que a “presença” do morto no ciberespaço promove uma nova modalidade de celebração: a morte passa a ser pensada e vivenciada por meio dos comentários que os fãs deixam nos espaços virtuais da contemporaneidade.

### **Referências bibliográficas**

ABREU, R. M. R. M. “Entre a nação e a alma: quando os mortos são comemorados”. In: *Estudos Históricos*, v. 14, n.1, p. 205-230, 1994.

ARIÈS, Philippe. *História da morte no Ocidente: da Idade Média aos nossos dias*. (Tradução: Priscila Viana de Siqueira). Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.

AGUILERA, V. N. e SILVESTRE, J. C. “Morte e Luto no ciberespaço”. In: *II Simpósio Nacional da ABCiber - Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura*. São Paulo, 2008.

CARDOSO, Ludimila Stival. *A saga do herói mendigo: o riso e a neopicaresca no programa Chaves*. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás, 2009.

ELIAS, Norbert. *A solidão dos moribundos, Seguido de Envelhecer e morrer*. (Tradução: Plínio Dentzien). Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

FRANCO, Paulo; JOLY, Luís e THULER, Fernando. *Chaves: foi sem querer*

*querendo?*. São Paulo: Matrix, 2005.

GURGEL, Wildoberto Batista. “Luto Virtual: o processo de elaboração do luto no ciberespaço”. In: *Cadernos de Pesquisa* - Universidade Federal do Maranhão, v. 18, p. 7-16, 2011.

JENSON, Joli. “Fandom as pathology: consequences of characterization”. In: LEWIS, Lisa A. (org). *The Adoring Audience: fan culture and popular media*. London, New York: Routledge, 1992

MACHADO, Arlindo. “¡No contaban con su astucia!”. In: *XX Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação*, 2011, Porto Alegre.

REZENDE, Renata. “Um lugar para os mortos: os usos das comunidades virtuais como cemitérios digitais”. In: *XVI Intercom - Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste*, 2011, São Paulo.

RONDELLI, Elizabeth e HERSCHMANN, Micael. “A mídia e a construção do biográfico: o sensacionalismo da morte em cena”. In: *Tempo Social*. USP, São Paulo, 12(1): p. 201-218, maio de 2000.

TEIXEIRA, Rosana da Câmara. “Na morte o segredo dessa vida: admiração, sociabilidade e celebração entre os fãs de Raul Seixas”. In: *Sociedade e Cultura*, v. 11, p. 159-168, 2008.

WULF, Christoph. *Homo Pictor: imaginação, ritual e aprendizado mimético no mundo globalizado*. (Tradução: Vinicius Sprigo). São Paulo: Hedra, 2013.

## **CHARME<sup>1</sup>**

Verdadeiro e subcultural?

Cynthia Maciel Duarte<sup>2</sup>

### **Resumo**

A proposta deste artigo é analisar manifestações feitas por fãs da página do Baile Charme do Viaduto de Madureira no Facebook em relação à existência de um verdadeiro Charme e à exposição do Baile na mídia, especialmente sob a ótica das proposições de Gary Alan Fine e Sherry Kleinman no artigo “Rethinking subculture: an interactionist analysis” (1979). Para tanto, comentários dos fãs feitos no Facebook do Baile foram comparados às críticas dos autores em relação ao conceito de subcultura. A análise oferece indícios de que não é possível afirmar a existência de um verdadeiro Charme nem caracterizar o Charme como subcultura.

### **Palavras-chave**

Charme; Baile Charme do Viaduto de Madureira; Facebook; subcultura; autenticidade

### **Introdução**

*Thiago Marcel:* Mas não toca charme na novela.

*Marina Marçal:* Falam de festa charme, mas nunca tocou um charme de verdade na novela e new vai tocar...

*Juliana Azevedo:* Mesmo a novela não mostrando o nosso baile como realmente é a divulgação fez com que as pessoas tivessem curiosidade pra conhecer e muitos não ficaram só na curiosidade, foram lá e se encantaram, percebo que nossos visitantes ficam emocionados e entusiasmados e isso é muito legal... e principalmente o pessoal “se joga”... dançam todas!!!

*Renato Oliveira:* Visibilidade que o Viaduto de Madureira ganhou depois que o charme foi parar na telinha? QUE CHARME DO VIADUTO??? JÁ TEM MAIS DE 10 ANOS QUE VOCÊS NÃO TOCAM CHARME LÁ!! SÓ TOCA MUSIQUINHA DE TRANSAMÉRICA! POR ISSO QUE A GALERA DE RAIZ DO

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3- Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação na PUC-Rio, mestre em Comunicação pela Uerj, especialista em Mídia, tecnologia e educação pela PUC-Rio, graduada em Relações Públicas e Jornalismo pela Uerj.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

CHARME PAROU DE IR NO VIADUTO... SÓ EU DE TROUXA  
QUE ACREDITO QUE VAI TOCAR CHARME LÁ...

*Renato Oliveira:* PARA NÃO SER RUIM, TOCAM SIM, DE  
22:00 AS 23:00!!!! JUSTAMENTE O HORÁRIO QUE NINGUÉM  
CHEGA!!!! AFINAL É BAILE "CHARME" E NÃO FESTA DE  
CRIANÇA PARA CHEGAR CEDO!!! AFFF.....

*Viaduto de Madureira:* É gente, oi uma luta tentar convencer a  
emissora do que é um baile black, ou o que é charme de verdade.  
Mas querendo ou não, foi a repercussão da novela que fez o charme  
correr o país. As pessoas que chegam no baile por causa da novela  
se apaixonam sempre e saem dizendo "o baile charme no viaduto  
não tem nada ver com a novela, é muuuito melhor  
(...)

*Andersom Guimaraes Silva:* pow renato vc que ouvir aquele charme  
de raiz msmo ta de brincadeira ne (VIADUTO DE MADUREIRA)  
(ver Anexo 1).

Os comentários reproduzidos neste artigo ilustram tensões sobre a reivindicação de uma definição de verdadeiro Charme entre fãs do Facebook do Baile Charme do Viaduto de Madureira. Os comentários respondiam a uma postagem com uma entrevista do DJ Michell a respeito da visibilidade que o Baile ganhou com a novela Avenida Brasil, exibida pela Rede Globo no período de 26 de março a 19 de outubro de 2012. Mas seria possível afirmar a existência de um verdadeiro Charme, como reivindicam os fãs? Este artigo pretende problematizar essa questão a partir especialmente das críticas feitas ao conceito de subcultura abordadas por Gary Alan Fine e Sherryl Kleinman no artigo “Rethinking subculture: an interactionist analysis” (1979). A relação com subcultura se faz pertinente devido ao próprio histórico do Charme, nascido da música black dos subúrbios e guetos dos Estados Unidos.

### **As contribuições de críticas ao conceito de subcultura**

A menção a um verdadeiro Charme é no mínimo curiosa se pensarmos que o gênero já nasceu hibridizado. O Charme é feito a partir da música negra norte-americana, tendo como ponto de referência o Rythm&Blues, ressignificado no Rio de Janeiro com uma batida mais forte, próxima ao hip hop. O termo foi cunhado pelo DJ Corello, entre 1979 e 1980 (2010), que durante os bailes incentivava os

frequentadores a dançarem com ainda mais charme aquele ritmo sensualizado. Suas adaptações continuaram ao longo dos anos.

Tomando como referência Fine e Kleinman (1979), pode-se afirmar que as transformações pelas quais o Charme passou e certamente continuará passando dizem respeito à própria dinâmica social. Segundo os autores, referindo-se ao dinamismo e às interações das subculturas “(...) em uma sociedade de massa, heterogênea, é difícil delinear uma comunidade baseada em uma estrutura isolada ou informação particular que não está disponível para indivíduos fora da estrutura social<sup>3</sup>” (p. 3). Fine e Kleinman (1979) ressaltam que a mudança é endêmica à cultura e se dá no contato entre os indivíduos (p. 6). Há um fluxo tanto pessoal quanto informacional para além das fronteiras do sistema da subcultura que deve ser considerado. O Charme, como estilo musical presente em uma sociedade, é influenciado pelo dinamismo social, com consequências técnicas e de conteúdo que precisam ser compreendidas dentro da complexidade social.

A citação descrita no início deste trabalho e outras manifestações dos fãs evidenciam outro ponto questionado na página do Facebook do Baile: a apropriação do gênero e do próprio Baile pela mídia, acarretando em transformações que levam a uma perda de identidade de ambos. Renato Oliveira, por exemplo, disparou: “(...) JÁ TEM MAIS DE 10 ANOS QUE VOCÊS NÃO TOCAM CHARME LÁ!! SÓ TOCA MUSQUINHA DE TRANSAMÉRICA! (...)”. Considerando as contribuições de Fine e Kleinman (1979), no entanto, a mídia, no caso aqui estudado, tanto a novela Avenida Brasil quanto a rádio Transamérica, pode justamente contribuir com a manutenção do Charme. Isso porque, segundo os autores, “as produções midiáticas fornecem muito do núcleo material usado na formulação de elementos subculturais” (p. 11). Além disso, é importante destacar também a importância da disseminação da informação. Ao fazer com que as informações alcancem um maior número de indivíduos, a novela permite que o Baile seja extrapolado para uma boa parcela da

---

<sup>3</sup> No original: “(...) in a mass, heterogeneous society, where studies of subculture are conducted, it is difficult to delineate a community on the basis of either an isolated structure or particular information which is unavailable to individuals outside the social structure”.



sociedade brasileira, se considerarmos a grande audiência de telenovelas no país. E essa disseminação não é necessariamente um fator negativo. Neste ponto, é interessante destacar também a contribuição de Andy Brown (2007), que não considera a apropriação pelo *mainstream* como um problema para a subcultura. Brown, pelo contrário, afirma a possibilidade da subcultura ser reforçada, não diluída.

Fine e Kleinman (1979) destacam ainda a importância dos meios de comunicação para a interação entre os grupos. Apesar de focarem na importância da interação para que a cultura seja significativa, Fine e Kleinman afirmam que é um equívoco considerar que os membros de um grupo interagem apenas entre si. Os grupos são interligados por meio de diversas conexões sociais. Os próprios indivíduos transitam por diferentes grupos, inclusive ao mesmo tempo. Essa comunicação integrada permite que informação cultural e opções de comportamento sejam disseminadas, resultando na construção de um universo comum de discurso através da rede social na qual são difundidos. A rede social serve como o referente da subcultura. E entre os vários mecanismos que permitem os grupos se comunicarem uns com os outros estão os meios de comunicação de massa. Segundo Fine e Kleinman (1979), a difusão se torna bastante limitada a menos que a informação alcance audiências maiores pela mídia de massa. Daí se conclui que ser temática de telenovela e tocar na rádio pode contribuir para que o *Charme* e o próprio *Baile de Madureira* sejam difundidos entre um número maior de pessoas, que podem se identificar com esse conteúdo.

Além disso, Fine e Kleinman (1979) defendem que os membros do grupo constroem sua materialidade por meio de seus heróis culturais e os customizam para servir a suas necessidades de grupo. Assim, “até mesmo uma forma de comunicação aparentemente distante da interação face a face - a mídia de massa - é fundamentada no mesmo conjunto de critérios básicos de interação como as outras formas (...) de interação”<sup>4</sup> (p. 12).

---

<sup>4</sup> No original: “(...) even a communication form seemingly far removed from face-to-face interaction-the mass media-is grounded in the same set of basic interactional criteria as the other forms mentioned above”.

A difusão também pode gerar problemas. O fato de muito do que é comunicado pela mídia de massa não ser transmitido ou usado pelas audiências é um deles e pode justificar o estranhamento dos fãs com o que é apresentado na novela sobre o Baile de Madureira, como observado nas postagens de Thiago Marcel e Marina Marçal reproduzidas anteriormente.

É preciso destacar, no entanto, que não é o mero conhecimento pelos meios de comunicação de massa que fará os indivíduos pertencerem a determinado grupo. A identificação, que não precisa ser total ou abrangente para o indivíduo, é fator essencial. Mas a identificação só é possível se o indivíduo tem a oportunidade de interagir com outros que se identificam com o segmento da população e obter informação cultural deles. Daí a importância dos meios de comunicação. A novela Avenida Brasil, por mais críticas que tenha recebido de fãs do Baile de Madureira, parece ter contribuído com a ampliação de interesse pelo Baile. Pelo menos é o que se apreende de comentários ao post que questionava sobre pessoas que passaram a frequentar o Baile (Dutão) por causa da novela.

Daniela Melo: Conheço a Simone falei tanto do dutão pra ela, e que é o único lugar que todas as vezes que eu vou me faz sentir eu mesma! Levei ela nesse sábado agora pois ela se interessou muito por conta da novela. Não deu outra, ela ADOROU!

Daniela Melo: Eu conheço um homem. O nome dele é Raphael Marques levei ele um dia desses e agora todos os encontros que ele marca é dentro do Charme de Madureira pq ele acha um ambiente agradável e ao estilo dele pra encontrar os amigos (VIADUTO DE MADUREIRA) (ver Anexo 2)

### **Fãs compartilham uma subcultura Charme?**

Mas, se por um lado, questionamentos a respeito do conceito de subcultura podem ser úteis para problematizar a existência de um verdadeiro Charme, por outro, a reivindicação de um verdadeiro Charme remete a um novo questionamento: seria possível afirmar a existência de uma subcultura Charme? Evidentemente, a resposta a essa pergunta implica em uma análise mais abrangente do que a pretendida neste trabalho, mas a análise das manifestações dos fãs descritas no início desse artigo

oferece alguns indícios da ausência de elementos fundamentais para a existência de uma subcultura Charme nos termos apontados por Fine e Kleinman (1979).

Os autores argumentam que subculturas “são concebidas como emanando de culturas de grupos” (p. 9)<sup>5</sup>. Formas culturais são criadas através de manipulação individual ou coletiva de símbolos e a transmissão cultural é um produto de interação. Para a existência de uma subcultura, é preciso que haja um referente claro, ou seja, “uma população claramente definida que compartilha conhecimento cultural<sup>6</sup>” (1979, p. 4). A identificação dessa população implica que seus membros se definam como um grupo, ou seja, compartilhem identificação comum, e que haja comunicação dentro do segmento analisado. Ruth Adams<sup>7</sup> também destaca a comunicação entre os membros como fundamental para a existência de uma subcultura. Essa característica não pode ser claramente percebida em relação aos fãs do Facebook do Baile destacados neste artigo. Ou seja, não é possível identificar se os fãs que postaram comentários a respeito de um verdadeiro Charme possuem comunicação relevante entre si nem se compartilham algo mais em comum, como artefatos e valores, por exemplo, seja no ambiente virtual ou não.

O fato de nenhum desses fãs serem amigos entre si no Facebook também é significativo em termos de uma ausência de comunicação mais estreita entre eles, ou seja, da ausência de laços fortes (GRANOVETTER, 1973, 1974). Fine e Kleinman (1979) destacam que os laços fracos “podem ter crucial importância para a disseminação de informação através de um sistema social<sup>8</sup>” (p. 10). No entanto, a existência de um grupo presume a manutenção de laços fortes entre seus membros, como o compartilhamento de referentes comuns.

Além de não ser possível identificar um referente claro entre os fãs, há inclusive discordâncias fundamentais. Conforme mostrado na citação que abre este artigo, enquanto alguns lamentam a falta de um verdadeiro Charme na novela, como o

<sup>5</sup> No original: “Subcultures, then, are conceived of as emanating from group cultures”.

<sup>6</sup> No original: “(...) clearly defined population which shares cultural knowledge”.

<sup>7</sup> Palestra proferida em 20 de maio de 2015 no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

<sup>8</sup> No original: “(...)”weak ties” may be of crucial importance for the dis-semination of information throughout a social system”.

Thiago Marcel e a Marina Marçal, Juliana Azevedo destaca a importância da visibilidade proporcionada pelo programa televisivo para que mais pessoas conhecessem o espaço, em uma clara discordância com os outros fãs.

No entanto, este aspecto também precisa ser analisado com cuidado. Fine e Kleinmam (1979) destacam que embora “a identificação seja um aspecto importante da subcultura, uma identificação com uma subcultura não precisa ser total ou abrangente para o indivíduo”<sup>9</sup> (p. 12). Os autores explicam que o indivíduo se identificará às vezes mais fortemente com o grupo particular ao qual pertence, enquanto em outras instâncias o segmento mais amplo da população será mais central.

Uma resposta final sobre a existência ou não de uma subcultura Charme não é o objetivo deste artigo. A problematização é o ponto focal. E nesse aspecto, as expressões dos fãs analisadas oferecem indícios de que haveria menos uma subcultura Charme e mais a existência de grupos diversos constituídos em torno do gosto pelo Charme. No entanto, esses grupos podem representar diversas subculturas, sendo necessário para tanto um estudo mais específico para identificá-los.

### **Considerações finais**

A análise da reivindicação de um verdadeiro Charme e das críticas feitas à apropriação pela mídia tanto do Charme quanto do Baile remete à questão de autenticidade. Sarah Thornton (1996) afirma que “autenticidade é para a música o que finais felizes são para o cinema de Hollywood – a recompensa reconfortante para suspender a descrença”<sup>10</sup> (p. 26). Segundo a autora, a autenticidade é o valor mais importante atribuído à música popular. No entanto, raramente é analisada e persistentemente é mistificada. Sarah afirma que: “música é percebida como autêntica quando soa verdadeira ou parece real, quando tem credibilidade e aparece como genuína”<sup>11</sup> (p. 26). A experiência de autenticidade musical seria perseguida como uma

<sup>9</sup> No original: “Although identification is an important aspect of subculture, a particular subcultural identification need not be total or all-encompassing for the individual”.

<sup>10</sup> No original: “(...) the reassuring reward for suspending disbelief”.

<sup>11</sup> No original: “(...) music is perceived as authentic when it rings true or feels real, when it has credibility and comes across as genuine”.

cura tanto para alienação quanto para dissimulação em uma era de representações e mediações; um conforto para a fadiga provocada pela mídia e um antídoto contra a propaganda comercial.

Frith (SARAH, 1996) explica que uma forma musical é autêntica “quando é processada como essencial para subcultura ou integral para comunidade”<sup>12</sup> e quando as “tecnologias são naturalizadas por enculturação” (p. 29). Em um primeiro momento, no entanto, novas tecnologias parecem estranhas, artificiais, sem autenticidade, tendendo a ser vistas em oposição ao natural e à comunidade. Segundo Frith, “são consideradas falsas e falsificando e, assim, ameaçam a autenticidade ou a ‘verdade da música’” (SARAH, 1996, p. 29). Por trás do discurso de oposição esconde-se o fato de que desenvolvimentos tecnológicos tornam novos conceitos de autenticidade possíveis.

Essas explicações são bastante úteis para se pensar o desconforto de fãs com o Charme, o Baile de Madureira e a mídia. As mudanças que o ritmo sofre ao longo dos anos causam incômodo e saudosismo. Mas as mudanças não são fruto apenas da mídia, mas do próprio dinamismo social. O que se apreende com as contribuições de Sarah e Frith é que as mudanças não refletem um novo Charme falso em oposição a um antigo verdadeiro, e sim o surgimento de novas possibilidades do Charme. Ou seja, a impossibilidade de se afirmar a existência de um verdadeiro Charme.

Mais ainda, revelam a dificuldade de se afirmar a existência de uma subcultura Charme e a importância, destacada por Fine e Kleinman (1979), de se estudar a cultura de um grupo específico sem a tentativa de identificar a cultura dentro de uma subcultura tomada como dada. O Charme pode representar um segmento, mas as manifestações no Facebook oferecem indícios de que em seu interior existem diversos grupos. Conforme sugerem Fine e Kleinman (1979), é preciso estudá-los em suas particularidades, descobrir as ligações entre eles, os tipos de informações transmitidas e o tipo e a extensão da identificação com o segmento maior; determinar, por exemplo, quais itens culturais são localizados em cada grupo cultural particular e

---

<sup>12</sup> No original: “(...) when it is rendered essential to subculture or integral to community” e “naturalized by enculturation”.



quais são partilhados pelos demais grupos, além de examinar os processos em que indivíduos e grupos se identificam com o grupo ou a subsociedade (p. 16).

O Charme parece ser o caso de um segmento no qual conteúdo cultural similar é apresentado, mas nem todos os membros interagem entre si. Em seu interior, parece existir grupos paralelos e subsociedades. Mas são necessários estudos mais aprofundados para que assertivas a esse respeito possam ser feitas com mais segurança.

### Referências bibliográficas

BROWN, Andy. Rethinking the subcultural commodity: the case of heavy metal t-shirt culture(s). In: HODKINSON, Paul; DEICKE, Wolfgang (eds.). *Youth cultures: scenes, subcultures and tribes*. New York and London: Routledge, 2007.

FINE, Gary Alan; KLEINMAN, Sherry. Rethinking subculture: an interactionist analysis. In: *American Journal of Sociology*, Vol. 85, No. 1 (Jul., 1979), pp. 1-20. Disponível em <http://www.jstor.org/stable/2778065?origin=JSTOR-pdf>.

GRANOVETTER, Mark S. The strength of weak ties. In: *American Journal of Sociology*, Vol. 78 (1973), pp. 1360-80.

\_\_\_\_\_. *Getting a job*. Cambridge: Harvard University Press, 1974.

HESMONDHALGH, David. Subcultures, Scenes or Tribes? None of the Above. In: *Journal of Youth Studies*, Vol. 8, No. 1 (Mar., 2005), pp. 21-40.

HODKINSON, Paul. Youth cultures: a critical outline of key debates. In: HODKINSON, Paul; DEICKE, Wolfgang (eds.). *Youth cultures: scenes, subcultures and tribes*. New York and London: Routledge, 2007.

THORNTON, Sarah. *Club cultures: music, media and subcultural capital*. New Hampshire: University Press of New England, 1996.

VIADUTO DE MADUREIRA. [Página no Facebook] [S.l.: s.n.], 2014. Disponível em: <https://www.facebook.com/viadutomadureira>. Acesso em: 30 jun. 2015.

VIADUTO DO CHARME. [Notícia online] [S.l.: s.n.], 2010. Disponível em: <http://www.cultura.rj.gov.br/materias/viaduto-do-charme>. Acesso em: 30 jun. 2015.

# 8º CONECO

Encontro dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação  
PUC-RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós-graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## ANEXOS

### Anexo 1

The image shows a Facebook post from the page 'Vladimir de Madureira' (created 05/2012) with 6 likes. The post text reads: 'Já que não se fala em sua casa a não ser "Avenida Brasil" resolvei falar disso também! O nosso DJ Michel nos deu uma enquete para falar sobre a visibilidade que o Vladimir de Madureira ganhou depois que o nome foi usado na telenovela. Confira! <http://vuduodentaduas.com.br/>... Vladimir de Madureira e...'

Below the text is a photo of a DJ at a table with the large text 'Avenida BRASIL' in the background. The photo has a caption: 'DJ: Danilo - Computador: ...'.

To the right of the post is a list of comments:

- Thiago Mendes: Mas não ficou bem na novela... 20 de outubro de 2012 às 22:39 - Curte
- Murilo Marçal: Já que não se fala em sua casa a não ser na novela? Foi a melhor parte do postinho! 19 de outubro de 2012 às 22:38 - Curte
- Rosângela Almeida: Fazer de festa e cantar... mas não ficou bem na novela de verdade e a novela entrou na história... 19 de outubro de 2012 às 22:37 - Curte
- Juliano Alexandre Melo: A novela não está sendo o melhor... mas como realmente é a divulgação... com que as pessoas tiveram a oportunidade de conhecer e muitos não tinham se da realidade... foram lá e se encantaram... porque que coisa estranha... foram emocionados e entusiasmados e não é muito legal... é principalmente o pessoal "da jog" - da "pintada"!! 19 de outubro de 2012 às 22:37 - Curte
- Renata Oliveira: PARA NÃO SER MUITO TOCANTINHA, DE 21:00 AS 23:00H JUSTAMENTE O HORÁRIO QUE NINGUÉM CHEGA EM FINAL E BAILE YHARUVE... NÃO É BOM PARA CRIANÇA PARA CHEGAR NO DIA SEITE 19 de outubro de 2012 às 22:37 - Curte
- Vladimir de Madureira: É gente, aí está toda a controvérsia... embora do... que é um caso sério... de o que é chamado de violência... mas quando eu não... foi a repercussão da novela que fez o nome com o país. As pessoas que estavam no país por causa da novela de apelo de violência e assim... quando "o baile acabou" e a novela não tem nada a ver com a novela, é... muito melhor! 19 de outubro de 2012 às 22:37 - Curte
- Vladimir de Madureira: Renato Oliveira, pode ficar o baile com os DJs para... e não tocar o que a gente quer... não precisa ser às 23h... o baile termina às 23h 19 de outubro de 2012 às 22:37 - Curte
- Anderson Rodrigues: São mais rápido... que a novela chamada de... como se do brasileiro... 19 de outubro de 2012 às 22:37 - Curte
- Alexandre Viegas: STANW 19 de outubro de 2012 às 22:37 - Curte

# 8º CONECO

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação  
PUC-RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FOCALUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós-graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## Anexo 2

**Viaduto da Madureira**  
4 de julho de 2012 · 42

Galera estamos precisando de uma ajuda... alguém aqui conhece alguma pessoa que tenha começado a frequentar o Baile por conta da novela AVENIDA BRASIL? Precisamos disso urgente se tiver entre em contato no e-mail abaixo: contato@viadutodemadureira.com.br  
Desde já obrigada!!!

Curte · Comentar · Compartilhar · 1 · 12 · 2

**Uyara Sodre Pires** Conheço e já levei ao baile recentemente!!!  
4 de julho de 2012 às 19:53 · Curte

**Daniela Melo** Conheço a Simone, bailarina do baile pra ela, e que é o único lugar que todas as vezes que eu vou me faz sentir eu mesma! Levei ela nesse sábado agora pois ela se interessou muito por conta da novela. Não deu outra, ela ADOREI!!!  
4 de julho de 2012 às 21:05 · Curte

**Viaduto da Madureira** Precisamos de um homem tb galera. Se poder, peça as duas pra nos procurar por in bók. obrigada  
4 de julho de 2012 às 21:07 · Curte

**Daniela Melo** Eu conheço um homem. O nome dele é Raphael Marques levei ele um dia dessas e agora todos os encontros que ele marca é dentro do Charme de Madureira pq ele acha um ambiente agradável e ao estilo dele pra encontrar os amigos  
4 de julho de 2012 às 21:16 · Curte · 1

**Uyara Sodre Pires** Vou pedir pra ela entrar em contato.  
4 de julho de 2012 às 22:03 · Curte

**Viaduto da Madureira** Obrigado pessoal. Vamos aguardar eles 2. abs  
4 de julho de 2012 às 22:29 · Curte

**Raphael Marques** Eu Oi!!  
4 de julho de 2012 às 23:47 · Curte

**Monique Santos** Raphael Marques me add no face pra podermos conversar sobre o assunto e Daniela Melo peça pra sua amiga me add tb no face q explico pra ela ok. Obrigada pela ajuda gente!!!  
5 de julho de 2012 às 09:50 · Curte · 1

**Raphael Marques** Adicionei!!  
5 de julho de 2012 às 13:24 · Curte

**Marcos Simões** Eu sempre quis ir ao baile, mas nunca tive a oportunidade e agora com a novela minha curiosidade aumentou. Querem meu contato tbm?  
5 de julho de 2012 às 21:46 · Curte

**Niquee Oliveira** Bom, sempre fui louca para conhecer baile charme, e agora mais ainda mais. Que pena ainda não foi realizado perto de onde mora Barra da Tijuca. Mas com certeza ainda vou no viaduto 😊  
10 de julho de 2012 às 15:24 · Curte

**Escreva um comentário...**

## **Resgatando mobilidades exauridas:<sup>1</sup>** desacelerar, consumir, produzir

Daniele Pires de Castro<sup>2</sup>

### **Resumo**

A experiência de progressão erigida no interior do modelo instrumental de mobilidade está constantemente ameaçada pelos limites de sua própria exacerbação que pode levar à exaustão. Nesse contexto, ganham destaque, nos modos de consumo, na mídia e na arte, demandas por desaceleração. Nesta comunicação, pretendo investigar como experiências que pretendem ser alternativas ao modelo predominante de mobilidade produzem suas críticas. No campo do consumo, o objeto é o “movimento *slow*” e, na arte, as *sleep-oriented performances*. O foco é em identificar se os projetos de desaceleração são capazes de criar outra experiência de movimento ou se a mudança de ritmo não seria senão, apenas, a permanência da mesma lógica produtivista, sustentada por um fôlego acalmado e renovado.

### **Palavras-chave**

desaceleração; mobilidade; movimento *slow*; produtividade; *sleep-oriented performance*.

### **Mobilidades autoengedráveis e corpos exauridos**

No ensaio *Mobilization of the planet from the spirit of self-intensification*, Peter Sloterdijk desenvolve a ideia de que a modernidade e a construção do sujeito moderno fundaram-se sobre um certo modelo de mobilidade que tem como modo específico de realização e existência uma ética baseada na noção de avanço, que é uma forma singular de expressão do movimento. A progressão é apenas umas das formas possíveis em um rol de maneiras distintas de manifestação do movimento e se relaciona com uma forma específica de se compreender também o tempo: como uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e mestra em comunicação pela Universidade Federal Fluminense.



linha que conecta passado e futuro em uma série de eventos que não se repetem ou retornam. O tempo em progressão é irreversível e evolutivo, no sentido de que deve levar a uma melhoria, e infinito, no sentido em que a obsessão pelo progresso levou à perda da capacidade de definição de um ponto de chegada. Determinando uma sequência de eventos que não se repetirão ou serão desfeitos, o tempo compreendido progressivamente nos leva a desejar que cada passo dado seja parte de um movimento geral de desenvolvimento e evolução em direção a melhoria. Apesar de esse “melhor” buscado aparentemente constituir-se como um objetivo, o movimento baseado na ideia de avanço não visa a ir apenas de um ponto A a um ponto B. O “melhor”, o ponto B, é em si mesmo um objetivo movente, também em progresso. Segundo Zygmunt Bauman (e essa talvez seja uma percepção compartilhada por muitos de nós), os objetivos perdem sua atração e potencial de satisfação no momento de sua realização, senão antes. Assim, ressalta esse autor, movemos e continuamos nos movendo por causa da impossibilidade de se atingir a satisfação: a linha de chegada do esforço e o momento da autocongratulação movem-se rápido demais e a consumação permanece sempre no futuro. (BAUMAN, 2001, p. 37) Para os indivíduos imersos nessa lógica de funcionamento da vida, a sensação constante é a de nunca terminar nada.

Assim, o movimento adquire uma natureza cuja característica principal é a retroalimentação do próprio movimento. O primeiro passo dado com vistas ao avanço, explica Sloterdijk, não é aquele que nos colocará em direção a um objetivo fixo, mas é o encadeador de uma série de novos passos, em um tipo de movimento que se autoalimenta. O imperativo ético da modernidade é, portanto, a mobilidade autojustificável promovida pela ideia de continuidade e intensificação. Funcionar segundo essa ética quer dizer, portanto, operar em uma engrenagem infinita de movimento, gerada e mantida por uma força de autoiniciativa e motivação, na qual não se trata então apenas de avançar, mas de permanecer avançando, gerando novas



cadeias de ações, buscando continuamente melhorias, e lutando contra as forças que tentam interromper ou atrapalhar tal mobilização.

No entanto, a experiência de avanço erigida no interior do modelo instrumental e individualista de mobilidade está constantemente ameaçada pelos limites de sua própria exacerbação. Indícios de exaustão, cansaço, esgotamento, imobilidade e paralisia pairam sobre os corpos e desafiam à superação a matéria, ainda orgânica, da qual são feitos os corpos. Assim, a automobilização generalizada nos coloca hoje diante do que pode ser o seu esgotamento: uma imobilidade geral pela exaustão ou pela catástrofe. Conforme ressalta Sloterdijk, os grandes engarrafamentos de férias de verão representam o fim da ilusão, mostrando que “nós já fomos afugentados do paraíso da modernidade e, no futuro, teremos que aprender o *stop-and-go* da pós-modernidade como o suor dos nossos rostos” (SLOTERDIJK, 2009, p. 08). O escritor argentino Julio Cortazar, atento aos mal-estares de seu tempo, descreveu primorosamente, em *A autoestrada do sul*, o cenário espantoso que é o duplo ameaçador de um acontecimento cotidiano: ele narra a quase completa paralisação de automóveis em uma auto-estrada a caminho de Paris, em um engarrafamento, sem causa identificável, que perdura por dias. Nesse acontecimento absurdo, mas assustadoramente verossímil, a imobilidade dos motoristas e passageiros coloca-os diante da implacabilidade de outro tempo, que, no cotidiano da mobilidade produtiva e frenética, é apenas administrado: do tedioso passar dos dias e das noites, dos efeitos no corpo das mudanças de temperatura, das necessidades fisiológicas e dos desejos.

A subjetividade automovente típica da modernidade vem mostrando os sinais de uma crise causada por sua própria intensificação. Pensamentos obscuros como a fumaça exalada pelos automóveis, críticas à civilização, motoristas que percebem que não poderão aguentar por muito mais tempo, tudo isso parece ser o prenúncio de uma

nova era, o início de uma experiência de transição que vai da atividade moderna em direção a uma passividade pós-moderna (SLOTERDIJK, 2009, p. 08). A catástrofe do imperativo do avanço ininterrupto, aquela que mais nos amedronta, é a exaustão que um dia nos forçará a parar. A cena de um automóvel enguiçado na beira da estrada, mas também do esgotamento de solos e outros recursos naturais, é a imagem da falência de um modo de vida que faz da sobrecarga um costume, pois o progresso não pode parar. À semelhança das máquinas, tratamos os nossos e outros corpos, lançando mão do uso de todo tipo de suplementos, drogas, fertilizantes, pesticidas e hormônios, ou seja, todo tipo de aditivo que permita produzir cada vez mais e mais rápido, evitando enquanto possível o inevitável exaurimento. Na necessidade de impor o ritmo intenso de produção e estar no controle, as insuficiências de nosso organismo e da natureza tornam-se os obstáculos cujos efeitos de restrição em nossa mobilidade devemos neutralizar. Alain Ehrenberg relaciona o aumento do uso de medicamentos psicotrópicos a um estado de concorrência permanente a que os indivíduos são submetidos. Eles são menos instrumentos terapêuticos e mais um meio artificial de manter-se na disputa quando o “natural” fracassa. Ehrenberg enfatiza que, mesmo entre as drogas ilícitas, a dimensão dominante hoje é a da estimulação, típica dos anfetamínicos: é o caso do *ecstasy*, uma droga alucinógena psicoestimulante que permite que um indivíduo dance uma noite inteira sem parar. O autor chama atenção para um ideal de funcionamento ilimitado do indivíduo, em uma concorrência permanente com a multiplicação artificial das possibilidades de resistência tanto física quanto psíquica (EHRENBURG, 2010, p. 155).

A grande catástrofe dessa mobilização constante e generalizada é o fracasso desse projeto: a combustão total, o *burn out*, a fadiga, a inação, a falência e a exaustão. São esses os fins radicais que a todo custo é preciso evitar, mas que estão sempre à vista, pois não basta seguir movendo em um ritmo suave, é exigido e

valorizado que estejamos sempre perto do nosso limite de esgotamento sem nunca, no entanto, chegar a ele. O modelo de dedicação intensa e do entusiasmo constante molda o ideal do indivíduo competitivo, empreendedor e vencedor. Assim, ganham destaque na mídia e na literatura as demonstrações de esforço, à beira de um colapso, de atletas e artistas, que procuram mostrar como um período de trabalho intenso é sempre recompensado com o sucesso inevitável (a grande mídia não costuma veicular casos de grandes esforços que não deram o resultado esperado) e que, no fim das contas, o trabalho extenuante deve ser encarado como um prazer, e não como um fardo. Na esteira da pesquisa desenvolvida por Alain Ehrenberg, João Freire Filho ressalta que o “culto da performance” aponta para um “devir atlético e empresarial da sociedade, um processo de conversão aos valores supremos da concorrência e da conquista” (FILHO, 2012, p. 43). Nesse contexto, explica o autor,

o esporte se converteu em um generalizado paradigma existencial. Empregado como referente, metáfora ou princípio de ação em domínios cada vez mais extensos da nossa realidade, ele se consolida como um sistema de gerenciamento de si, baseado no engajamento do indivíduo na formação de sua autonomia e de sua responsabilidade (FILHO, 2012, p. 47)

Em sua pesquisa, Filho dá exemplos do que se tornou um conjunto de obras de grande destaque nas prateleiras de livrarias: os “mapas da vitória cartografados por atletas e por técnicos bem-sucedidos”, como *Mente de Campeão*, de Pete Sampras, *Nunca Deixe de Tentar*, com conselhos fornecidos por Michael Jordan, *Transformando Suor em Ouro*, o *best-seller* escrito por Bernardinho, *O Atleta Interior: Como Atingir a Plenitude do Seu Potencial Físico e Espiritual*, de Dan Millman (FILHO, 2012, p. 43) A popularidade desse tipo de literatura mostra a força moral que o esporte adquiriu fora do âmbito esportivo. Trata-se de um discurso de honra ao mérito individual, de uma retórica que proclama que prêmios e recompensas virão para os mais esforçados e habilidosos, aqueles que terão desempenho

comparativamente melhor, tal qual ocorre em disputas esportivas. (FILHO, 2012, p. 49)

Porém, é nesse mesmo cenário de espetacularização e heroicização de histórias e indivíduos que vão ao extremo do investimento de suas emoções e saúde em um projeto que começam a surgir as demandas pela desaceleração. São experiências, em várias áreas de conhecimento e de práticas, que pretendem figurar como alternativas ao modelo predominante. Em um contexto em que motoristas e todos os outros sentem que não poderão aguentar por muito mais tempo, que ganham visibilidade os projetos de mudança de hábitos e valores: histórias de pessoas que largaram carreiras consideradas promissoras, mas exaustivas, por uma vida “mais simples”, movimentos de repúdio aos automóveis, ao excesso de consumo, aos produtos industrializados. Considerando o breve diagnóstico, apresentado até aqui, sobre a noção atual de mobilidade e como ela afeta a forma como agimos e planejamos nossas vidas, interessa-nos aqui analisar duas propostas que parecem sugerir outras formas de pensar o movimento e o modo de viver. Em primeiro lugar, analisaremos as obras performáticas chamadas *sleep-oriented*, que valorizam não a espetatorialidade ativa, mas o adormecimento da plateia. Após, analisaremos o movimento *slow*, que propõe um novo modelo de consumo oposto a maneira *fast* e padronizada dos produtos superindustrializados. Interessa-nos pensar criticamente o que elas oferecem em termos de alternativa aos padrões de movimento e produção que caracterizam a sociedade e a subjetividade de nossos dias, atentando especialmente para os processos de captura que acabam por submeter modos de vida inovadores a mesma lógica mercadológica que tentam combater.

### ***Sleep-oriented performances***

O ideal de funcionamento ininterrupto e em avanço enseja o desejo de neutralizar ou superar os efeitos paralisantes das necessidades fisiológicas do corpo sobre o movimento contínuo. Jonathan Crary nos mostra que não se trata apenas de condicionar o corpo a funcionar ininterruptamente através de drogas, aditivos e dispositivos, mas de todo um sistema de funcionamento da sociedade proporcionado pelas formas capitalistas de produção. Há, na emergência desse modelo econômico, a crescente necessidade de controle do tempo de produção, que se dá através do rompimento do vínculo com a terra e com seus ritmos, sujeitos às condições naturais e à organização comunitária, e da construção do espaço da fábrica, onde se constitui um tempo próprio, homogêneo, composto de processos ininterruptos. (CRARY, 2014, p. 72-73) No entanto, ressalta Crary, até quase a metade do século XX ainda remanesciam tempos e lugares não regulados, nos interstícios entre períodos de confinamento nas instituições disciplinares. Já a partir dos anos 1950, alguns autores começam a descrever a colonização dessas frações de tempo pelo lazer organizado, pelo consumo e pelo espetáculo, bem representada pelo aparecimento da televisão, que impõe uma forma padronizada de fruição das horas de lazer, ao mesmo tempo em que extrai valor dessa atividade ao colocar o indivíduo também na condição de consumidor. Essa colonização culmina, na década de 1980, com a redefinição do indivíduo como um agente econômico em tempo integral (CRARY, 2014, p. 80) – produtor e consumidor.

Novas tecnologias de comunicação estimulam o indivíduo a assumir um papel mais ativo e promovem a expansão da produção e da circulação de informações, reformulando a maneira como ele se relaciona com o mundo. O agente econômico em tempo integral é consumidor permanente de conteúdo, em suas horas de trabalho, estudo ou lazer, e é também fonte de informação para a produção de novos conteúdos. Crary identifica nos escritos de Gilles Deleuze o esboço do que parece ser uma



realidade próxima: uma interface contínua, uma ocupação relativamente ininterrupta de telas que exigem constante interação e que faz desaparecerem aquelas brechas da vida cotidiana livres de intrusões corporativas (CRARY, 2014, p. 85). A ideia de sociedade de controle, proposta por Deleuze na década de 1990, vem dar contornos mais precisos às transformações que ocorriam: se, na sociedade disciplinar, havia uma relativa liberdade na vida cotidiana que ocorria fora dos espaços monitorados das instituições, na sociedade de controle, as brechas desaparecem e “os mecanismos de comando e efeitos de normalização penetram em quase todos os lugares quase o tempo todo e se internalizam de forma mais completa e micrológica do que o poder disciplinar”. (CRARY, 2014, p. 81). Crary enfatiza que, no lugar de suplantando as formas disciplinares de poder, as formas de controle vieram complementá-las, tornando-se camadas adicionais ao lado de modelos institucionais ainda em funcionamento e até amplificados. (CRARY, 2014, p. 81)

Segundo Jonathan Crary, o sono é a última necessidade humana que ainda não foi transformada pelo capitalismo em mercadoria ou investimento. O sono, em sua inutilidade profunda e passividade intrínseca, resiste, a contrapelo das demandas de nosso universo de funcionamento contínuo. (CRARY, 2014, p. 20) No entanto, essas “horas sem valor” vêm passando por um processo paulatino de degradação, afirma Crary, citando o fato de ser cada vez maior o número de pessoas que interrompem o sono para checar mensagens e informações e a redução do tempo de sono do americano médio de dez horas no início do século XX para seis horas e meia atualmente. O autor descreve ainda as ambições científicas de domínio sobre o sono, como pesquisas cujo objetivo é descobrir como as pessoas podem permanecer produtivas em estado de privação do sono. Reduzir a necessidade de descanso do corpo e domar o tempo, tornando-o produto da eficiência produtiva e não da necessidade orgânica, é uma das utopias de nossos dias.

O temor ao sono é bastante conhecido no universo da arte: um espectador que dorme nos parece a imagem do fracasso de uma obra performática. No entanto, em um tempo no qual as percepções são moldadas segundo uma lógica de velocidade e excesso, de rápidas e frágeis conexões, é cada vez mais difícil atrair e manter o foco da atenção do outro. Diante de tal cenário, a arte se remodela, contribuindo para a constituição desses novos modos de percepção menos fundados na contemplação e mais na interação. Conforme ressalta Paula Sibilia, dissemina-se, em nossos dias, a noção de que uma postura “passiva” que se manifesta na mera contemplação de obras fixa e estáveis é antiquada, entediante ou estéril. Assim, se estimula e celebra sua extinção em favor de uma postura mais “contemporânea” na qual o espectador interage com as obras (SIBILIA, 2011, p. 639). Tais tendências na arte, analisa a autora, mostram-se compatíveis com um modelo de subjetividade que está se impondo, aceleradamente, como o tipo hegemônico, ao solicitar e estimular um conjunto de valores e atitudes bem atuais, tais como o empreendedorismo, a velocidade, a proatividade, a hiperconexão, a cultura participativa, a administração de múltiplos contatos, a boa performance nos âmbitos mais diversos, o gerenciamento da própria imagem, a espetacularização do eu e a autopromoção, a reciclagem e a atualização constantes, etc (SIBILIA, 2011, p. 646).

Nesse contexto, crescem em popularidade obras que exigem que o espectador esteja continuamente em atividade junto aos artistas. É o caso do teatro chamado imersivo, que convoca a plateia a transitar pelo cenário e vasculhá-lo e disponibiliza para ele uma multiplicidade de cenas à escolha. Trata-se de um tipo de encenação que exige do espectador uma atitude ativa diante da obra, imprescindível para o desenvolvimento de uma experiência pessoal de interação. Uma dessas obras é da companhia de teatro *Punchdrunk*, em cartaz em Nova Iorque desde 2011, e tem como regra “não dormir”, como propõe o espetáculo, de título pouco misterioso, *Sleep no*

*More*. Mas se por um lado, multiplicam-se os exemplos desse tipo de arte que faz do espectador um participante em atividade, o temor do ronco da plateia não é mais uma unanimidade entre os artistas de performance. Paradoxalmente, popularizam-se também os projetos de *sleep-oriented performance*, obras para as quais o sono é parte integrante e até fundamental. É o caso de *Dream of the red chamber: a performance for a sleeping audience*, na qual o participante deve retirar seus sapatos e cochilar, enquanto o elenco ao redor performa cenas de gestos repetitivos, baseadas no clássico romance chinês, em um ambiente de luzes turvas e música monótona. A intenção é a de que o espetáculo penetre o subconsciente do visitante. No evento *Dream Over*, realizado no *Rubin Museum* em 2011, o visitante é convidado a dormir debaixo de uma obra de arte escolhida por um curador e, ao despertar pela manhã, contar e interpretar seus sonhos. Também tornaram-se bastante populares os *sleep concerts*, produzidos desde a década de 1980 pelo músico Robert Rich, concertos que duram toda a noite com experimentos musicais que procuram estimular o ciclos de sono da plateia. Em um artigo no *The New York Times*, o artista e produtor Mark Russel sugere que o que está em questão é a quebra de um tabu que afirma que é preciso estar acordado para usufruir de uma obra de arte; ao contrário, diz ele, um estado de sonolência pode ser uma forma legítima de experimentar uma performance.

De um lado, tais eventos parecem apontar para certo esgotamento da ideia, muito presente nas artes da performance, de que o espectador deve ter uma postura sempre ativa em relação à obra. O artista liberta-se de sua ansiedade em capturar a atenção do espectador e o corpo deste é liberado de um estado de atenção intensa, seja plena ou dispersa. A distração e até mesmo o sono passam a ser permitidos e estimulados. Por outro lado, o que se vê em algumas obras, como *Dream Over* e mesmo *Dream of the red chamber*, é a captura do sono pela lógica da participação do espectador e da produção compartilhada de sentido. Não mais o espectador

consciente, mas sua subconsciência torna-se a parte ativa do jogo; não mais suas ações, mas suas ondas cerebrais e imagens mentais serão determinantes para a realização da obra. Apesar de propor outro modo de movimentação e percepção, a princípio oposto ao das múltiplas e rápidas conexões, as *sleep-oriented* performances endossam a mesma lógica produtivista, na qual mesmo a mais distraída e descompromissada experiência, como o sono, é vista como fonte de criação. Se o sono é a última barreira ainda não vencida pela ciência que busca o aprimoramento do corpo humano, a arte já conseguiu cooptá-lo em seu favor: o cochilo do espectador, anteriormente tão abominado pelos artistas, uma evidência irrefutável de sua indiferença, torna-se o fundamento da experiência da participação da plateia na obra. Nesse sentido, por mais que tais performances pareçam ir na direção contrária de outras obras contemporâneas que exigem uma postura ativa do espectador, elas também estão em consonância com o modo de mobilização atual, pretendendo extrair, até da imobilidade do corpo, um valor.

### ***Slow movement***

Nestes tempos em que a hiperatividade vem se tornando epidemia, desacelerar tornou-se palavra de ordem. De um lado, conforme explicado por Alain Ehrenberg, cresce o consumo de drogas que permitem aos concorrentes permanecerem no mercado, mais produtivos e concentrados. Por outro lado, o desejo de mudar de ritmo ganha popularidade e desenvolvem-se novas estratégias de mobilidade, aparentemente avessas à lógica da concorrência, do excesso e do avanço. O movimento internacional *slow*, que teve como pioneiro o *Slow Food*, fundado em 1989, é uma dessas estratégias, e, hoje, transformou-se em conjunto numeroso - *Slow Cities*, *Slow Sex*, *Slow Work*, *Slow Schooling*. Na página brasileira do movimento, o indivíduo moderno é definido como aquele que vive submerso numa “corrida de obstáculos” em que “controlar o cronometro até o último segundo determina nossa existência”. Ressalta-

se a desconexão desse indivíduo “com o meio natural e o seu tempo”. A intenção do movimento é “iluminar a possibilidade de levar uma vida mais plena e desacelerada”, que o indivíduo desenvolva a capacidade de “parar e usufruir de um presente prolongado que em muitos casos fica sepultado pelas obrigações do futuro mais imediato”<sup>3</sup>.

Inicialmente, o movimento *slow food* buscava resgatar a conexão dos indivíduos com o alimento e com a alimentação, apondo-se às grandes cadeias de comida industrializada e rápida e, assim, incentivando trocas comerciais mais justas, opções mais saudáveis e a vivência prazerosa do momento da refeição. Inspirados nesse movimento, multiplicaram-se as propostas, e, além daqueles já citados surgiram novas rubricas, como *Slow Fashion*<sup>4</sup>, *Slow Home* e *Slow Design*<sup>5</sup>. De maneira geral, o movimento *slow*, e mesmo seus descendentes mais recentes, propõe o abandono dos processos de produção industrializados em série, que padronizam e empobrecem as experiências cotidianas, em favor de formatos mais artesanais e personalizados. No entanto, o que seria, a princípio, uma proposta que se oporia aos excessos do ritmo de produção e consumo da sociedade ocidental contemporânea, desenvolve-se nos mesmos moldes do esquema mercadológico de produção de modelos estandardizados, que acabam, talvez na contramão do projeto inicial, criando novos modos de consumo, na forma de *estilo de vida*.

Demandas individuais e coletivas legítimas, como hábitos mais saudáveis, conservação ambiental, inserção tecnológica e até posicionamento político, por

<sup>3</sup> Fonte: <http://movimientoslow.com/pt/filosofia.html>

<sup>4</sup> Fonte: Uol Mulher. “Movimento slow fashion defende a produção de peças duráveis e feitas à mão”. Disponível em: <http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2014/10/29/movimento-slow-fashion-defende-a-producao-de-pecas-duraveis-e-feitas-a-mao.htm> Acesso em 24/03/2015.

<sup>5</sup>Fonte: Hypheness. “5 Movimentos inspirados no Slow Food que se espalharam pelo mundo” Disponível em: <http://www.hypenness.com.br/2013/02/5-movimentos-inspirados-no-slow-food-que-se-espalharam-pelo-mundo/> Acesso em: 24/03/2015



exemplo, são capturados pelo capital e retornam à sociedade como uma série de produtos que serão consumidos sob o pretexto da adoção de um estilo de vida. Esses conjuntos não se resumem a roupas, acessórios, alimentos e outros bens, mas contêm orientações sobre onde ir, como se divertir, onde buscar informações, o que desejar, o que pensar, como se relacionar. Guias, blogs e celebridades do mundo virtual em suas páginas de mídias sociais proliferam na internet como verdadeiros manuais com orientações para cada perfil. Tais estilos de vida independem de contexto geográfico, nacional, cultural, e suplantam as identidades locais fixas, dando lugar a identidades globalizadas flexíveis que mudam ao sabor dos movimentos do mercado e com igual velocidade. (ROLNIK, p. 1). Segundo João Freire Filho, os estilos de vida constituem

uma forma por intermédio da qual o pluralismo da identidade pós-moderna é administrado pelos indivíduos e organizado (e explorado) pelo comércio. Para os sujeitos que não podem mais se apoiar na estabilidade oferecida pelos modos de vida tradicionais, comunitários, o estilo de vida funciona, inegavelmente, como uma (precária) âncora identitária. (FILHO, 2003, p. 74)

A adoção de estilos de vida propostos pelo mercado é mais um item das escolhas que tornam o indivíduo responsável por seu próprio destino. Elas nunca são definitivas; é preciso ser móvel, pois as oportunidades e opções são diversas. João Freire Filho ressalta a variedade de recursos materiais e simbólicos que permitem que qualquer pessoa possa, em tese, trocar de estilo de vida, ao mudar de uma vitrine, um canal de televisão, uma prateleira de supermercado para outra. (FILHO, 2003, p. 74) Apesar de estarem aparentemente fundadas no desejo, as escolhas individuais estão continuamente submetidas a processos de adequação a projetos e modos de vida valorizados socialmente. Assim, por exemplo, não se pode desvincular a crescente opção pela adoção de um estilo de vida saudável da força moralizante do discurso da autogestão da saúde e da boa forma, da mesma maneira, é possível estabelecer um vínculo entre a multiplicação de estratégias de desaceleração e um entendimento

dominante sobre o que é uma vida feliz, ou ainda, associar certas variáveis do movimento *slow* com a demanda, que se manifesta através do consumo, por autenticidade ou personalização.

## **Conclusão**

Se, por um lado, vivemos um momento de grande valorização da força de invenção, é constante também sua captura e transformação em ofertas de mercado, em valor. A demanda por desaceleração, provocada por um modo de vida fundado sobre uma mobilidade em avanço, intensificada, ininterrupta e autojustificável, é sequestrada pela mesma lógica produtivista que procura combater. Assim, o sono passa a ser valorizado não por sua inatividade intrínseca, mas a partir do momento em que é possível extrair dele algum valor, algum produto. Similarmente, a opção por hábitos menos vinculados a padrões de consumos determinados pela lógica da rapidez e descartabilidade, torna-se um estilo de vida, ou seja, um conjunto de mercadorias, na forma de bens e informações, que moldam comportamentos a partir de modelos estandardizados.

Não se trata aqui de negar as mudanças de perspectiva que tais estratégias promovem e os consequentes ganhos em termos de experimentação, nesses casos, como novas formas de fruição e produção na arte e como criação e valorização de outras cadeias de produção e consumo em várias esferas. No entanto, vale a observação atenta e crítica para as capturas dessas experiências pela mesma lógica de mobilidade criadora de valor que tem levado ao esgotamento das horas inúteis, submetendo os corpos, mesmo em suas demandas por desaceleração, ao imperativo do engajamento produtivo e consumista.

## Referências bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- CRARY, Jonathan. *24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono*. São Paulo: Cosac Naify, 2014.
- EHRENBERG, Alain. *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Aparecida, SP: Ideias e Letras, 2010.
- FILHO, João Freire. Mídia, consumo cultural e estilos de vida na pós-modernidade. In: *Revista Eco-pós*, v. 6, n.1, jan-jul 2003, p.72-97.
- \_\_\_\_\_. A nova mitologia esportiva e a busca da alta performance. In: *Revista Comunicação & Cultura*, nº 13, 2012, pp. 39-52.
- PELBART, Peter Pal. *Vida capital: ensaios de biopolítica*. São Paulo: Iluminuras, 2011.
- ROLNIK, Sueli. *Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização*. Disponível em:  
<http://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/suely%20rolnik.htm> Acesso em: 18/01/2015.
- SIBILIA, Paula. A técnica contra o acaso: os corpos inter-hiperativos da contemporaneidade. *Revista Famecos*. Porto Alegre, v. 18, n. 3, p. 638-656, set./dez. 2011
- SLOTERDIJK, Peter. Mobilization of the planet from the spirit of self-intensification. In: LEPECKI, Andre. JOY, Jenn. (ed.) *Planes of composition: dance, theory and the global*. Calcuta: Seagull Books, 2009.

## **Sobrevivências Turísticas<sup>1</sup>**

lampejos e cosmopolitismos permeando a experiência do turista

Débora de Paula Falco<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo pretende discutir a posição social do turista, suas estereotipias reduzidas e suas potencialidades. O estudo fundamenta sua proposta nas teorias de G. Didi-Huberman e sugere pensar o turista encarando-o como sujeito de sua ação. A experiência turística é abarcada como possuidora de um caráter político e lúdico. A partir disto propõe-se a possibilidade de resistência, crítica, reflexão e lampejos na prática do turista em meio aos holofotes e, ao mesmo tempo, obscuridades da sociedade do espetáculo. Neste sentido, o turista seria capaz de estabelecer um posicionamento crítico perante as relações e discursos de subordinação que criam imagens do Outro para o turismo. Assim, são observadas algumas interações do pós-colonialismo, do cosmopolitismo do subalterno, com a prática do turismo no Brasil.

**Palavras-chave:** sobrevivências; turismo; mídia; pós-colonialismo; identidade.

### **O Turista Vaga-lume: repensando a posição social do turista**

A figura social do turista e suas representações via mídia por vezes encaminham para uma visão deste ator social como um sujeito sem capacidade de enviar sua percepção para além dos clichês turísticos. Este artigo sugere pensar no turista ultrapassando estas estereotipias e encarando-o como sujeito de sua ação. Para isso, tem-se como objeto da pesquisa a figura social do turista no contexto pós-colonialista e, como questionamento, a arraigada distinção socialmente construída entre “turistas” e “viajantes”. Este tipo de diferenciação consiste fundamentalmente na atribuição de significado positivo ao viajante e negativo ao turista e é isto que se almeja controverter. As argumentações que viabilizam esta análise fundamentam-se, sobretudo, na teoria de Georges Didi-Huberman, em seu livro “Sobrevivência dos Vaga-lumes”. O autor reflete sobre percepções, relações humanas, estética, política

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3- Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na Categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Débora de Paula Falco é doutoranda em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora UFJF. Especialista em Artes, Cultura Visual e Comunicação pela UFJF. Graduada em Turismo UFJF.

entre outros temas, o que legitima sua aplicação ao turismo que também é um fenômeno humano de percepção, ação e interação social. Vale lembrar que esta é uma discussão teórica que tem base as potencialidade, virtualidades, contidas na ação turística como atividade desempenhada entre humanos.

Cabe ressaltar que por um longo período as categorias turista e viajante se opunham veementemente não apenas no imaginário popular, mas também na visão de muitos estudiosos<sup>3</sup>. Ao viajante era atribuído um sentido positivo, ao passo que ao turista era relegado um sentido pejorativo. Muito desta percepção pode ser explicada pela história das viagens. Camargo (2001) descreve que nos séculos XVI, XVII e XVIII, quando somente a elite tinha acesso às viagens, o chamado *grand tour*, era uma viagem de aprendizagem feita pelos jovens nobres da aristocracia inglesa, comumente com tutores. A viagem era para a camada aristocrática, “um rito de iniciação e instrumento de poder” (CAMARGO, 2001, p. 51). Com isso, eles se distinguiam do restante da população que não dispunha de meios para viajar e nem de ferramentas de educação formal.

Quando o turismo de massa iniciou-se, grande parte da população trabalhadora, de camadas médias e baixas, passou a ter acesso às viagens. Neste contexto as viagens eram feitas, sobretudo, nas férias e com o intuito de descanso. Neste primeiro instante, as cidades no afã de conquistar estes novos consumidores, não raro, acabaram por prejudicar seus moradores e mesmo o espaço urbano. Por isso, culpabilizou-se a figura do turista e criou-se a ideia limitada de que este somente desejava refazer-se de sua rotina exaustiva de trabalho, não se interessando pela cultura local e ainda depredando os locais, isto é, da viagem turística era retirado todo suposto potencial do viajante. Evidentemente o cenário do turismo atual não é o mesmo verificado no início desta atividade. O turismo é experienciado hoje no contexto fluido e complexo da sociedade moderno tardia.

Contudo, talvez a defesa do viajante em oposição ao turista reivindique justamente esta aura de “refinamento” e “intelectualidade” do viajante do *grand tour*

---

<sup>3</sup> Não tratamos neste artigo o turista a partir de tipologias, mas o vemos como o sujeito ordinário que assume esta posição e, logo, é possuidor de todas as potencialidades da ação e deslocamento humanos.



e rechace o caráter ordinário da massa. Assim, quando o consumo<sup>4</sup> deste tipo de atividade se popularizou as classes mais abastadas rejeitavam a ideia de serem chamadas de turistas e, na tentativa de não se igualar à massa, que agora também consumia viagens, abrigou-se na antiga concepção do viajante, como mecanismo de diferenciação. Sugerimos neste artigo que turista e viajante não são, contemporaneamente, categorias excludentes.

Neste sentido, Serrano (2000, p. 51) observa que “parece prevalecer a ideia do turista como um sujeito de uma atividade espúria, ‘o idiota das viagens’ [...] mas será que todos os turistas experimentam o turismo – ainda que de massa – assim tão mecânica e passivamente?”. A indagação de Serrano (2000) impõe pensar naquele turista que poderíamos denominar de “turista vaga-lume”, seguindo a teoria de Didi-Huberman (2011) sobre a Sobrevivência dos Vaga-lumes. A partir desta reflexão podemos vislumbrar no turista ainda a possibilidade de ser um sujeito contemporâneo, nos termos que George Agamben (2009) entende.

A circunstância de viagem, incluindo a turística, traz em si algumas condições interessantes que podem disparar o posicionamento do indivíduo como um contemporâneo ou um vaga-lume. Isso porque a viagem apresenta ao indivíduo, de forma ainda mais intensa, a precariedade de sua identidade, o coloca em posição de distanciamento tanto de seus hábitos e cultura, quanto da cultura do outro e, além disso, o turismo se conduz através de um entrelaçamento de tempos, memórias e formas de interpretar a história.

Sendo assim, é importante reconhecer que não existe uma única e estereotipada forma de experienciar o turismo. Como lembra Barretto (2000, p. 20), “a cada momento e em cada lugar em que o fenômeno turístico se produz, ocorre uma série de relações que sempre são, em algum grau, diferentes e nunca totalmente previsíveis”. Deste modo vale ponderar sobre a visão recorrente acerca do turismo

---

<sup>4</sup> O consumo é também classificador e fator de distinção social. Porém, vale ponderar e estar atento para o fato de que consideramos neste artigo o consumo como algo cultural e produtor de significações sociais em consonância com a denominada “antropologia do consumo”, vista em Everardo Rocha, Mary Douglas e Baron Isherwood entre outros autores. Portanto, não o consideramos “mero ato” ou algo de significação menor dentro da sociedade. Este tipo de visão obsoleta é rebatida pelos autores mencionados.

como sendo uma atividade banal ou superficial, pois, como indica Passolini (1961), citado por Didi-Huberman (2011), “A luz é sempre igual a uma outra luz. Depois se modificou: de luz se tornou alvorada incerta, [...] e a esperança teve uma nova luz”. De modo semelhante, uma vez que requer a atividade humana, o turismo também pode trazer um lampejo de luz e se tornar alvorada incerta para o sujeito “turista vaga-lume”. Evidentemente, como em toda a vida social, isto dependerá da postura do indivíduo frente à prática do turismo e não se constitui em um padrão invariável.

O turismo de massa e suas imagens recorrentes surgem na modernidade e, como tal, fazem parte da era da reprodutibilidade técnica de que fala Benjamin (2012). Hoje não é necessário viajar fisicamente para conhecer cidades, costumes, culturas e povos além fronteira, pois estes nos são apresentados de maneira ininterrupta pelas imagens da mídia. Todos os atrativos turísticos estão imersos na chamada sociedade do espetáculo. Serrano (2000, p. 40) lembra que “antes da viagem, a mídia - em todos os seus formatos - encarrega-se de ajudar a definir as destinações e de dirigir o olhar a pontos dignos de serem observados [...] com vistas a desviar a atenção de outros, durante os *seigtseeing tours*”. Como aponta Didi-Huberman (2011, p. 155) “não vivemos em apenas um mundo, mas entre dois mundos pelo menos. O primeiro está inundado de luz, o segundo atravessado por lampejos”. Um simbolizado como hollywoodiano, representando toda a força da narrativa midiática e, outro, do movimento da liberdade, da resistência, da ruptura, da interpretação crítica. Afinal, quanto aos vaga-lumes, “depende apenas de nós mesmos não vê-los desaparecerem. Ora, para isso, nós mesmos devemos assumir a liberdade do movimento, a retirada que não seja fechamento sobre si [...] Dizer *sim* na noite atravessada por lampejos e não se contentar em descrever o *não* da luz que nos ofusca” (DIDI-HUBERMAN, 2011, p. 154).

Complementando este raciocínio Santiago (2011, p. 1) observa que “a luzinha viva, intermitente e reservada dos vaga-lumes perturba a alta voltagem festiva e feérica dos refletores na sociedade do espetáculo”. Aliando-se ao exposto Agamben (2009, p. 63) constata que “contemporâneo é, justamente, aquele que sabe ver essa obscuridade, que é capaz de escrever mergulhando a pena nas trevas do presente”.

Portanto, o que a mídia ou mesmo o planejamento turístico de uma cidade pretendeu obscurecer ou obliterar paradoxalmente através de holofotes, pode ser percebido por aqueles turistas que “resistem”, isto é, que não se conformam como o já dado, o aparente, o pacote de clichês, o estereótipo.

Isto indica que, ao contrário do se pensava na época do surgimento do turismo de massa, esta experiência se compõe sim de resistências e luzes fulgurantes. Ao refletir sobre estas circunstâncias da sociedade vale atentar para a seguinte ponderação de Didi-Huberman (2011), que também traduz a parca percepção social sobre o turismo:

Assujeitou-se o mundo, assim, totalmente como sonharam – o projetaram, o programaram e querem no-lo impor – nossos atuais ‘conselheiros pífidos’? Postulá-lo é, justamente, dar crédito ao que a máquina quer nos fazer crer. É ver somente a noite escura ou a ofuscante luz dos projetores. É agir como vencidos: é estarmos convencidos de que a máquina cumpre seu trabalho sem resto nem resistência. E não ver mais nada. É, portanto, não ver o espaço – seja ele intersticial, intermitente, nômade, situado no improvável – das aberturas, dos possíveis, dos lampejos, dos ‘apesar de tudo’ (DIDI-HUBERMAN, 2011, p. 42).

Tendo em vista estes argumentos é que não consideramos mais factível cercear a figura social do turista como oposta ao que se compreende por viajante. A resistência e as resplandecências podem aparecer em qualquer atividade humana. Conciliando-se ao exposto Urry (1996, p. 139) postula que o que denominou pelo termo “pós-turista” refere-se a um sujeito “resolutamente ‘realista’”. De acordo com Urry (1996, p. 140) “a ênfase do pós-turismo na alegria, na variedade e na autoconsciência torna mais difícil encontrar prazeres simples em uma ruptura tão suave e tão socialmente tolerada”, como a que seria proporcionada pelas visitas programadas e reconhecíveis aos cartões-postais de uma cidade ou mesmo o caminho oferecido pelos guias de viagem. O pensamento de Urry (1996) deixa entrever que o turista não se acomodaria a uma posição meramente alienada ou de “idiota das viagens”, como discute Jean Didier Urbain no clássico livro “L’idiot du voyage: histoires de touristes”, editora Payot, 2002.

Didi-Huberman (2011, p. 30) salienta a partir do pensamento de Passolini que “o improvável e minúsculo esplendor dos vaga-lumes [...] não metaforiza nada mais do que a humanidade reduzida a sua mais simples potência de nos acenar na noite”.

Com vistas a este raciocínio é que propomos o entendimento da figura do turista como sujeito perceptivo, interpretativo e criativo em sua ação. Este se assemelha a sentidos anteriormente só atribuídos ao viajante. Contudo, não é o turista também um viajante e o viajante também um turista? Argumentamos que sim.

Deste modo, o turismo de massa nascente no século XIX não mata o que seria a experiência do viajante para o turista. Como destaca Didi-Huberman (2011):

Não se pode, portanto, dizer que a experiência seja qual for o momento da história, tenha sido ‘destruída’. Ao contrário, faz-se necessário – e pouco importa a potência do reino e de sua glória, pouco importa a eficácia universal da ‘sociedade do espetáculo’ –, afirmar que a experiência é indestrutível, mesmo que reduzida às sobrevivências e às clandestinidades de simples lampejos na noite (DIDI-HUBERMAN, 2011, p. 148).

Nesse sentido, para evitar compreensões errôneas, autores como Labate (2001), visando suplantiar estas designações que, na verdade, não dão conta da figura do turista atual, propõe o termo “viajante-turista”. Com este termo a autora busca unir à nomeação “turista” capacidades antes atribuídas apenas ao chamado “viajante”. Ainda assim, Labate (2001, p. 57) lembra que “o termo viajante-turista é precário. Escolhemo-lo porque evoca ao mesmo tempo a ideia de viagem (algo mais individual, desregrado) e de turismo (algo mais coletivo, padronizado)”. Porém, uma vez ultrapassado o fatigado conceito de turista como sendo o “ruim” e viajante como sendo o “bom” das viagens, poderemos usar apenas o termo turista para designar todas as potencialidades em discussão nesta seção. Como nota Nietzsche (2003) a vida é marcada por um movimento constante de superação de configurações sedimentadas, o que instaura novas configurações e horizontes. Assim espera-se contribuir para a compreensão do turista e das viagens.

Deste modo, como mencionado, mesmo o turismo de massa não seria um empecilho para que vaga-lumes surgissem com seus lampejos através da atividade turística, pois como ressalta Didi-Huberman (2011, p. 30) “quando a noite é mais profunda, somos capazes de captar o mínimo clarão, e é a própria expiração da luz que nos é ainda mais visível em seu rastro, ainda que tênue”. Urry (1996) explica que o pós-turista sabe que o turismo é um jogo, uma série de jogos com múltiplos textos e por esta razão saberia reconhecer a “cena” e a “obscena” (GOMES, 1994) da cidade

que visita. Para Barretto (2002, p. 20) “o turismo não tem um tronco principal sobre o qual girar e a partir do qual expandir-se: é um entrelaçamento no qual circulam múltiplos atores, servindo-se uns dos outros”. Isto porque, como prática humana, o turismo não comporta mensurações exatas.

Conciliando-se às teorias abordadas, o conceito de natalidade de Arendt (2007) parece bem adequado. Com este conceito a autora indica que cada ação humana traz em si a potencialidade de iniciar, de perceber, de interpretar algo novo. Segundo Arendt (2007, p. 17) “nesse sentido, de iniciativa, todas as atividades humanas possuem um elemento de ação e, portanto, de natalidade”. Além disso, para a autora, ação é iniciar e imprimir movimento na sociedade é, portanto, atividade política por excelência. Assim:

O menor dos atos, nas circunstâncias mais limitadas, traz em si a semente da mesma ilimitação, pois basta um ato e, às vezes, uma palavra para mudar todo conjunto. Além disso, seja qual for o conteúdo específico, a ação sempre estabelece relações, e tem portanto a tendência inerente de violar todos os limites e transpor todas as fronteiras (ARENDT, 2007, p. 203).

Didi-Huberman (2011, p. 70) destaca que ser contemporâneo requer “ao mesmo tempo coragem – virtude política – e poesia, que é a arte de fraturar a linguagem, de quebrar as aparências, de desunir a unidade do tempo”. Seguindo as propostas de Passolini e Agamben o autor apresenta a “política das sobrevivências”.

Para Rancière (2005, p. 16) “é um recorte dos tempos e dos espaços, do visível e do invisível, da palavra e do ruído que define ao mesmo tempo o lugar e o que está em jogo na política como forma de experiência”. Na percepção de Rancière (2005) assim como de outros autores aqui abordados, a política é um modo de subjetivação e participação social. Como ressalta Didi-Huberman (2011, p. 135) a “experiência interior, por mais ‘subjetiva’, por mais ‘obscura’ que seja, pode aparecer como um lampejo para o outro, a partir do momento em que encontra a forma justa de sua construção, de sua narração, de sua transmissão”. Com sentido semelhante Arendt (2007) considera que ação e política somente se realizam através da pluralidade humana. Para a autora “todos os aspectos da condição humana têm alguma relação com a política; mas esta pluralidade é especificamente a condição – não apenas a



*conditio sine qua non*, mas a *conditio per quam* – de toda vida política”. Disto infere-se que ser contemporâneo, perceber os lampejos nas trevas compreende também relações de hospitalidade instigadas pela viagem, como exercício político, como será abordado a seguir.

### **Experiência Sensível, Política e Turismo: interações**

Gagnebin (2014, p. 121) refere-se à imagem “no sentido daquilo que se apresenta ao olhar, que é por ele definido enquanto ‘representação’”. Acompanhando esta conceituação podemos encerrar também o olhar do turista sobre a cidade. Todavia, Gagnebin (2014) ressalta que a visão talvez não seja o principal dos sentidos ao experienciar a cidade. A partir dos estudos de W. Benjamin a autora salienta a “passagem de uma estética do olhar e da contemplação para uma estética da tatalidade [...], do choque, da interrupção, do gesto e da imagem inconsciente” (GAGNEBIN, 2014, p. 129-130). A proposta da autora coaduna com a vida nas grandes cidades e, portanto, com a experiência do turista atual.

Como descreve Gagnebin (2014) a estética do choque liga-se à agitação citadina de que se ocupava George Simmel em seus estudos. Porém, pensa-se nesta estética como algo político e não a partir da possibilidade de apatia descrita por Simmel. Gagnebin (2014), apoiada no discurso de Benjamin, assinala ainda para a ludicidade desta experiência do encontro de alteridades, da qual a cidade é palco e o deslocamento humano um disparador.

Conforme Onfray (2009, p.14-60) “a arte da viagem induz uma ética lúdica, uma declaração de guerra ao espaço quadriculado [...] a viagem solicita o desejo e o prazer da alteridade; não a diferença facilmente assimilável, mas a verdadeira resistência, a dessemelhança maior e fundamental”. Neste sentido, o turista seria capaz de extrapolar o já dado, estabelecer negociações culturais com o outro e, ainda, seria capaz de trazer estas memórias de viagem para o seu presente, sempre a atualizando para um futuro.

Nietzsche (2003) também evidencia a necessidade de abertura ao outro, de hospitalidade que propicia a política. Na compreensão do autor:

cada vivente só pode tornar-se saudável, forte e frutífero no interior de um horizonte; se ele é incapaz de traçar um horizonte em torno de si mesmo, e, em contrapartida, se ele pensa demasiado em si mesmo para incluir no interior do próprio olhar um olhar estranho, então definha e decai lenta ou precipitadamente em seu ocaso oportuno (NIETZSCHE, 2003, p. 11).

Com exposição semelhante Onfray (2009) propõe que a arte de viajar requisita a “invenção da inocência”. “A invenção da inocência necessária à viagem exige, pois, o abandono das opiniões sobre o espírito dos povos, a recusa de um olhar egocêntrico e missionário, mas também livrar-se de preconceitos sobre a forma de viagem”. (ONFRAY, 2009, p. 60). O autor considera que com este recurso seria mais fácil “estabelecer uma relação – imaginativa e especulativa – entre o que vejo aqui e o que sei por outras vias” (DIDI-HUBERMAN, 2012, p. 146). Esta é uma conduta política uma vez que, “em nosso modo de imaginar jaz fundamentalmente uma condição para nosso modo de fazer política” (DIDI-HUBERMAN, 2011, p. 60).

Com pensamento semelhante ao da “invenção da inocência” Gagnebin coloca:

Crianças e artistas [bem como turistas imbuídos da “inocência”] se põem a experimentar com o mundo, isto é, a destruí-lo e a reconstruí-lo, porque não o consideram como definitivamente dado. Essas brincadeiras essenciais implicam uma noção de ação política que não visa a transformação do mundo segundo normas prefixadas, mas a partir de exercícios e tentativas nos quais a experiência humana – tanto espiritual e inteligível como sensível e corporal – assume outras formas (GAGNEBIN, 2014, p. 175).

Gagnebin (2014) acrescenta que a experiência lúdica não visa o reencantamento do mundo, mas antes uma demaquiagem do real, seu desmascaramento crítico. Este tipo de postura é importante para compreender as imagens de dominação e subordinação que por vezes envolvem a atividade turística. Disto trata a próxima seção.

### **Cosmopolitismos e Turismo: pensar as relações turísticas a partir das perspectivas do pós-colonialismo**

Santiago (2004) assinala para a postura eurocêntrica que prevalecia e, talvez, persista na relação dos países mais ricos com os países latino americanos, como o Brasil. Segundo o autor no eurocentrismo “há um *fundo* [...] europeu que tanto define o lá quanto, por *formação* legítima, o cá” (SANTIAGO, 2004, p. 15). Esta ideia pode

ser atrelada aos conceitos de “sobredeterminação de fora” exposto por Homi Bhabha (2003) ou à noção de “geometria do poder”, onde o mundo se dividiria entre o Ocidente e o Resto, destacada por Stuart Hall (2006) ou, ainda, o conceito de “Orientalismo” trabalhado por Edward Said (2007). No que concerne ao turismo, Ouriques (2005, p. 112) considera que os turistas centrais, em suas viagens à periferia, procuram confirmar suas diferenças “absolutas” e essencializadas em relação ao Outro como fora dos valores da civilização ocidental.

Para Ouriques (2005) o turismo pode torna-se, por conseguinte, uma reedição do colonialismo na periferia do capitalismo. Sobre isto o autor acredita que:

A existência da periferia do prazer acaba representando de uma forma precisa uma série de diferenças dicotômicas, elaboradas historicamente: rude – civilizado; pobre – rico; subordinação – dominação; sexual – reprimido. São estas diferenças que acabam sendo ‘consumidas’ ou ‘vivenciadas’ durante as férias dos turistas centrais [...] os habitantes locais são ‘vendidos’ como seres exóticos, pitorescos, como elementos componentes de um grande ‘zoológico humano’ (2005, p. 109).

Esta capacidade de inventar o outro, atribuir-lhe um lugar, sentido e função social reverbera na identidade dos povos que passariam a ter uma visão eurocêntrica sobre si mesmos instaurando um sentimento de inferioridade. A esta situação Santiago (2004), valendo-se da proposta de Carlos Drummond, chama de “tragédia de Nabuco” ou “moléstia de Nabuco”. Este tipo de visão resultou, segundo Santiago (2004), por um lado, em uma corrente nativista que idealiza o autóctone como puro e morador de um paraíso tropical e, por outro lado, uma corrente “cosmopolita” que recalcava o que era produto do processo sócio-histórico de aclimação da Europa nos trópicos. Vale atentar para o seguinte argumento pessimista, porém relevante, de Ouriques (2005):

A ideologia do turismo, ao reservar à periferia em geral e ao Brasil em particular a função de servirem de ‘colônia de férias’ dos habitantes dos países centrais, acaba reforçando a máxima da disponibilidade colonial: de que existimos para satisfazer as necessidades metropolitanas, agora como ‘museus vivos’, serviços, paisagens maravilhosas e fontes de prazer sexual. É por isso que o turismo é uma forma de fetichismo e dependência (OURIQUES, 2005, p. 141).

Deste modo para o autor “o turismo também pode ser visto como um agente colonizador e de reforço da dependência [...] pois é uma das formas de apropriação do

espaço por parte do capital” (OURIQUES, 2005, p. 92). O país periférico, na concepção do autor, acataria esta “versão estrangeira de si”, pois muitas regiões dependem da receita obtida com o turismo, além das questões culturais que envolvem este tipo de subordinação. Obviamente o turismo não é a causa deste tipo de visão, mas ao reproduzi-la em sua esfera, a endossa e a reafirma no imaginário social. É, assim, uma formatação de cosmopolitismo do subalterno (SANTIAGO, 2004; GOMES, 2014). Este suposto cosmopolitismo pode ser observado quando revistas de turismo, por exemplo, proclamam as cidades do sul do país como sendo a “Europa brasileira”. Neste sentido a narrativa turística seria legitimadora da dominação cultural. Ouriques (2005) é bastante enfático:

O turismo, portanto, repete a história colonial: se, no passado, os europeus viam os povos do Pacífico, da África, da América e da Ásia como ‘bárbaros’, ‘gentis’ e outros adjetivos, cujos costumes eram tolerados pelas vantagens do comércio, hoje esses mesmos costumes são objetos de interesse turístico, ou seja, são tolerados e apreciados pelo olhar do turista (OURIQUES, 2005, p. 141).

Segundo a abordagem de Ouriques (2005) o Brasil ainda precisaria de uma vacina contra a “moléstia de Nabuco”. Santiago (2004) indica a etnologia como um caminho para tanto. Através desta opera-se o descentramento da cultura europeia e esta deixa de ser considerada como cultura de referência. Uma das maneiras de fazer isto sugerida por Santiago (2004), a partir das ideias de Mario de Andrade, é a conversa. Com isso observa-se a relevância das relações de hospitalidade e negociação cultural. Para o autor o ato de “puxar conversa” faz com que o indivíduo se aproxime agressiva, despudorada e fraternalmente do outro, “para que este, ao passar de indivíduo a cidadão e de objeto a sujeito do conhecimento, transforme o sujeito que puxou a conversa em receptáculo de um saber que desconhecia e que, a partir do conagraçamento, passa a também a ser seu” (SANTIAGO, 2004, p. 29).

De acordo com Appiah:

Um diálogo intercultural cosmopolita é aquele em que nos tratamos como cidadãos de um mundo compartilhado, e, portanto, dignos de respeito mútuo. Isso não significa que não podemos discordar. Por um lado, não podemos ser apenas relativistas generalizadores e achar que tudo o que acontece na Humanidade é correto e bom. Por outro lado, não podemos achar que nós temos todas as respostas, seja lá quem seja este ‘nós’. Temos

de nos colocar em um diálogo no qual podemos aprender com o outro (APPIAH *apud* GOMES, 2014, p. 4).

Esta colocação do autor aponta para a pontencialidade de sobrevivências vagalumes através da hospitalidade como agir político e criativo, que deixa entrever a luz nas trevas da construção social estereotipada do outro, como explicado na seção anterior. Segundo Santiago (2004) essa seria a tarefa política do multiculturalismo, contribuir para a liberdade e cidadania de todos os indivíduos, seja qual for sua cultura, especialmente dos povos que sempre foram vistos a margem da “civilização”. Neste sentido, percebem-se indícios do que Rancière (2005) chama de “partilha do sensível”, isto é, indivíduos com percepções diferentes, muitas vezes discordantes formam uma comunidade política. Conforme o autor:

Uma partilha do sensível fixa, portanto, ao mesmo tempo um comum partilhado e partes exclusivas. Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividade que determina propriamente a maneira como um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha (RANCIÈRE, 2005, p. 15).

Trata-se de “articular a *observação* da própria imagem com a *quase-observação* dos acontecimentos que ela representa. Esta quase-observação, lacunar e frágil em si mesma, tornar-se-á *interpretação*”, que pode se dar através do turismo, mesmo quando este se investe de trevas, pois é desta que nasce o vaga-lume (DIDI-HUBERMAN, 2012, p. 148).

Gomes (2014, p. 4) ressalta que é preciso fazer crítica ao “cosmopolitismo eurocêntrico”, pois através desta postura pode-se sublinhar “os traços relevantes do cosmopolitismo atual que exorta o cidadão à reflexão ética, ao fazer frente ao relativismo generalizador e aos fundamentalismos”. Conciliando-se ao exposto Didi-Huberman (2011, p. 149) nota que: “os reinos, ‘governabilidades’, segundo Foucault ou, ainda, ‘polícias’ segundo Rancière, tendem certamente a reduzir e subjugar os povos. Mas essa redução, ainda que fosse extrema como em decisões de genocídio, quase sempre deixa restos, e os restos quase sempre se movimentam”. Com esta assertiva o autor evidencia que é possível romper como a dominação cultural de fetichismo e dependência analisada por Ouriques (2005).



Assim, para Didi-Huberman (2014, p. 150), “o homem é indestrutível, no entanto, ele pode ser destruído, paradoxo que se explica evidentemente pela noção de *sobrevivências*. Sobrevivência dos signos ou das imagens, quando a sobrevivência dos próprios protagonistas se encontra comprometida”. A observação do autor é bastante notória, por exemplo, nos rastros deixados por fotografias de Auschwitz. Contudo, a situação exposta por Ouriques (2005) acerca da periferia do capitalismo também assinala para um comprometimento dos próprios protagonistas no que concerne a sua representação e reconhecimento turístico e, sendo assim, pode ser necessário valer-se de *sobrevivências* para enxergar este Outro colocado na posição de atrativo turístico. Esta tarefa solicita sujeitos contemporâneos. Para Agamben (2009, p. 62) “contemporâneo é aquele que mantém fixo o olhar no seu tempo, para nele perceber não as luzes, mas o escuro”. Ou seja, aquele capaz de ir muito além do que o estereótipo ou o capital circunscreve.

Como mencionado isto requer um sujeito contemporâneo capaz de perceber com criticidade o jogo do tempo, entrelaçando passado, presente e futuro. “A contemporaneidade, portanto, é uma singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, dele toma distâncias” (AGAMBEN, 2009, p. 59). Assim, é possível inferir que o sujeito contemporâneo de Agamben (2009) seria aquele capaz de ocupar o entre-lugar descrito por Silviano Santiago e Homi Bhabha e que tem como figura emblemática o sujeito em deslocamento.

Gomes (2014) sinaliza que:

as narrativas legitimadoras da dominação cultural ainda estruturadas numa lógica binária de centro e periferia, hierarquizadora e eurocêntrica, podem ser deslocadas para revelar o que Bhabha chama de ‘terceiro espaço’, em que convivem momentos diferentes do tempo histórico [...] repensando conceitos etnocêntricos, debilitando esquemas cristalizados de unidade, pureza, autenticidade (GOMES, 2014, p. 13).

Gomes (2014, p. 8), a partir das assertivas de K. A. Appiah, constata que não devemos pensar em cosmopolitismo no singular, mas cosmopolitismos, no plural. Isso se deve ao fato de que este é uma “categoria histórica que deveria ser considerada inteiramente aberta e não um conceito determinado *a priori* pela definição de uma sociedade ou de um discurso particular” (GOMES, 2014, p. 8).

Assim, para compreender uma viagem no contexto pós-colonial, o turista e mesmo a população local precisariam da virtude política de que fala Didi-Huberman (2011), que seria a arte de quebrar as aparências e desunir a unidade do tempo em prol de montagens temporais. Negar essa potência ao turismo é negá-la à ação humana.

Enfim, trata-se de uma atenção ética no que diz respeito ao rosto humano ‘qualquer’. Linguagens do povo, gestos, rostos: tudo isso que a história não consegue exprimir nos simples termos da evolução e da obsolescência. Tudo isso que, por contraste, desenha zonas ou redes de sobrevivências (DIDI-HUBERMAN, 2011, p. 72).

Assim, o turismo pode constituir-se em atividade política, a partir do instante em que turistas e moradores locais se inscrevem em um contexto de hospitalidade e negociação cultural que permitirá o surgimento de novas zonas de *sobrevivências*.

### **Considerações Finais**

Ao debater sobre o turismo e suas *sobrevivências*, observou-se nesta atividade um potencial para tanto. As circunstâncias da viagem unem aspectos de ludicidade, distanciamento e ação política que podem produzir lampejos em meio às trevas e refletores da sociedade do espetáculo. Vale ratificar que este tipo de experiência é uma potencialidade proporcionada pelo turismo como ação humana no mundo.

Verificou-se também que as relações históricas de dominação cultural podem se repetir na atividade turística. Contudo, mesmo neste cenário configuram-se oportunidades para a reviravolta crítica dos vaga-lumes. Neste processo o turismo pode funcionar como um dificultador ou como um propulsor, a depender da postura de turistas e receptores envolvidos no trabalho de interpretação cultural e temporal.

A viagem em si proporciona para cada indivíduo esta possibilidade de montagens temporais de forma criativa, socialmente e individualmente. Isto ocorre pois, a viagem traz a brecha para “repensar nosso próprio ‘princípio esperança’ através do modo como o Outrora encontra o Agora para formar um clarão, um brilho, uma constelação onde se libera alguma forma para nosso próprio futuro” (DIDI-HUBERMAN, 2011, p. 60).

Assim, a experiência intercultural aberta pelo turismo tira o sujeito de uma posição segura e etnocêntrica. Com isso, lhe agrega re-conhecimentos, quebra de pré-

conceitos, novas formulações temporais e memórias. Na concepção de Didi-Huberman (2011) o trabalho da memória deve orientar e dinamizar o passado em destino, em futuro, isto é, instaurar transformações. Assim, o passado traz a propensão do futuro. Com isso percebe-se a intervenção da memória na vida do sujeito e da sociedade de forma ativa e vital. Como aponta Nietzsche (2003, p. 12) “somente pela capacidade de usar o que passou em prol da vida e de fazer história uma vez mais a partir do que aconteceu, o homem se torna homem”.

### Referências Bibliográficas

- AGAMBEN, Giorgio. *O que é o contemporâneo?* Chapecó, SC: Argos, 2009.
- ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- BARRETO, Margarita. As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: SERRANO, C. BRUHNS, H. LUCHIARI (orgs). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. São Paulo: Papirus, 2001.
- BENJAMIN Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. Rio Grande do Sul: Editora Zouk, 2012.
- BHABHA, H. *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- CAMARGO, H. Fundamentos multidisciplinares do turismo: história. In: TRIGO, L. G. G. (org). *Turismo, como aprender, como ensinar*. Vol. 1. São Paulo: Senac, 2001.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *Sobrevivência dos vaga-lumes*. Belo Horizonte: UFMG, 2011.
- DIDI-HUBERMAN Georges. *Imagens apesar de tudo*. Lisboa: KKYM, 2012.
- GAGNEBIN, Jeanne Marie. *Limiar, Aura e Rememoração*. São Paulo: Ed. 34, 2014.
- GOMES, Renato Cordeiro. *Todas as cidades, a cidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- \_\_\_\_\_. *Cosmopolitismos em tempos midiáticos*. Compós. *Anais...* Pará, 2014.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- LABATE, Beatriz. A experiência do viajante-turista na contemporaneidade. In: SERRANO; C, BRUHNS; H., LUCHIARI, M. (orgs). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. São Paulo: Papirus, 2001.
- NIETZSCHE, Friedrich. *Segunda consideração intempestiva*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.
- ONFRAY, M. *Teoria da Viagem*. Porto Alegre: L&PM, 2009.
- OURIQUES, Helton Ricardo. *A produção do turismo: fetichismo e dependência*. São Paulo: Alínea, 2005.
- SAID E. *Orientalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- SANTIAGO, Silviano. *Cosmopolitismo do pobre*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.
- SANTIAGO, Silviano. *A revoada dos vagalumes*. Jornal Estadão- seção Cultura. São Paulo, Março, 2011. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral/revoada-de-vagalumes-imp-,693993>.
- SERRANO, Célia. Poéticas e Políticas das Viagens. In: SERRANO, Célia, BRUHNS; Heloisa; LUCHIARI, M. (orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. São Paulo: Papirus, 2001.
- RANCIERE, J. *A partilha do sensível*. São Paulo: Ed. 34, 2005.
- URRY, John. *O Olhar do Turista*. São Paulo: Studio Nobel, 1996.

## **“Cosas que no quiero compartir con nadie”<sup>1</sup>**

Análise da criação de sentimentos de nacionalidade através da música em grupos de interesse no Facebook

Deborah Rodrigues<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo tenta se aproximar de maneira exploratoria da criação de laços afetivos nacionais das comunidades de emigrados cubanos através do intercâmbio musical no Facebook; particularmente a partir do estudo de um grupo específico nessa rede. Trata-se de uma comunidade virtual que é composta de 60 usuarios ativos no Facebook, cuja maioria faz parte do setor jornalístico cubano e, em sua totalidade, são pessoas com uma origem geográfica comum: Cuba.

### **Palavras-chave**

redes sociais; identidade; comunidades imaginadas; nação.

### **Introdução**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT (3, “Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido”) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda na Universidade Federal Fluminense de Rio de Janeiro (UFF), na linha “Estéticas e Tecnologias da Comunicação”. Licenciada em Comunicação Social pela Universidade de Havana (2013) Diploma de Ouro. Permaneceu vinculada à área de coordenação científica da Faculdade de Comunicação da Universidade de Havana, ministrando disciplinas como Mídia, Comunicação e Sociedade, Comunicação para o Desenvolvimento e Comunicação Institucional. Desenvolveu vários trabalhos de pesquisa como membro desses grupos: ensino, participação em fóruns e concursos, bem como a compilação e edição de materiais bibliográficos, entre outros. Participou como delegada na XIII Edição da Reunião Interamericana das Faculdades de Comunicação (FELAFACS), realizada em Havana, em 2009. Foi membro do comitê da 33ª edição do Festival do Novo Cinema Latino-Americano e membro do Comitê Organizador do Fórum Científico da Faculdade de Comunicação da Universidade da Havana.

Quando se pensa em Cuba um leque de palavras vem à nossa cabeça: mar, mistura, dança, música, são algumas das mais comuns. Como é quase regra quando se trata de ilhas, a questão das migrações é um assunto do qual não podemos fugir tendo em conta que a presença do mar na vida das pessoas que as habitam sempre suscita inquietações, desejos, vontade de atravessá-lo e descobrir o mundo continental que existe fora do que os olhos alcançam a ver.

Ao tentarmos mapear as comunidades diaspóricas cubanas não podemos desconhecer aquelas condições geográficas e sócio históricas que favoreceram a sua emergência. Cuba é uma ilha cujos habitantes a inícios de 2015 não excediam os 11. 228 806, segundo estatísticas providas pelo site *CountryMeters*<sup>3</sup>. Análises realizadas por este mesmo medidor online mostram que a migração neta neste ano 2015 em Cuba tem sido de uns 24. 038 habitantes; o que representa um 21% da população total.

No século XX, Cuba atravessou por dois momentos migratórios chave na sua história, que foram em um primeiro lugar a onda de pessoas que fugiram do país imediatamente depois do triunfo do processo revolucionário liderado por Fidel Castro (anos 60); e um segundo momento esteve localizado no contexto do chamado “período especial”, uma das etapas mais cinzas para a economia do país depois da queda do Campo Socialista na Europa (anos 90).

O presente artigo tenta se aproximar de maneira exploratória da criação de laços afetivos nacionais das comunidades de emigrados cubanos através do intercâmbio musical no Facebook; particularmente a partir do estudo de um grupo específico nessa rede.

Trata-se de uma comunidade virtual que é composta de 60 usuários ativos no Facebook, cuja maioria faz parte do setor jornalístico cubano e, em sua totalidade, são pessoas com uma origem geográfica comum: Cuba.

Criado por um jovem jornalista cubano em maio do presente ano, *Cosas que no quiero compartir con nadie* foi pensado com o propósito de aproximar aos cubanos

---

HYPERLINK "http://countrymeters.info/es/Cuba" <http://countrymeters.info/es/Cuba>



jovens radicados ou não nesse país, por meio de intercâmbios simbólicos que incluem a disponibilização no grupo de elementos como livros, músicas, imagens e vídeos que de algum modo tenham significados afetivos individuais (da pessoa que publica) e ao mesmo tempo coletivos (para o grupo como comunidade temática), e em sua grande maioria, embora não em todos os casos, são produções culturais cubanas.

Embora não seja um grupo exclusivamente de interesse musical, uma análise aproximativa ao objeto, assim como a observação participante, permitiram dizer- a priori- que em *Cosas que no quiero compartir con nadie* a música é um elemento fundamental para a criação de vínculos entre os membros do grupo e a contribuição a esse sentimento de proximidade entre aqueles que moram no próprio país e outros que fazem parte da diáspora cubana e encontraram nesse espaço virtual um jeito de lidar com ausências e nostalgias relacionadas com a distância em relação à pátria.

A partir daí, tomou-se como referentes teórico-metodológicos básicos autores como Arjun Appadurai, Daniel Miller, entre outros, e assumiu-se a sua vez a Teoria Ator-Rede para pensarmos estes fenômenos desde uma perspectiva complexa e integral.

Trabalha-se assim com conceitos chave como a ideia de desterritorialização, as noções de comunidades imaginadas e pátrias inventadas trazidas desde as análises sociológicas de Appadurai; as pistas oferecidas para analisar a construção discursiva dos sujeitos como uma prática essencial no processo de subjetivação, focando sempre na perspectiva da Teoria Ator Rede (TAR) e, portanto, na visão das novas tecnologias como cristalizações de fenômenos sociais.

## **Metodologia**

A aproximação ao objeto de estudo foi feita a partir de algumas pistas oferecidas pelo método etnográfico para tentar mapear e descrever os jeitos próprios dos membros duma comunidade virtual se apresentarem para seus coabitantes e construir narrativas nesse espaço.

A observação participante realizada durante alguns meses, assim como as entrevistas via chat e a análise de conteúdos foram os métodos principais utilizados para obter certo tipo de informações relevantes para a pesquisa em questão, embora usaram-se alguns outros como a revisão bibliográfica-documental.

As entrevistas foram realizadas somente via Facebook; tivemos que prescindir do contato cara a cara tendo em conta que a comunidade é composta de pessoas que em sua maioria moram em Cuba e aqueles membros que compõem a diáspora e residem atualmente no Brasil, encontram-se morando em cidades bem afastadas do Rio de Janeiro e por questões de tempo não conseguimos agendar encontros presenciais com eles.

### **Hipótese:**

A comunidade virtual *Cosas que no quiero...* funciona para alguns dos seus membros, especialmente para aqueles que emigraram do país, como uma versão em pequena escala da Cuba que constitui seu país de origem, uma espécie de via de emergência para entrar em contato com as pessoas que compõem o grupo a partir de diversos recursos expressivos, entre os quais a música desempenha o rol fundamental para nuclear afetos entre cada um deles.

### **Identidade, nacionalidade e diáspora na sociedade conectada**

*Diasperien*, era o termo utilizado pelos antigos gregos para denominar o que hoje conhecemos como *diáspora*. *Dia* era entendido como todo aquilo que esta do *outro lado*, e *sperien* como o ato de colocar alguma semente na terra.

Conceitualmente, este termo é definido como “aqueles grupos étnicos que tem sido deslocados do seu lugar de origem através da migração, o exílio, etecetera, e instalam-se em outros territórios” (Martinez, 2005).

Ao mexer neste conceito, é inevitável tentar entender as mediações políticas e culturais que o atravessam. Quando pensamos a diáspora pensamos em exílio, em deslocamentos étnicos que sem dúvida provocam tensões e conflitos entre a parte de si que vai a um outro lugar e essa outra parte do mesmo si que fica, que nunca sai de tudo –mesmo saindo fisicamente.

Para Appadurai (1996):

[...] as comunidades desterritorializadas e as populações deslocadas, por mais que gozem dos frutos de novas maneiras de ganhar a vida e de novas vias de acesso ao capital e à tecnologia, tem que esgotar os desejos e fantasias destas novas etnopaísesagens ao mesmo tempo que se esforçam para reproduzir a família como microcosmos de cultura.

Na contemporaneidade, os fluxos migratórios tem se acrescentado consideravelmente se compararmos com épocas precedentes. Os movimentos geográficos humanos tem existido sempre, mas o século XX e a época de pós-guerra favoreceram em grande medida o incremento dos abandonos das pátrias de origem em busca de entornos geopolíticos melhores para certos grupos étnicos; conduzidos a criar novas vidas nesses espaços e, portanto, a carregar o legado de uma identidade que levam consigo mas não conseguem ver refletida nas novas simbologias, códigos de comunicação e imaginários aos quais se expõem nessas pátrias; as vezes escolhidas, as vezes impostas.

As questões da desterritorialização vem se atravessadas nos nossos dias pela criação de tecidos virtuais que surgiram logo depois da revolução tecnológica que colocou aos intercâmbios via online no ponto de mira das análises sociológicas.

Devemos apontar que hoje, o mundo não é mais um mundo desconectado. A globalização e a revolução tecnológica favoreceram a aparição e o aprimoramento do que alguns autores dão em chamar a “Sociedade-Rede” (Castells):

O mundo em que hoje vivemos é rizomático ou mesmo esquizofrênico; requer teorias do desenraizamento, da

alienação e da distância psicológica entre indivíduos e grupos por um lado, das fantasias (ou pesadelos) da contiguidade eletrônica por outro. (Appadurai, 1996)

No meio deste contexto criaram-se as condições tecnológicas necessárias para que o mundo tenha também uma versão virtualizada: o ciberespaço. Para além das brechas de acesso que ainda existem, especialmente nos países sub desenvolvidos, as estatísticas demonstram que os níveis de uso de Internet no mundo tem se acrescentado em grande medida depois da aparição das redes sociais como vias de comunicação em tempo real. Tanto é assim que hoje o segundo site mais usado no mundo é Facebook, só superado por Google, segundo a lista de Top Sites oferecida pelo sistema analítico online Alexa<sup>4</sup>.

Dentro destas redes sociais online, existem agrupações ainda mais específicas formadas por pessoas que compartilham interesses comuns e denominam-se grupos virtuais. Facebook tem sido uma das redes pioneiras na disponibilização desta funcionalidade para seus usuários.

Existe uma grande quantidade de *f-groups* criados com o propósito de aproximar através da virtualidade pessoas que compartilham códigos culturais, dados pela origem nacional de cada um dos seus membros; os quais – enquanto fisicamente desterritorializados - identificam esses micro espaços como uma extensão da terra, e a cultura que deixaram um dia para trás.

Neste sentido, poderia ser interessante analisar o conceito de nações ou comunidades virtuais, entendidas como:

[...] comunidades que comunicam-se no ciberespaço, cujo discurso e ações coletivas tem como objetivo a construção, vinculação e mantimento de uma nação que existe fora da Internet. A sua vez, uma parte desta comunidade deve estar composta de membros na diáspora. (Tynes cit. por Garcia Jimenez et. Al, 2010)

---

HYPERLINK "http://www.alexa.com/topsites" <http://www.alexa.com/topsites>

As novas tecnologias da comunicação, especificamente as redes sociais entanto via imediata de contato, estão favorecendo o que chamamos de *retorno simbólico*. As comunidades desterritorializadas acham nestes espaços a possibilidade de entrar em contato –embora virtualmente- com matrizes identitárias que lhes são afins ao consumir os conteúdos publicados pelos conterrâneos que compõem as suas redes de contato.

A grande maioria dos usuários declara que Facebook tem tido variados graus de influência ou impacto na sua capacidade e a capacidade dos grupos diaspóricos para se manterem em contato, estarem informados e reafirmarem e manterem as suas identidades, com uma forte ênfase em aprender sobre a sua cultura compartilhada. (Oiarzabal, 2012)

Aquele retorno já mencionado estaria relacionado, neste caso específico, à sensação de proximidade com a pátria que produz compartilhar certo tipo de bens simbólicos comuns entre os membros da comunidade, usando como terreno de expressão a virtualidade. Esta sensação pode ser comparada como uma espécie de miragem: através dos afetos e lembranças, o sujeito sente que está próximo a entornos, lugares e pessoas que extra virtualmente estão distantes dele.

***“Cosas que no quiero compartir con nadie”<sup>5</sup>. Mapeando as essências de uma comunidade virtual.***

Ativo desde abril do presente ano, *Cosas que no quiero compartir con nadie* aparece como uma tentativa, segundo seu próprio criador, de que “amigos e conhecidos pudessem compartilhar ali coisas que para eles tivessem algum valor estético ou afetivo”<sup>6</sup>.

Trata-se de uma comunidade virtual no Facebook, composta de 60 membros de nacionalidade cubana, dos quais pouco menos de 20% (11 membros) não reside

---

Tradução ao português: “Coisas que não quero compartilhar com ninguém”  
Notas tomadas a partir de entrevistas realizadas como parte do trabalho.



atualmente nesse país. A totalidade de pessoas que compõem o grupo em questão são graduados universitários, em sua grande maioria formados em ciências sociais e humanidades e a faixa etária situa-se entre os 25 e 39 anos de idade.

Para a parte dos usuários que encontra-se longe do país, o Facebook tem se convertido na geografia virtual ideal para se aproximar a linguagens e códigos culturais que fazem parte da sua identidade nacional ao serem cubanos. A distância física que os separa do seu país, seja qual for o motivo do desarraigo, constitui um catalizador importante dessa necessidade de contato com as raízes culturais que todo emigrado possui.

Embora não tenha sido o propósito explícito do seu criador, as entrevistas realizadas demonstram que *Cosas que no quiero...* está funcionando como espaço virtual propício para seus membros perceberem ali uma pequena parte de Cuba, enquanto micro comunidade étnica no ciberespaço.

“[...] que tenhamos a possibilidade de escutar um bom CD ou ler um bom texto e discutir sobre ele como se estivéssemos no *Malecón*<sup>7</sup> da Havana”; assim o percebe R<sup>8</sup>, um dos membros mais ativos do grupo em análise, quando perguntou-se lhe qual seria para ele a principal vantagem dessa comunidade virtual.

O grupo está formado por uma porcentagem de pessoas que fazem parte da diáspora cubana no Facebook. Ao entrevistar algumas delas, achamos declarações que dão conta do papel aglutinador que estão tendo as redes sociais hoje.

Ao respeito, S, outra das pessoas entrevistadas, comentava:

[...] sinto que me aproxima às pessoas com as quais comparto vivências [...] com a geração a qual pertença e com a qual compartilho tudo o que aprendi da vida antes de emigrar. O grupo é como ter uma reunião de amigos numa praça e nos contar coisas, é como estar próximos.

---

O Malecón Havanero é formado de um muro que protege a cidade do mar, é o lugar de encontro de muitos grupos de jovens (principalmente) para conversar, dançar, cantar. É um sítio emblemático da cidade.

Decidiu-se manter o anonimato dos entrevistados.

Para este usuário em específico, a experiência de estar fora do país significa renunciar a certo tipo de contatos e expressividades culturalmente definidas que aprendeu no seu país de origem e que agora teve que ressignificar e reaprender ao mudar de entorno físico-cultural. Neste sentido e segundo a sua própria fala, para ela o grupo representa aquele espaço onde “temos a possibilidade de estar juntos como se nunca tivéssemos ido a nenhum outro lugar fora de Cuba, porque todos somos dali”.

Los domingos son los peores. Me siento mas sola que nunca. Me da por contar los amigos que me faltan, los que me siento totalmente incapaz de crear aquí, no pertenezco...

Me gusta Comentar Compartilhar

A Rafa González Escalona y Yesi Lugo Zamora les gusta esto.

Visto por 47



Yesi Lugo Zamora Te entiendo perfectamente 😊

7 de junio a las 16:41 · Me gusta · 1

Para os membros do grupo que não moram atualmente no país (Cuba), a publicação de certo tipo de conteúdos relacionados à ilha, produz neles uma vontade de estar ali

compartilhando e vivenciando esse momento, mas ao mesmo tempo constitui um modo de presenciá-los desde a virtualidade que as redes permitem.

Assim o descreve G, cubana, membro e co-criadora do grupo *Cosas que no quiero...*, que saiu de Cuba faz alguns anos para morar em Brasil: “[...] tem certas coisas tais como festas, concertos, possíveis encontros aos quais gostaria de ir só de ver os convites que são publicados no grupo por pessoas que estão em Cuba”.

Se fizermos uma análise dos conteúdos que se publicam no grupo, encontraremos uma ampla variedade de formatos: desde trechos e citações, vídeos, imagens, até trailers de filmes ou confissões íntimas dos seus membros.

Mas de todos eles, a música chega a ser o recurso usado com maior frequência para

"Lo que me hace vivir" #RobertoFonseca #jazz  
<http://bit.ly/1FwmRnO>



Roberto FONSECA 6, Lo Que Me Hace Vivir

Nouvelle improvisation à couper le souffle sur "Lo Que Me Hace Vivir" à Nîort (France) AKOKAN  
Novembre 2009

YOUTUBE.COM

Me gusta Comentar Compartilhar

A ti, Jessie GGranda, Gretel Escalona Marí, Nily Ferrer y 4 personas más les gusta esto.

Visto por 47



Day Len !!!!

22 de junio a las 15:17 · Me gusta · 1

Hola chicos!! Aquí os dejo una cosita pã compensar la ausencia. 😊



Yerba Buena - Guajira (I Love U 2 Much) [Official Music Video]

Music video by Yerba Buena performing Guajira (I Love U 2 Much) [Official Music Video]. (C) 2013 Razor & Tie Direct, LLC

YOUTUBE.COM

Me gusta Comentar Compartilhar

A ti, Jessie GGranda, Javier Jiménez Alemán, Rafa González Escalona y 3 personas más les gusta esto.

Visto por 46

Ver un comentario más



Silvi Ophelia Matos Victores A mí me encanta Xiomara... Es la que pone el toque

30 de junio a las 16:39 · Me gusta · 1

expressar certos estados de ânimo, que algumas vezes não tem nada a ver com nostalgias em relação ao país que deixaram atrás alguns deles, mas em outras, a necessidade de se conectar com Cuba através de certo tipo de sonoridades, é perceptível, como se mostra nas capturas de tela.

Me quite los espejuelos, puse los libros a un lado de la mesa, me levante despacio y... forme la gozadera con este tema! me disculpan pero cualquiera que tenga Cuba en las venas pierde el glamour 😊



Gente De Zona - La Gozadera ft. Marc Anthony

Music video by Gente De Zona performing La Gozadera. (C) 2015 Sony Music Entertainment US Latin LLC/Magnus  
<http://www.vevo.com/watch/USSD21500290>

YOUTUBE.COM

Me gusta Comentar Compartilhar

A Celia Rodríguez Tejuca, Rachel D Rojas, Yesi Lugo Zamora y 2 personas más les gusta esto.

Ver 7 comentarios más

Aqui notamos como, no contexto do grupo, o compartilhamento de músicas serve para estabelecer conexões afetivas entre seus membros, os quais tem em comum não só identidades nacionais afins mas também sensibilidades e gostos

estéticos próximos.

A música em sentido geral, é entendida desde a academia como um:

[...] texto que convoca e evoca a diferentes sujeitos sociais que sentem-se interpelados por seu conteúdo. A música é tanto chamada quanto lembrança, e por isso alimenta a existência da memória (Carballo, 2006).

No caso analisado, a música -como cada recurso expressivo ali publicado- torna-se um elemento aglutinador, uma espécie de chave que ativa lembranças e sentimentos associados a vivências que em grande parte dos casos tiveram lugar na pátria de origem.

Elementos tais como os ritmos, o ecletismo da sonoridade que caracteriza a música cubana, até os recursos gráficos usados nos vídeos para dar visualidade às canções, leia-se: espaços, locações, lugares icônicos das cidades em Cuba, etc. funcionam como objetos de referência que os membros do grupo que pertencem à diáspora usam para se conectar com um mundo que deixaram fisicamente atrás e do qual sentem falta.

Acreditamos assim que a música constitui um elemento criador de sentidos e catalizador dessas identidades coletivas dentro do grupo.

R, criador de *Cosas que no quiero...*, declarou que embora não tenha sido seu objetivo principal ao formar essa comunidade, o grupo tem se convertido numa grande *playlist* onde todos compartilham músicas que conseguem refletir seus estados de animo, suas vivências e também, muitas vezes, seus desejos de voltar através dessas sonoridades a mundos, lugares, e sentimentos aos quais só podem ter acesso mediante a imaginação, o mundo imaterial dos afetos, as ideias e os significados, um mundo cuja materialização é possível graças às telas.

Na segunda metade do século XX, Gilles Deleuze e Felix Guattari se apropriaram do conceito de *ritornelo*, nascido na musicologia, para descrever tudo o que até aqui temos tentado discutir em relação a esse retorno baseado fundamentalmente nas voltas simbólicas.

Sublinhou-se muitas vezes o papel do ritornelo: ele é territorial, é um agenciamento territorial [...] O ritornelo pode ganhar outras funções, amorosa, profissional ou social, litúrgica ou cósmica: ele sempre leva terra consigo, ele tem como concomitante uma terra, mesmo que espiritual, ele está em relação essencial com um Natal, um Nativo. (Deleuze e Guttari, 1997).

A arte em sentido geral é a causa principal dessa territorialização (Deleuze e Guttari, 1997), pois é capaz de traçar através da expressividade um caminho que funciona como ponte cultural para o sujeito que a produz ou consome.

Neste sentido constatamos como a música -e mais do que ela *per se* - o fato de ser compartilhada em um contexto virtual com tais peculiaridades como as até aqui descritas, contribui à criação dum território comum para as pessoas que fazem parte dessa comunidade.



## Considerações Finais

*“No Facebook, realmente não importa onde está a pessoa no mundo off-line; a interação pode ser tão íntima e pessoal quanto se os que se comunicam estivessem morando na rua do lado ou no seguinte continente” (Miller, 2011)*

Este trecho publicado pelo antropólogo Daniel Miller em seu livro *Tales from Facebook*, descreve como as interações humanas que estão tendo lugar através da virtualidade são tão legítimas quanto cada vez mais comuns. As relações dos indivíduos com o espaço tem mudado consideravelmente: o fato da comunicação virtual ter lugar em tempo real para além da distância física que possa separar aos interlocutores, cria uma sensação de proximidade que se reforça ao ritmo da intensificação dos vínculos afetivos entre os atores que participam dessa comunicação.

Quando a comunicação se estabelece por meio de redes imateriais, como é o caso de Facebook, o contato simbólico torna-se protagonista nesse *pôr em comum* que é a essência de todo ato comunicativo.

Assim, as comunidades virtuais que hoje são criadas e maduras nas redes sociais de Internet, estão baseadas em interações essencialmente materializáveis no terreno da imaginação, das ideias e significados compartilhados que permitem às pessoas se conectarem emocionalmente umas às outras.

No caso analisado como parte deste trabalho, percebemos como se realiza o contato entre pessoas que compõem uma comunidade diaspórica e seus conterrâneos que ainda pertencem fisicamente à pátria que os primeiros deixaram algum dia.

A condição de ilha de Cuba, suas cores, sua mistura, o caráter jovial e alegre da sua gente e, essencialmente, sua necessidade de música, fazem de *Cosas que no quiero...* uma comunidade na qual as sonoridades viram atores e não só objetos da comunicação que ali tem lugar; um intercâmbio que transcende as barreiras temporais e espaciais, burla as distancias e, sobre todas as coisas, tornam-se remédios contra as nostalgias, peças para completar aquelas faltas e saudades que todo emigrado possui.



## **Referências bibliográficas**

APPADURAI, Arjun. Dimensões culturais da globalização. Teorema. Lisboa. 1996.

CARBALLO VILLAGRA, Priscilla. La música como práctica significativa en los colectivos juveniles. Revista de Ciencias Sociales (Cr), vol. III-IV, núm. 113-114. Universidad de Costa Rica. 2006

DELEUZE, Gilles; GUTTARI, Felix. Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia. Vol.4. Editora 34 R. Hungria. 1997.

FERNANDEZ, Mireya. Diáspora: la complejidad de un término. Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura, vol. XIV, núm. 2, julio-diciembre. Universidad Central de Venezuela. 2008.

FREIRE FILHO, João. Fazendo pessoas felizes: o poder moral dos relatos midiáticos. XIX Encontro da Compós. 2010.

GARCIA JIMENEZ, Antonio; BELTRAN ORENES, Pilar; NUNEZ PUENTE, Sonia. Una aproximación al concepto de frontera virtual. Identidades y espacios de comunicación. Revista Latina de Comunicación Social, núm. 65. Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social. Canarias, España. 2010.

HALL, Stuart. Cultural Identity and Diaspora. Lawrence and Wishant. London. 1990.

IZARD MARTINEZ, Gabriel. Herencia, territorio e identidad en la diáspora africana: hacia una etnografía del retorno. Estudios de Asia y África, vol. XL, núm. 1, enero - abril. El Colegio de México, A.C. 2005.

LATOUR, Bruno. Reagregando o social: uma introdução á Teoria Ator-Rede. EDUSC. 2012.

MILLER, Daniel. Tales from Facebook. Polity Press. 2011.

OIARZABAL, Pedro. Diaspora Basques and Online Social Networks: An Analysis of Users of Basque Institutional Diaspora Groups on Facebook. Institute of Human Rights, University of Deusto. 2012.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Contribuições da Teoria Ator-Rede para a Ecologia Midiática da Música. Comunicação e Cultura, V.12, Nro. 3. 2014.

## **LOBAS EM EXTINÇÃO<sup>1</sup>**

O êxodo das mulheres anti-idade da publicidade de cosmecêuticos para as ruas.

Elaine Vidal<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Este ensaio versa sobre o culto da eternização da juventude e ocultação das evidências de decomposição do corpo nas imagens da publicidade de cosmecêuticos. Trata-se de uma apreciação introdutória – parte de um estudo maior, pesquisa de doutorado desta autora, que ainda se encontra em fase inicial – sobre a dissimulação do envelhecimento nas imagens de mulheres entre 40 e 50 anos, o êxodo das mulheres antiidade das revistas femininas para as ruas; a exaltação das ninfetas e a solidificação dos coroas enxutos na mídia e publicidade. Defende-se que o apagamento das marcas do tempo dos rostos destas mulheres e a transposição das mesmas para as ruas não se daria apenas por questões mercadológicas, mas pela busca incessante por congelar o tempo linear, o medo e a negação da morte na espetacularizada vida contemporânea.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mulheres antiidade; Corporeidade mediatizada; Juventude; Envelhecimento.

### **DESVALORIZAÇÃO UNIVERSAL DA VELHICE**

Parâmetros e instrumentos nos dizendo o que é belo e o que não é sempre existiram. Ora discursos de alquimistas e esotéricos sobre a ingestão de metais preciosos e a influência dos amuletos e forças ocultas, ora o estudo das proporções corporais de Da Vinci no renascimento e Albrecht Dürer no *cinquecento*. Atualmente, o discurso entoado mais alto é o do corpo digital, e virtual, apresentando parâmetros para a beleza física.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Elaine Vidal é diretora de arte/professora/pesquisadora/produtora de eventos. É doutoranda em Comunicação, com ênfase em Comunicação e Representação pela PUC-Rio, mestre em Artes Visuais, com ênfase em Imagem e Cultura pela Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (EBA/UFRJ), especialista em Técnicas de Representação Gráfica pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (EBA/UFRJ), formada em Direção de Arte pela Escola de Criação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RJ) e Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na ESPM-RJ. Atua há 11 anos nas áreas de comunicação e publicidade, com ênfase em Criação Publicitária. Desde 2014, é professora Assistente I no IBMEC-RJ e ministra aulas de Computação Gráfica I e II, Redação Publicitária II e Fundamentos de Design Gráfico. Atualmente, coordena o eixo de Criação e Técnicas (PP). Desde 2007, é Pesquisadora e Consultora de Comunicação Visual do Laboratório de Ensino de Desenho do CAP/UERJ (LEDEN), na linha de pesquisa Linguagem e Educação: Ensino e Ciência. [lainevidal@gmail.com](mailto:lainevidal@gmail.com)

Embora possamos observar que a evolução de programas de tratamento de imagem seja decorrente de um *boom* tecnológico na indústria gráfica e midiática, e tenha ocorrido em paralelo a desconstrução e reformulação da identidade do sujeito pós-moderno, é imprudente colocar toda a responsabilidade pelo surgimento de uma cultura digital narcísica, desvinculada do real, nestas ferramentas.

Seja por questões religiosas, de saúde ou estéticas, desde que o homem começou a representar sua história corporal através das imagens, sempre existiram instrumentos e meios preocupados em conservar ou simular a preservação do corpo. Observa-se que o aumento na expectativa de vida no último século, corroborou para a instabilidade do sujeito em relação a seu papel social e sua aparência. Hoje, mais que uma preservação da saúde e do corpo, surge uma nova preocupação em cuidar-se para triunfar a morte. A respeito disso Rodrigues afirma:

“Acontece que a cultura ocidental crescentemente reverencia o novo e a juventude. Investe cada vez mais em descobrir formas de prolongar a vida, de conservar a juventude, a beleza e a saúde. Este culto à juventude nos levou a paradoxalmente admirar no velho a jovialidade que eventualmente apresenta, mesmo que muitas vezes esta admiração se dê em detrimento de sua vivência acumulada e de sua sapiência. Dessa maneira, pessoas cada vez mais numerosas passam a se considerar jovens e uma quantidade sempre mais expressiva de idosos começa a se ver com mocidade. Sobre então pouco espaço para se falar ou pensar a respeito da morte. Novos e velhos igualmente silenciam.” (RODRIGUES, 2013, p.15).

O *Adobe Photoshop*, programa referencial de edição de imagem é apenas mais uma das ferramentas que simulam preservação e dissimulam os sinais do tempo. Até a sua versão mais recente, conta com mãos e mentes humanas para expor toda a sua potência. Na verdade, a potência do programa é diretamente relacionada a habilidade de quem o está manipulando. E mais, a produção construída com o auxílio do programa não é apenas reflexo do talento do manipulador, mas também dos modelos vigentes.

Merece destaque, porém, o fato de que a democratização do programa contribuiu muito para difusão da prática de retoque de imagens. Se antes apenas os profissionais de fotografia com acesso a laboratórios poderiam retocar ou manipular a

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

imagem de uma modelo antes de ser divulgada, hoje um adolescente com o aplicativo em seu computador e acesso a internet é capaz de tal façanha.

Tal democracia nos permite questionar até que ponto o domínio tecnológico fortalece a crença do indivíduo de que é dever controlar o desgaste biológico, não envelhecer e adiar a morte? Em que medida o domínio tecnológico e a comunicação digital serve de vanguarda para a transformação no real e contribuiu para o êxodo das *sem idade* das peças publicitárias para as ruas?

Este ensaio incide não apenas sobre o culto da eternização da juventude, mas em decompor a dissimulação e descarte da feiura, das imperfeições, das imagens de mulheres com sinais de envelhecimento, a “desvalorização universal da velhice” (MORIN, 1984,p.184) e a ascensão das imagens de mulheres antiidade ou sem idade. (ilustração 1), no espaço publicitário e, quiçá, do espaço público. Parafraseando Rodrigues (2013), o texto entoado pela comunicação de massa é a negação e ocultação da morte e consequentemente a dissimulação da velhice. Propaga-se a ideia de um corpo eternamente jovem.



**Ilustração 1-** Imagens de matérias do Jornal O Globo (04/09/2013) e Revista Veja sobre a popularização das mulheres anti-idade – *ageless* (15/07/2009)

Os meios de comunicação dedicam cada vez mais tempo e espaço para as novidades no setor da cosméticas e cirurgia plástica. A repetitividade do tema, na mídia, atesta a tendência do sujeito moderno em adotar o corpo como bem simbólico



e atribuir a beleza física um grande valor social. Tal atitude, pode ser considerada reflexo de uma sociedade de imediatismos e efemeridades, que preconiza o belo e “favorece vaidade convulsiva, e a adoração da imagem” (FREITAS, 1999, p. 127) onde há a imposição do invólucro como a primeira e mais forte forma de identificação e diferenciação entre os indivíduos e objetos.

O indivíduo contemporâneo, tem sua atenção baseada nas imagens em movimento e portanto, possui uma percepção de vida muito mais instável e efêmera.

Talvez este seja um dos motivos para que ele elabore construções discursivas visivelmente contrárias. Essencialmente dual, este sujeito busca sua singularidade e individualidade através de seus movimentos sociais. Embora não abra mão de sua individualidade e “unicidade” ele segue, e persegue, aquilo que é proposto pelo *mass media*, usando a camiseta da moda, o corte de cabelo da celebridade do momento e o creme rejuvenescedor daquela atriz famosa.

Mulheres e homens buscam uma corporeidade midiaticizada e milimetricamente controlada ao tentar ferozmente se enquadrar em ideais comportamentais e físicos, propostos pela indústria cultural e pela publicidade, por vezes completamente contrários aqueles valorizados pelo senso comum e inalcançáveis a qualquer ser humano. (ilustração 2)



**Ilustração 2** - Suzana Vieira. Imagens manipuladas e retocadas, exibidas na Revista Quem em Maio de 2009. Imagens não manipuladas ou retocadas e Capa da Revista Quem. Maio de 2009. Nestas imagens é possível notar que todas as rugas e linhas de expressão ora foram suavizadas, ora totalmente apagadas assim como eventuais marcas de estrias e celulite. Além disso, observa-



se o desproporcional alongamento das pernas contrariando as medidas clássicas sobre proporção corporal, onde a medida da envergadura dos braços é igual a sua altura.

Em contrapartida, desde seu nascimento, exige-se que este sujeito seja especial e único. Em meio a tantas variantes e questionamentos, o indivíduo passa por um momento de crise de identidade<sup>3</sup>. Bombardeado diariamente por todos os lados em uma cultura que valoriza a profissão *ator-modelo-manequim-exBBB*, o ser contemporâneo também se sente impelido a se apresentar *superior em sua individualidade*. É preciso ser igual, superior e único para se obter poder e sucesso. A necessidade de novas buscas identitárias motiva a reflexão acerca de problemas típicos da modernidades: a existência, consumo e identidade.

O mundo pós-industrial se apresenta como uma grande prateleira, onde a cultura, padrões sociais e o corpo estão expostos como mercadorias prontas para serem consumidas. Baudrillard (2008) argumenta que um mundo onde tudo é uma mercadoria que pode ser comprada e vendida, a alienação é total.

A sociedade se estabelece em torno dos objetos e de seu consumo. Através deles, os indivíduos se comunicam com a sociedade, se sentem nela incluídos ou excluídos. Isso demonstra que a lógica irracional de apropriação dos símbolos, em determinados grupos socioculturais, se estabelece através de uma relação dialética entre o desejo de se tornar padrão (adquirindo o mesmo objeto) e o de se diferenciar (através de um objeto que seja considerado simbolicamente superior).

## **MEU CORPO, SEU PRECIOSO**

No âmbito geral, com o fortalecimento da burguesia, o corpo deixa de ser valorizado apenas pelo trabalho e assume o papel ativo no espaço social, cultural e político. Foucault (1988, p.118), declara que a afirmação do corpo, pelo menos no caso da burguesia no século XVIII, é uma das primeiras formas de consciência de classe. Quase dois séculos depois, na sociedade do espetáculo e de consumo, essa valorização e cuidado com o corpo atestam a preparação para que ele possa ser

---

<sup>3</sup> Cf. WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000

exibido, invejado e consumido.

Muito se discursa a respeito da corporeidade, da sacralização, dessacralização e exibição do corpo pós-industrial. É neste contexto, que Baudrillard(2008b) considera o corpo como um objeto inscrito no imaginário e no desejo, “*o mais belo, precioso e resplandecente dos objetos de consumo*” (op.cit, p.168). Com mais conotações e personalizações que um automóvel, *o corpo na contemporaneidade se apresenta como capital e um patrimônio*.

“Importa que o indivíduo se tome a si mesmo como objeto, como o mais belo dos objetos e como o material de troca mais precioso, para que, ao nível do corpo desconstruído, da sexualidade desconstruída, venha instituir-se um processo econômico de rendibilidade.”(BAUDRILLAR, 2008b, p.178, tradução nossa)

Este corpo/objeto deve e precisa ser investido, “tanto no sentido econômico como na acepção psíquica do termo” (BAUDRILLARD, 2008b, p.169, tradução nossa). Economicamente e psicologicamente todo investimento visa um retorno, e no caso do corpo contemporâneo não é diferente. O investimento obsessivo tem por objetivo a exibição do corpo e a aprovação do outro. Neste corpo exibido e erotizado prevalece a função social da barganha.

Segundo Jameson (2006), na pós-modernidade a transformação do outro em coisa através do olhar passa a ser a fonte protopolítica da dominação. Se enquanto ser social o homem só se realiza através de sua relação com o outro, na contemporaneidade, em uma sociedade pautada em discursos visuais e relações cada vez mais midiáticas, o homem só se afirma enquanto ser social através do olhar e aceitação do outro. **Corpo é poder**. Portanto, há a pré-disposição deste sujeito pós-industrial em adotar o corpo objeto e a beleza física como um bem simbólico, uma moeda de troca.

“(…) uma vez que a pós-modernidade – a sociedade do espetáculo ou das imagens – é, pelo menos em parte, definida pela transformação maciça da própria categoria de Beleza em objeto de consumo, as estratégias subversivas do *fin de siècle* deixam provavelmente de ser eficazes.” (JAMESON, 2006, p. 152)

Para Baudrillard (2008b), a sexualidade e a beleza funcional, que por sua vez constitui um imperativo absoluto para mulher, hoje orientam o consumo do corpo. Já

não falamos apenas de corpos, mas sim de formas funcionais manipuladas e prioritariamente veiculadas pela publicidade. A exemplo, o corpo da modelo como um objeto de desejo, uma forma assexuada: um cabide.

“(...) esse corpo que nos referimos sem cessar, não tem outra realidade que não a do modelo sexual e produtivo. É capital que gera, no mesmo movimento, a força de trabalho e o que imaginamos hoje como santuário do desejo e do inconsciente, da energia física e da pulsão (...)”  
(BAUDRILLARD, 2008c, p.48)

Em uma constante análise do discurso publicitário, Baudrillard(1996) indica como são manipulados os signos do corpo. Ele afirma que corpo na publicidade que acentua a nudez é da mesma ordem da *vitrificação*. A obsessão de revestir os objetos e uma espécie de busca de imortalidade para um corpo mortal.

“O exemplo perfeito foi a mulher pintada de ouro do filme Goldfinger (James Bond): todos os orifícios tapados: eis a maquiagem radical, que faz do seu corpo um falo impecável (o fato de ser de ouro apenas acentua a homologia com a economia política) e que, naturalmente, equivale à morte. A playgirl nua coberta de ouro morrerá por ter encarnado até o limite absurdo o fantasma do erótico. Mas assim ocorre com toda pele na estética funcional, na cultura de massa do corpo. Collants, cintas, meias, luvas, vestidos e roupas ‘coladas ao corpo’, sem contar o bronzamento: é sempre o leitmotiv da ‘segunda pele’, é sempre a película transparente que vem vitrificar o corpo. (...) Essa vitrificação da nudez deve ser aproximada da função obsessiva de revestimento protetor dos objetos – encerados, plastificados, etc. -, e do trabalho de escovação e de limpeza, que visa mantê-los perpetuamente em estado de limpeza, de impecável abstração – também aí, [trata-se de] barrar sua secreção (pátina, oxidação, poeira), impedi-los de se desfazer e conservá-los numa espécie de imortalidade abstrata.” (BAUDRILLARD, 1996, p. 105 )”

Os indivíduos são estimulados a consumir, a buscar o corpo perfeito, a seguir dietas rigorosas com uso de medicamentos e correções cirúrgicas. Os corpos obesos são rejeitados e vistos como algo que causa espanto porque não coincide com a norma, com os modelos ditados pelo meio externo: modelos de corpos jovens, esguios, malhados e atléticos. Estamos em plena compulsão cirúrgica, diz Baudrillard em “A transparência do mal” (2004). Tal compulsão tenta apagar qualquer tipo de traço negativo nas coisas e remodelá-las de acordo com um ideal de perfeição. “Cirurgia estética: o acaso de um rosto, sua beleza ou feiúra, seus traços tudo isso e fazer algo mais belo que o belo, um rosto ideal, um rosto cirúrgico.” (ibid, p.52). A sociedade de consumo não suporta as marcas e as cicatrizes do tempo no corpo.

Lacan<sup>4</sup> já havia ponderado que o homem tem uma relação difícil com sua imagem e que, portanto é levado a retocar seu corpo de diversas maneiras, de acordo com os padrões estéticos vigentes, representando assim um hábito comum em diversas culturas. Percebemos que nesta sociedade que o coloca como um objeto de consumo, o corpo é sofregamente modificado, suas partes são cobiçadas como objetos independentes. Assistimos a uma recriação do corpo/objeto como um corpo de classe, um corpo alienado.

“O corpo, da maneira que se estabelece na mitologia moderna, não é mais material que a alma. Constitui uma ideia, ou antes, já que o termo de ideia não significa grande coisa, constitui um objeto parcial hipostasiado, um duplo privilegiado e investido como tal, tornou-se, como a alma no seu tempo, o suporte privilegiado da objetivação – o mito diretor da ética do consumo. Percebe-se como o corpo se encontra estritamente vinculado às finalidades da produção enquanto suporte (econômico), como princípio de integração (psicológica) dirigida do indivíduo e à maneira de estratégia (política) de controlo social.( BAUDRILLARD, 2008b, p.180, tradução nossa)

A respeito disso, Goldenberg (2007) diz que durante séculos de puritanismo foram feitos enormes esforços para que as pessoas esquecessem que tinham um corpo, hoje a mídia insiste em pregar a descoberta e apropriação do próprio corpo com um objeto apartado do sujeito. Parafraseando Baudrillard (2008b, p.189), o corpo se tornou um objeto ameaçador que para ser exibido deve ser constantemente vigiado e domesticado.

“Num contexto de fortalecimento do discurso psicológico dirigido à mulher, os conselhos de beleza insistem que é preciso conhecer, explorar, tocar o próprio corpo, com amor e respeito, para torná-lo mais autêntico e natural.” (SANT’ANNA, 2005, p.135)

Nesta cultura do capitalismo tardio que divide os indivíduos entre os *winners* e os *losers*<sup>5</sup>, aqueles que não se adequam acabam por demonstrar o fracasso que se pode obter dessa nova concepção de corpo, pois não seguiram à risca as recomendações, ou seja, não tiveram autocontrole.

<sup>4</sup> Percorrendo a obra de Lacan é possível verificar que apesar de não discutir a corporeidade de forma específica, ele se refere constantemente à imagem corporal como parte importante para a constituição do sujeito.

<sup>5</sup> Ganhadores ou perdedores, bem sucedidos ou fracassados.

As maiores consequências dessa forma atual de se ver a beleza são o crescimento de técnicas que artificializam cada vez mais a aparência – no intuito desta ser cada vez mais considerada objeto de conquista do indivíduo. São as falhas onde as novas concepções de corpo e beleza ultrapassam os limites do próprio corpo, promovendo sacrifício e sofrimento.

A obsessão pela aparência se tornou uma das principais causas de desequilíbrio e ansiedade, tornando infelizes e deprimidas pessoas que não atingem o "padrão de beleza" que o consumismo exige. Não permite, assim, que o indivíduo perceba a inversão de valores que dizem respeito à saúde. É construído um ciclo onde o indivíduo vive o eterno desespero de *querer ser*, ter potência para tal *sem jamais conseguir sê-lo de fato*.

### **PORQUE EU MEREÇO. PORQUE VOCÊ VALE MUITO.**

Nesta cultura da meritocracia, os cuidados com a beleza se sobrepõem ao *status* de direito de qualquer mulher e passam a ser um prêmio por desempenhar bem o seu papel mulher-objeto. Exemplos atuais desta postura estão explícitos nos *slogans* da L'Oréal, "L'Oréal Paris. *Porque eu mereço*", "*Porque você vale muito*".

Uma vez que as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença, por meios de representação e exclusão social (WOODWARD, 2000, p.30), se ratifica a ideia de que a mulher só é feita por que não se ama, centralizando em si a responsabilidade por sua beleza. Mesmo que a genética venha tentar provar que os traços físicos e, portanto, a beleza é pré-determinada, não há mais desculpas: "se não cumprir as devoções corporais, se pecar por omissão, será castigada" (BAUDRILLARD, 2008b, p.170).

Torna-se imperativo na cultura de massa que as mudanças feitas na aparência devem servir para que a mulher se sinta bem consigo. Para que esta possa se identificar com o ideal de feminilidade e pertencer a esse grupo. Só que estar bem consigo mesma implica, ao mesmo tempo, numa ilusão de liberdade e individualidade e na pressão por um autocontrole corporal exagerado, além de depender intimamente do olhar do outro.



Assim, faz-se necessária uma postura crítica a premissa de que a beleza ainda é apontada como uma das categorias que mais atrai a atenção em relação à mulher. Ao longo deste ensaio observou-se que uma preocupação com o embelezamento feminino sempre foi constante na história ocidental. Ainda hoje, o corpo-objeto feminino é infinitamente manipulado e remodelado, segundo interesses econômicos, padrões morais e políticos.

O ranço de uma cultura digital narcísica, obcecada pela transformação e deformação do corpo, está na base dos anúncios de cosméticos multifuncionais. Neles, as modelos assumem a dupla função de *mulher-objeto* de prazer e divertimento e *mulher-sujeito*, tal qual apresentada por Morin (1983).

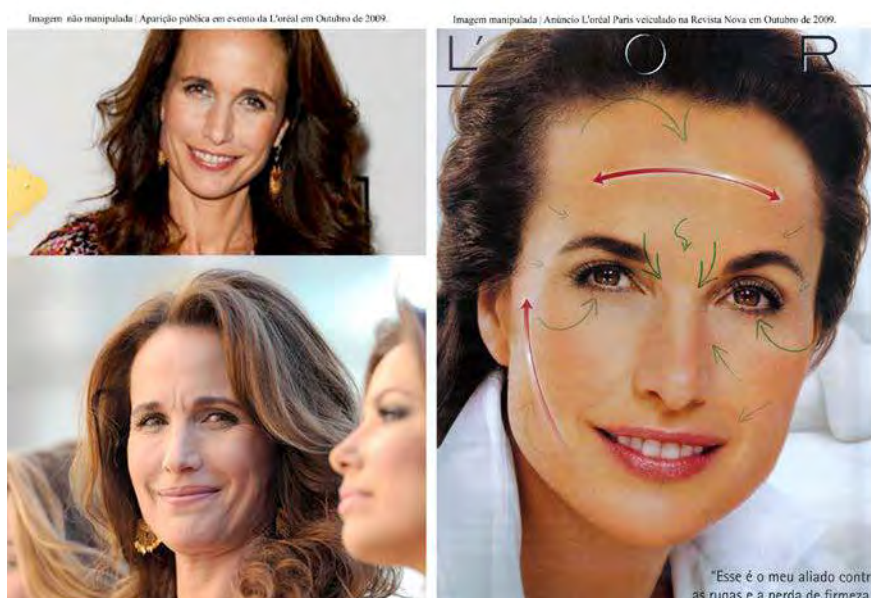
Nos anúncios presentes nas revista Nova Cosmopolitan e Claudia, do *Revitalift*, *Renew* e *Natura Chronos*, dos anos 1990 à 2014, nota-se a ampliação do mercado de produtos industrializados ligados aos cuidados corporais e a aparente democratização da batalha pela beleza. Contudo, observa-se também a construção de um corpo de classe, um corpo apartado do sujeito, que necessita ser vigiado e remodelado. Este rejuvenescedor existe, e para você é perfeito porque *você pode pagar por ele*.

As modelos apresentadas em revistas como a Nova Cosmopolitan e Claudia nos anos 1990 e 2000, e nos anúncios de cosméticos multifuncionais do mesmo período, não podem aparentar envelhecer. Embora o tempo passe em suas vidas, embora possam e devam ser tornar bem sucedidas e felizes, nenhuma destas transformações pode estar em seus rostos. Isto gera uma grande incoerência uma vez que, parafraseando Le Breton (2007) é no rosto que estão condensados os valores mais elevados, é onde se faz presente todas as dores e prazeres humanos. Seria então a proposta das marcas analisadas e seus *cosmecêuticos* viver sem afeto? Tais anúncios incentivam uma vida de engodos e simulacros.

No anúncio do Revitalift utiliza-se a imagem da atriz Andie MacDowell (ilustração 3), hoje com 56 anos. A atriz trabalha como garota propaganda da *L'Oréal* há cerca de vinte anos, entretanto seu real envelhecimento é totalmente excluído das imagens comerciais. A flacidez da pele, bolsas palpebrais e as assimetrias comuns a mulheres desta idade, no simulacro apresentado não existem. Embora o produto

anunciado nas peças seja voltado para mulheres de cerca de 40 anos, a marca utiliza a imagem de uma modelo que na ocasião tinha 51 anos. A textura lisa e firme da pele apresentada não lembra minimamente a maioria das mulheres dessa idade. Não existe ali um retardamento dos sinais de envelhecimento, na verdade, *apaga-se por completo qualquer sinal de velhice ou maturidade*. É o que Debord (1997) chama de supressão dos limites do verdadeiro e falso, através do apagamento dos limites do eu e do mundo, e Baudrillard (2008) chama de o crime perfeito, onde o objetivo é a eliminação da própria realidade.

Através da comparação entre a imagem retocada e as fotografias (ilustração 6) em uma aparição pública em um evento da marca, na mesma época, fica evidente a aposta no virtual, no hiperreal.



**Ilustração 3** – As imagens retratam a atriz Andie MacDowell então com 51 anos. Nas fotografias da esquerda a atriz está em um evento da L'Oréal Paris, em frente ao Kodak Theater na Califórnia, em comemoração aos 100 anos da empresa. Coincidentemente, as fotografias do evento são contemporâneas a veiculação do anúncio, outubro de 2009. Descrição da fotografia: L'Oréal Paris comemora 100º aniversário da lendária beleza, ajudando preservar o Hollywood Walk of Fame. 20 de outubro de 2009. Foto de Michel Caufield para Wireimage.com

Com ressalvas, é imaginável dizer tratar-se de uma propaganda enganosa, onde a atriz se diz usuária do produto e aparece nas imagens comerciais com a pele jovem, sem rugas e com pouquíssimas marcas de expressão. Mas em um encontro face a

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

face, os sinais são perceptíveis em seu rosto. A inconsequência mercadológica atinge seu auge quando se pondera que esta aparição pública foi em um evento da própria marca, em comemoração aos seus cem anos vendendo o falso milagre.

Tal despreocupação com a simulação de realidade ou de possíveis efeitos dos produtos é ainda maior nos anúncios da Avon (ilustração 4) e de *Natura Chronos* (ilustração 5). Neles, não existe nem ao menos a preocupação em manter o aspecto humano das modelos. Estas se apresentam como seres de face sem idade ou identidade.



Ilustração 4 –Anúncio Renew Clinical, veiculado na revista Nova/Cosmopolitan em junho de 2013.



Ilustração 5- Anúncio *Natura Chronos*, veiculado na revista Claudia em setembro de 2014

A proliferação das imagens sintéticas de mulheres sem-idade, a alteração na percepção de beleza e aceitação do envelhecimento no simulacro de publicidade são reflexos da mudança no papel social da mulher pós moderna ou consequência da vulgarização na manipulação de imagens através de softwares de edição ?

É claro que o sucesso mercadológico da marca se dá através da identificação do público-alvo com o produto/marca. Parafraseando Woodward (2000, p.10), há uma associação direta entre o que sou e o que consumo. O consumidor busca na marca características e representações sociais e simbólicas de sua identidade individual e coletiva. A esse respeito a autora completa:

“A mídia nos diz como devemos ocupar uma posição-se – sujeito particular – o adolescente “esperto”, o trabalhador em ascensão ou a mãe sensível. Os anúncios só serão “eficazes” no seu objetivo de nos vender coisas se tiverem apelo para os consumidores e se fornecerem imagens com as quais eles possam se identificar. É claro, por, que a produção de significados e a produção das identidades são posicionadas nos (e pelos) sistemas de representação estão estreitamente vinculadas. O deslocamento, aqui para uma ênfase na identidade é um deslocamento de ênfase- um deslocamento que muda o foco: a representação para as identidades.”  
(WOODWARD, 2000,p.18)

## **EXCESSO DE CORPOS E DE SUJEITOS APARTADOS DO REAL**

A revolução científica produziu uma atmosfera de crença no progresso, alterando a forma de viver, analisar e representar a realidade. Assim as identidades estão entrando em colapso em virtude da mudança estrutural que vem transformando as sociedades modernas, fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais.

Com o aprimoramento das técnicas científicas, a humanidade passa a acreditar que deve controlar o desgaste biológico, não devendo envelhecer e podendo deter a morte, aumentando a longevidade. Talvez este aumento na expectativa de vida nos últimos 30 anos tenha corroborado por uma instabilidade do sujeito em relação a seu papel social e sua aparência. Hoje, além de sua capacidade no terreno funcional, social e emocional, em uma sociedade que supervaloriza o moderno e o novo, o



sujeito precisa usar de todos os artifícios para manter sua “imagem pessoal” intacta para não ser descartado. Essa cultura das sensações é, então, a base por meio da qual se sustenta que a felicidade e o conhecimento são adquiridos, principalmente, através do âmbito do consumo, traçando a esta lógica investimentos massivos na produção da imagem corporal. O sonho é oferecido e a realidade retocada.

A mensagem dos meios de comunicação em torno dos ideais de beleza acaba reduzindo o sujeito a um corpo em evidência – socialmente aceito ou publicamente depreciado<sup>6</sup>. Essas novas formas de vigilância promovem uma mudança no olhar do outro, possibilitando uma exteriorização do indivíduo, em que o mais importante é o modo como se aparenta ser. Nesta sociedade do espetáculo, o sujeito se concentra na imagem de um possível papel a desempenhar, em uma representação espetacular de um viver aparente sem profundidade. A ciência e a tecnologia que deveriam descortinar a verdade, trabalham juntas vendendo sonhos e retocando a realidade.

Homens e mulheres, diariamente são impulsionados a zelar de forma obcecada pela saúde e pela conservação do corpo; defender a situação material e rodear-se de objetos supérfluos. Entretanto, essa forma obsessiva como tratam o cuidado do corpo não se apresenta apenas como uma questão de busca pela saúde pessoal, mas sim como uma tarefa infinita e sacrificante pela aparência perfeita, tanto no real quanto no virtual. E nesta cultura do capitalismo tardio que divide os indivíduos entre os *winners* e os *losers*, aqueles que não querem ou não conseguem se enquadrar no perfeito padrão físico vigente são publicamente empurrados à categoria de fracassados.

Modificado e personalizado, esse corpo exemplifica as características culturais, econômicas e sociais do contexto que estão inserido. Esse corpo e beleza, apartados do sujeito, se tornam patrimônios <<da humanidade>> financeiramente e socialmente rentáveis.

---

<sup>6</sup> Cf. STROZENBERG, Ilana. *Branca, preta, híbrida: qual é a cor da beleza na propaganda brasileira hoje?* Revista Eletrônica de Jornalismo Científico. n.15. Julho 2006. Disponível em: <http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=15&id=148>. Acesso em 28 ago.2008.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUDRILLARD, Jean. *Da Sedução*; Tradução Tânia Pellegrini. 7º ed. São Paulo: Papirus, 2008c.
- \_\_\_\_\_. *O sistema dos objetos*. 5ºed. São Paulo: Perspectiva, 2008a.
- \_\_\_\_\_. *A sociedade de consumo*. 3ºed. Lisboa: Edições 70, 2008b.
- \_\_\_\_\_. *A transparência do mal*; Trad. Estela dos Santos Abreu. 8º ed. São Paulo: Papirus, 2004a.
- \_\_\_\_\_. *A troca simbólica e a morte*. Trad. Maria Stela Gonçalves e Adail Ubirajara Sobral. São Paulo, Loyola, 1996.p.139-140.
- ECO, Humberto. *História da Beleza - Organização de Umberto Eco*;Tradução Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 4ªEd. 2007.
- FREITAS, R. F. *Corpo e consumo: a estética carioca*. In: VILLAÇA, Nízia; GOES, Fred;
- FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade I - a vontade de saber*. Tradução Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 10º ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.
- GOLDENBERG, Mirian.[et. al ] *Nu e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. 2º ed. Rio de Janeiro: Editora Record, 2007.
- JAMESON, Fredric. *Espaço e Imagem: Teorias do pós-moderno e outros ensaios*. UFRJ, 2006.
- LE BRETON, D. *A sociologia do Corpo*. Trad. Sonia M. S. Fuhrmann. 2º ed. Petrópolis: Vozes, 2007.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX* (V. 1). Rio de Janeiro: Forense, 1983.
- RODRIGUES, J. C.. *Publicidade, silêncio, personalização, espetáculo: representações da morte no Ocidente*. Alceu (Online), v. 26, p. 5-40, 2013.
- SANT'ANNA, D. B. "*Cuidados de si e embelezamento feminino: Fragmentos para uma história do corpo no Brasil*". In: SANT'ANNA, D. B.(org ). *Políticas do corpo*. 2º ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.
- WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual**. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

## O Espetáculo da Morte e da Dor na Narrativa Midiática<sup>1</sup>

As imbricações e os limites entre o privado e o público

Eliane Belleza<sup>2</sup>

### Resumo

Em julho deste ano, imagens de vídeos do atendimento de emergência e da preparação do corpo para sepultamento do cantor sertanejo Cristiano Araújo, vítima de um acidente automobilístico em Goiás, vazaram nas redes sociais e ocuparam o noticiário por vários dias. Este trabalho parte desse episódio para produzir uma reflexão sobre o fenômeno da morte midiática e os frequentes relatos de casos de doenças que envolvem pessoas públicas, como um *modus operandi* da narrativa midiática da dor<sup>3</sup>. Nesse panorama, busca-se investigar essa pandemia da visibilidade pública; da morte e da doença como espetáculo; dos riscos imbricados nesse atravessamento entre os limites da vida privada e pública, que mesclam os dramas cotidianos, os melodramas, em estruturas narrativas que acionam o imaginário, entre sonho e realidade.

**Palavras-chave:** Narrativa; Mídia; Espetáculo; Morte; Doença.

### Considerações iniciais

Na madrugada do dia 24 de junho de 2015, o que seria o término de uma noite de trabalho se transformou no fim da promissora carreira do jovem cantor sertanejo Cristiano Araújo, de 29 anos. Ao voltar de um show na cidade de Itumbiara, a 200 quilômetros de Goiânia, por volta das 3 horas da manhã, a Lander Rover que transportava o músico, sua namorada, Allana de Moraes, de 19 anos, e mais dois ocupantes – o motorista e o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 – Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação, PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Jornalista, pós-graduada em Educação e Saúde pela Escola Nacional de Saúde Pública (ENSP) da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). Atuou por mais de 10 anos na Coordenadoria de Comunicação Social da Presidência da Fiocruz e coordenou o Núcleo de Comunicação Social e Visual do Instituto Fernandes Figueira (IFF/Fiocruz).

<sup>3</sup> Estamos chamando de narrativa midiática da dor as matérias jornalísticas sobre doenças, boletins médicos, sofrimento e morte de pessoas e/ou casos públicos.

empresário, no banco do carona – saiu da pista e capotou na BR-153, entre Morrinhos e o trevo de Pontalina, em Goiás. Cristiano e Allana, no banco de trás do veículo, foram arremessados para fora do automóvel. O empresário e o motorista tiveram apenas ferimentos leves. A jovem Allana morreu no local e o sertanejo foi levado, pelo Corpo de Bombeiros, para o Hospital Municipal da cidade de Morrinhos. De lá, foi transferido, de helicóptero, para o Hospital de Urgências de Goiânia (HUGO), onde começaria o maior espetáculo (de horror) de sua morte midiática, fortuita, imprevisível, violenta, que representaria uma ruptura (BARBOSA, 2004).

A narrativa da mídia busca constantemente uma identificação entre a vida dos “mortais” e das celebridades, símbolos de sucesso investidos num papel mitológico. Para isso, a exposição de detalhes da vida privada, em especial de suas mazelas, fracassos, sofrimento e intimidade, é forjada pelas encenações midiáticas do trágico na vida das celebridades (SACRAMENTO, 2014). Nesse panorama, a temática da morte é tomada como espetáculo pela comunicação pública, possibilitando ao leitor e ao espectador interiorizarem os personagens para si. Além disso, como queremos nos assemelhar com os célebres contemporâneos, para obter a visibilidade do outro, exibimos nossa privacidade também de forma banal e rotineira, sem medir as consequências.

Com a proliferação da morte de forma trágica, entre outras questões, consequência da violência externa<sup>4</sup> nos grandes centros urbanos, a mídia em geral tem interesse em propagar não a morte em si, mas, sim, o modo assombroso com que o indivíduo se deparou com ela (ROCHA, 2013). Mesmo temida, paradoxalmente, há um grande interesse do público em conhecer as formas trágicas de morte. Apesar de ser nossa única certeza, a

---

<sup>4</sup>O termo “violência externa” é empregado pela área de saúde para se referir às vítimas de: a) lesões provocadas por perfuração de arma de fogo ou cortante; b) homicídio; suicídio; agressão física e psicológica; c) acidente de trânsito e transporte; queda; afogamento e outros; d) lesões e traumas provocados também por esses eventos.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

morte permanece sendo uma ameaça e cotidianamente está inserida nas narrativas midiáticas da dor.

## **O ultimo show (de horrores): as imagens da agonia e o vilipêndio do cadáver**

Popular no Brasil, especialmente na região Centro-Oeste, em São Paulo e no Paraná, Cristiano Araújo tinha mais de 8 milhões de *likes* em sua página no Facebook e cerca de 2 milhões de seguidores no Instagram. Pelas redes sociais, seus fãs difundiram detalhes do acidente automobilístico em tempo real. Com isso, a notícia da tragédia ocupou as manchetes nacionais rapidamente, uma vez que o sofrimento íntimo das celebridades reproduz a exposição da experiência (SACRAMENTO, 2014).

Assim, em poucas horas, o interesse por informações sobre o estado de saúde do cantor tomou uma proporção descomunal. Diversos vídeos com imagens do artista sendo removido pelo Corpo de Bombeiros, em atendimento na emergência do HUGO e tendo o corpo preparado para o sepultamento, na Clínica Oeste de Tanatopraxia, “viralizaram” na internet, com milhões de visualizações no YouTube, e pautaram matérias ininterruptamente na imprensa, em especial nos portais de notícias e no telejornalismo.

Os discursos acerca dos infortúnios na vida das celebridades também fazem parte da circulação cultural da fama. Cada vez mais, as falhas, os fracassos, as doenças, os traumas, as compulsões, os vícios, os acidentes e as mortes estão envolvidos nas construções culturais, sobretudo midiáticas, das celebridades na contemporaneidade (SACRAMENTO, 2014, p. 2).

Um dos vídeos compartilhados, com cerca de 30 segundos, mostrava uma parte do atendimento, supostamente do cantor sertanejo, na sala de emergência do HUGO. As imagens são inquietantes, pois um tronco desnudo e ensanguentado é filmado em primeiro plano para enquadrar uma extensa lesão do tórax. Os batimentos cardíacos muito acelerados; o ar entre o pulmão e a pleura (um quadro de pneumotórax traumático) transmitia a sensação de que o peito iria explodir a qualquer momento. No vídeo, dois

profissionais de saúde aparecem sem ser identificados, fazendo a higienização da ferida e instalando aparelhos de monitoramento. O paciente, usando um colar cervical, encontrava-se deitado e imobilizado em uma maca de remoção, debatendo fortemente as pernas. Em seus últimos momentos de agonia, o rapaz, uivando de dor, pronunciaria uma única frase: “Ai, meu Deus!”.

Em nota oficial divulgada à imprensa, a direção do HUGO afirmou que iria apurar o episódio e, caso ficasse comprovado o envolvimento dos funcionários na produção e divulgação dessas imagens do atendimento na emergência, aplicaria a “penalidade condizente com a intolerância a esse tipo de conduta dentro do hospital”. O comunicado informa ainda que a instituição “repudia veementemente qualquer tipo de ato contra a integridade do paciente e a ética profissional”. Prossegue argumentando: “É necessário frisar que, além do corpo clínico do hospital, também estavam presentes, nesse momento, pessoas que não pertencem aos quadros da instituição e tiveram acesso ao local” (PORTAL BAND.com.br Notícias – Cidades, 25 de junho de 2015, às 19h58, atualizado na sexta-feira, 26 de junho de 2015, às 23h03).

Por volta das 8h30 do mesmo dia, Cristiano Araújo foi a óbito em decorrência de parada cardíaca. O corpo do cantor foi enterrado no dia 25, no Cemitério Jardim das Palmeiras, em Goiânia, após um velório de mais de 15 horas e um cortejo de 15 quilômetros, num carro do Corpo de Bombeiros, pelas ruas da cidade. Segundo a Polícia Militar, “mais de 50 mil pessoas estiveram no velório para se despedir do artista. O caixão foi coberto por uma bandeira do Brasil e outra do Vila Nova, time do coração do sertanejo” (Portal G1, 25/6/2015, às 18h42, atualizado em 25/6/2015, às 23h08).

Na morte dos ídolos nacionais, das personalidades públicas – publicizadas através das imagens da mídia – observa-se um ritual de celebração, de despedida, que inclui o cortejo fúnebre pelas principais vias da cidade, em carro aberto, ornado pelos símbolos da pátria, de tal forma que a imagem do morto é substituída pela imagem do seu cortejo e do público que dele participa [...] O que importa é o cortejo, as cenas de despedida, com lenços brancos sendo acenados, o choro convulsivo, o olhar de tristeza e a caminhada. As cenas da viagem é o que orienta a lógica narrativa das mortes midiáticas [...] A morte sai dos lugares restritos e



ganha a cena midiática. A memória se encarrega de conferir uma espécie de imortalidade a esses ídolos que continuam vivos nas cenas ressignificadas pelos meios de comunicação (BARBOSA, 2004, p. 1, 2 e 4).

Apelando para valores também presentes no discurso ficcional, o morto é caracterizado como herói, com o qual há identificação e idolatria. Sob esse prisma, a vida dos olímpianos participa da vida cotidiana dos mortais (MORIN, 2011). Sendo assim, o que deveria ser apenas uma tragédia de interesse do ceio familiar das vítimas do acidente se transforma num espetáculo de vários dias em todos os noticiários do país e na invasão da privacidade e integridade dos envolvidos. Nesse panorama, outros questionamentos sobre ética também merecem ser pensados, pois, como preconizam as normas disciplinares do espaço hospitalar, ele deveria assegurar a tutela da intimidade, bem como “preservar o sigilo profissional, pois não se afasta da ideia de intransmissibilidade dos direitos da personalidade, que indubitavelmente são personalíssimos” (RESOLUÇÃO/CFM/nº 1997/2012).

Nesse show da vida<sup>5</sup>, visivelmente, a tutela da intimidade falhou: Cristiano Araújo, um paciente público<sup>6</sup>, foi fotografado e filmado durante o atendimento de emergência; a imagem repercutiu nas redes sociais e na mídia. Ora, ora, ora, uma boa pergunta: o que pessoas que não pertenciam ao corpo clínico estavam fazendo dentro da sala durante o atendimento? Parece que a defesa do hospital coloca em xeque outras questões.

O outro vídeo que vazou na internet, filmado com um aparelho celular, com dezenas de edições e milhões de visualizações cada uma, foi o do corpo do cantor sendo preparado para sepultamento na Clínica Oeste de Tanatopraxia. As imagens mostram o momento em

---

<sup>5</sup> “Show da vida” é uma referência ao programa dominical da Rede Globo chamado *Fantástico*.

<sup>6</sup> Pacientes públicos – nesse estudo lançaremos mão dessa terminologia para designar os pacientes cuja hospitalização ou morte geram grande demanda da imprensa, por se tratarem de pessoas públicas (artistas, políticos, celebridades instantâneas etc.) ou cidadãos desconhecidos (indivíduos não públicos), mas cuja forma de internação se tornou pública (notícia), por exemplo, as vítimas de violência externa. Trata-se de uma expressão contraditória, pois, na verdade, um paciente pertenceria a uma esfera privada e familiar apenas em período de custódia no ambiente hospitalar, mas é justamente essa antítese em si que traduz um pouco da inquietação que originou uma pesquisa de mestrado em curso.

que o cadáver está com o peito rasgado pós-autopsia e sendo aspirado (técnica de preparação do cadáver para o enterro). Dois técnicos da clínica participam do vídeo: um homem, que manipula o corpo morto do sertanejo, e uma funcionária, que filma a ação. Num determinado momento, a mulher vira o celular para si e enquadra o rosto na gravação e, aos risos, pede ao colega para dar um “tchauzinho” para a câmera. Como se aquela morte fosse uma cena pública, um ato público (BARBOSA, 2004).

Nos dias atuais, com a internet e outros dispositivos multimidiáticos, o mundo imaginário ou a ficção já não se mostram tão distantes do real; eles se permutam e até mesmo se confundem. A “paixão pelo real” seria um grande imperativo na atualidade, por conta da proliferação de *reality shows* de todos os tipos, transmissões ao vivo e da chamada realidade virtual (ROCHA, 2013, p. 4).

Em sua página no Facebook, a clínica afirma que “repudia com veemência o ato dos dois funcionários que, de maneira mórbida, gravaram e divulgaram tais imagens”. Informa também que demitiu, por justa causa, os dois. A repercussão das imagens da preparação do corpo do cantor para sepultamento nas redes sociais e nos canais de vídeo acabou criando uma nova horda de matérias jornalísticas. “A Polícia Civil de Goiás abriu uma investigação para apurar os fatos, e os envolvidos podem ser condenados à pena de um a três anos por vilipêndio de cadáver” (PORTAL BAND. Notícias/Cidades, 25 de junho de 2015).

Essa peculiar combinação de espetáculo e sensacionalismo é uma estratégia de comunicação voltada para a produção de narrativas jornalísticas com capacidade de atrair o interesse do público (AGUIAR, 2008). Os critérios de noticiabilidade apontam também o bizarro e o entretenimento como valores de notícia, como importantes tópicos para atrair e expandir o universo de leitores para os veículos.

Nessa lógica, pelo fato de o envolvido ser uma pessoa pública, sua dor e sua morte passaram a ser públicas também, uma teoria que enfoca valores individuais como coletivos, com a função de legitimar produtos simbólicos. A publicação de temas do âmbito do privado como se fossem de toda a sociedade e o estímulo à opinião pública são instrumentos de que a imprensa se vale para capturar o poder (CASTILHO, 2011).

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Essas explicações sobre o vazamento imagético da narrativa da dor do sertanejo nos remetem às reflexões do filósofo francês Georges Didi-Huberman, que, na obra *Imagens Apesar de Tudo*, se debruçou sobre estudos que abordam a representação do irrepresentável, por meio de imagens vazadas por prisioneiros durante o Holocausto: “Todo ato de imagem é arrancado à impossível descrição de um real vergar-se ao irrepresentável [...] as imagens devem nos mostrar algo reconhecível [...] são gestos, atos e falas, mas temos que escutar também seus silêncios” (DIDI-HUBERMAN, 2012, p.160).



Post na página da clínica que repudia a ação de seus funcionários.

De acordo com notícias veiculadas na mídia, estão em tramitação dois projetos de lei, batizados de Cristiano Araújo, que visam punir quem compartilha fotos de cadáveres. Um na Câmara, do deputado César Halum (PL 2237/2015), que pede a punição de quem “reproduz acintosamente, em qualquer meio de comunicação, foto, vídeo ou material que contenha imagens ou cenas aviltantes de cadáver ou parte dele”. O outro, do senador Davi

Alcolumbre (PLS 436/2015), que pretende punir com maior rigor o agente que pratica o crime de vilipêndio de cadáver, expondo imagem, foto ou vídeo, divulgando-o por meio da internet (inclusive de aplicativos que permitam a troca de dados, por exemplo, o WhatsApp), de redes sociais ou similares, bem como aquele que reincide no mesmo crime.

### **A morte midiática da década de 1980**

O filósofo alemão Wolfgang Iser (1996) se voltou para a forma como cada leitor (destinador) interpreta o texto, criando o imaginário. Em sua visão, o leitor, no ato interpretativo, extrapola os limites da linguagem e provoca uma mudança na compreensão da realidade, sugerindo a introdução do imaginário como componente que influencia seu entendimento, recriando a informação a partir dos códigos de seu próprio universo. As fronteiras e a aproximação entre jornalismo e ficção e a dimensão ficcional implicada nos jogos de leitura de uma parte do conteúdo jornalístico ou em diálogo com ele, em circulação nas mídias (MATHEUS, 2014), podem ser pensadas também na perspectiva desse *boom* da doença e da morte utilizado como narrativa jornalística. Voltemos há algumas décadas para recordar a origem dessa prática midiática.

No dia 14 de março de 1985, o Brasil se preparava para viver um sonho no dia seguinte. O país aguardava a posse da recém-nascida Nova República na figura de Tancredo Neves. Mas os brasileiros foram surpreendidos pela doença e internação do político num hospital em Brasília. O jornalista Antônio Britto, escolhido para o cargo de secretário de Imprensa, foi transformado em porta-voz da agonia dos 38 últimos dias da vida de Tancredo. Durante esse período de hospitalização, Britto passou a ser o rosto mais conhecido do país. Quando aparecia para divulgar mais um boletim médico, a população parava para ouvi-lo. “A Nação aprendeu a ler as mensagens emotivas através das palavras dos boletins oficiais. Não era só o Dr. Tancredo que estava na UTI; era o Brasil inteiro” (BRITTO, 1985, p. 5).

O povo sofreu a dor e a angústia, em rede nacional, dos últimos dias da vida de Tancredo Neves, e esse drama político mereceu a maior cobertura da imprensa do país. E o Brasil nunca mais foi o mesmo com os relatos de casos médicos pela imprensa, a exposição dos pacientes públicos e a morte midiática.

Para Barbosa (2004) as mortes midiáticas são aquelas objeto das transmissões ininterruptas da televisão – as cerimônias televisivas. Essas transmissões provocam uma espécie de suspensão do tempo, já que a TV passa a transmitir, no momento mesmo do acontecimento, seu desenrolar. “No caso brasileiro, são exemplos dessas mortes midiáticas a do presidente Tancredo Neves e a do piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna” (BARBOSA, 2004, p. 2).

Numa breve análise nos buscadores de informação em ferramentas virtuais como o Google, ao inserir, nos descritores de assunto, o tema “morte de Cristiano Araújo” e “notícias” aparecem mais de 515 mil documentos listados em apenas alguns segundos, sendo a maioria de matérias jornalísticas em portais de notícias, sites de periódicos e de canais de televisão.

Sontag (1984) sentencia que a doença é o lado sombrio da vida, uma espécie de cidadania mais onerosa. Segundo a autora, todas as pessoas vivas têm dupla cidadania, uma no reino da saúde e outra no reino da doença. “Embora todos prefiramos usar somente o bom passaporte, mais cedo ou mais tarde, cada um de nós será obrigado, pelo menos por curto período, a identificar-se como cidadão do outro país (SONTAG, 1984, p. 7).

### **Hospital com função terapêutica e midiática**

As conceituações formuladas por Barbosa (2004), sobre os novos signos da pós-modernidade e a inexistência de espaço para o dualismo vida e morte, são pertinentes nesta reflexão. Ela trata das representações coletivas, pelos meios de comunicação, e da ruptura



do individual. “A morte pública é uma construção midiática, e a morte comum, individual, privada, não tem nenhuma importância” (BARBOSA, 2004, p. 13).

A primeira mudança de paradigma da instituição hospitalar data de séculos passados. Foucault (2012) relata o surgimento do hospital como unidade terapêutica, de intervenção sobre a doença e o doente. Antes do século XVIII, o hospital era essencialmente uma instituição de assistência aos pobres, ou, melhor, de separação e exclusão. Nessa época, o hospital guardava a função de “morredouro”, um lugar onde morrer.

Essa transformação da medicina hospitalar aconteceu para tentar “purificar” os efeitos nocivos das doenças contagiosas ou impedir a desordem econômico-social. A reforma iniciou pelos hospitais marítimos, com a criação de quarentenas para evitar a disseminação de epidemias por meio das pessoas que desembarcavam. Nessa época, também a formação do indivíduo, sua capacidade, suas aptidões passam a ter um preço para a sociedade. Pois, com o surgimento do fuzil, no final do século XVIII, os exércitos se tornam mais técnicos e os soldados têm que aprender a manejar o novo armamento. Assim, o preço de um soldado ultrapassaria o preço de uma simples mão de obra, e o custo do exército se tornaria um importante capítulo orçamentário em todos os países. Quando se forma um soldado, não se pode deixá-lo morrer.

Com base nesse viés econômico, era preciso curar os soldados para que eles não morressem de doença. E era necessário garantir um controle para que eles, quando curados, retornassem aos campos de batalha.

A partir do momento em que o hospital é concebido como um local terapêutico, o médico passa a ser o principal responsável pela organização hospitalar. “Constitui-se, assim, um campo documental no interior do hospital que não é somente um lugar de cura, mas também de registro, acúmulo e formação de saber” (FOUCAULT, 2012, p. 188).

Diante dessa recapitulação sobre a origem terapêutica do hospital, será que, atualmente, a narrativa jornalística se ancora em uma nova transformação do ambiente

hospitalar? Em outras palavras, além de lugar de cura e formação do saber médico, as instituições de saúde, hoje, passaram a ser também palco de interações e de controle social, permeados pelas relações de poder na encenação da vida cotidiana? (GOFFMAN, 1983).

Um sinal desses novos tempos é a prática de renomados hospitais do país alvo dos holofotes, por conta do atendimento às celebridades. Alguns criaram regulamentos internos para o uso de câmeras fotográficas e dispositivos móveis dentro do ambiente hospitalar. Em matéria publicada dia 4 de agosto de 2015, no caderno “Sociedade”, do jornal *O Globo*, com o título “Receita de privacidade – vazamento de imagens de pacientes faz hospitais adotarem limites e normas de conduta”, o tema é discutido por diversas entidades representativas do setor de saúde.



*O vazamento das imagens do atendimento médico da apresentadora Angélica, as fotos fúnebres do cantor Cristiano Araújo e do presidente do Vasco da Gama, Eurico Miranda, são os ganchos jornalísticos da matéria.*

## **Morte: a maior das desordens da experiência humana**

O espírito da contemporaneidade encontra-se incorporado no espetáculo reproduzido pela cultura da mídia, que, por sua vez, caracteriza-se por uma cultura

industrial intrinsecamente ligada ao consumo para atender aos grandes conglomerados econômicos vigentes (KELLNER, 2001). Estamos na *vibe* em que o espetáculo constitui a construção da imagem pública das celebridades pelos dispositivos midiáticos como modelo atual de vida dominante. Assim, a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real (DEBORD, 1997). Logo, nessa pandemia de visibilidade, a exposição da intimidade das celebridades pode ser uma forma de torná-las mais reais. “Enquanto ainda é presente a constituição de celebridades pela perfeição, há segmentos da mídia que se dedicam a noticiar as falibilidades, os infortúnios, os lamentos e as doenças experimentadas por elas” (SACRAMENTO, 2014, p. 2).

A imprensa rotineiramente tem, em suas pautas, o tema da doença e da morte, suas formas trágicas, insólitas e extraordinárias, além dos personagens tipificados como importantes, as pessoas públicas ou célebres, que “lutam contra doenças” ou “tragicamente perdem suas vidas”. Nesse contexto, esses temas passam a ser pautas jornalísticas em função de quem adoece e morre e de como adoece e morre. Ou, melhor, quanto mais inesperada forem a doença e a morte, mais próximas estarão da classificação como acontecimento jornalístico. Para o leitor, a consciência da morte significa, simultaneamente, tanto medo e rejeição como atração e curiosidade. Por isso, no jornalismo, a morte é um acontecimento noticioso primordial, a partir do qual grandes manchetes e coberturas ganham vida (SILVA, 2011).

O episódio que culminou na morte do cantor sertanejo Cristino Araújo e seu caráter acidental como noção de falha do curso normal remontam à construção de uma rotina que se baseia na desejada “amortalidade” (OLIVEIRA-CRUZ, 2008). Uma significação da morte como irrupção do real, como evento inesperado. Essa “imprevisibilidade” da morte aproxima-se da sensação de um acontecimento distante do cotidiano. “Essa ideia de *amortal* dá conta da representação que considera a inexistência da morte; o que se difere de ser imune a ela – que pressupõe a existência da morte para que se possa ser imortal” (OLIVEIRA-CRUZ, 2008, p. 151).

Já para Silva (2011), o regime de desordem orienta os grandes acontecimentos noticiosos. Dessa forma, a morte, a maior das desordens da experiência humana, é central nas manchetes. Balandier (1997) nos ajuda a compreender a desordem provocada pela notícia de morte. Para o autor, a doença aparece como um mal plural, a metáfora da desordem expressa pela linguagem do sofrimento e da precariedade dos homens.

A espetacularização encanta o drama contemporâneo e o mundo com a cena pública. Nesse prisma, segundo Lerner (2013), os meios de comunicação nos transformam em espectadores do sofrimento alheio, mas também assistimos aos atores sociais que os protagonizaram, relatando sua experiência de sofrimento. A experiência da morte, por exemplo, só podemos acessá-la, experimentá-la, pelo outro.

A experiência pessoal tornou-se uma forma de dar sentido à vivência da doença. Assim, o sofrimento e outras emoções tomam relevo [...] Na exposição do sofrimento e na recomposição da vida, promove-se a empatia com o outro, criam-se as condições de aproximação, fortalecendo os laços sociais na medida em que o outro, um desconhecido, torna-se um pouco mais “familiar” (LERNER, 2013, p. 9 e 10).

Na construção de um discurso que narra a morte de uma celebridade, como o episódio do músico Cristiano, a mídia também impulsiona a formação de públicos. No contexto institucional que permeia a relação entre a mídia e a sociedade, o público emerge como paciente - afetado pela narrativa do acontecimento - e como agente, compartilhando experiências e significados em sua relação construída com a própria celebridade (SIMÕES, 2010).

O público é paciente porque, de alguma forma, é afetado pela morte: lamentando, chorando, sofrendo ou até fazendo piada. Ao mesmo tempo, o público é agente: disputa ingressos para ir à homenagem pública, faz manifestações de carinho, compra CDs e DVDs, enfim, constrói uma experiência partilhada que configura o próprio público e reafirma o ídolo como celebridade na situação vivenciada (SIMÕES, 2010, p. 77).

## **Considerações finais**

Por que o jovem Cristiano Araújo teve sua vida interrompida aos 29 anos num acidente fatal de trânsito não é pretensão de este artigo responder. Mas por que e para que

as imagens de sua dor, de sua morte e de seu cadáver foram “viralizadas” na web e pautaram a mídia é uma reflexão que este texto ousa sugerir.

O que motiva o público a se interessar tanto pelo tema da morte? Por que a morte e seu caráter accidental como falha do curso normal da vida são tratados como *fait divers* e, apesar de assunto repulsivo, despertam curiosidade nos meios de comunicação? Em nossa sociedade altamente midiaticizada, a dor e o sofrimento dos pacientes públicos se transformaram em insumo para a visibilidade na sociedade contemporânea. Será que estamos vivendo uma pandemia da exposição do paciente público? Ou um surto do compartilhamento da tragédia? Ou ainda contaminados pelos “selfies” dos moribundos?

Será que, talvez, os anticorpos dessa narrativa da dor estejam no debate e na reflexão? Ou “talvez a dívida que tenhamos contraído ao nascer seja a de habitar o mistério de estar vivo; talvez a redução da vida ao esforço de evitar a morte seja um modo de impedir que habitemos o mistério” (VAZ, 2007, p. 153).

## Referências bibliográficas

- AGUIAR, Leonel Azevedo. *O jornalismo sensacionalista e a lógica da sensação*. Universidade Metodista de São Paulo, 2008.
- BALANDIER, Georges. *A desordem: elogio ao movimento*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.
- BARBOSA, Marialva. *A morte imaginada*. GT Comunicação e Sociabilidade na XIII Compós. UESP: São Paulo, 2004.
- BRITTO, Antonio Britto, CUNHA, Luiz Cláudio. *Assim morreu Tancredo*. Porto Alegre: L&PM, 1985.
- CASTILHO, Márcio. Martírio e autoridade na trama noticiosa do caso Tim Lopes. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 9, n 1, 2012.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. 1 ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *Imagens: apesar de tudo*. KKYM, 2012.
- GLOBO.COM. G1, Goiás, Música. *Advogados vão apurar imagens de Cristiano Araújo feitas após a morte*. Vídeo e fotos do cantor vazaram e foram divulgados nas redes sociais. IML nega autoria; clínica diz que está tomando “providências imediatas”. Disponível em <http://g1.globo.com/goias/musica/noticia/2015/06/advogados-vao-apurar-imagens-de->



[cristiano-araujo-feitas-apos-morte.html](http://cristiano-araujo-feitas-apos-morte.html). 25/6/2015, 18h42 - atualizado em 25/6/2015, às 23h08.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. São Paulo: Graal, 2012.

GOFFMAN, Ervin. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1983.

ISER, Wolfgang. *O fictício e o imaginário*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2013.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. *Líbero*, v. 6, n. 11, 2007.

LERNER, Kátia. Doença, Mídia e Subjetividade: Algumas Aproximações Teóricas. Intercom – XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, AM, 2013.

MATHEUS, Letícia Cantarella. O Jornalismo entre História e Ficção. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014. Em PDF: <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-1720-1.pdf>

MORIN, Edgar. O espírito do tempo. Volume 1 – *Neuroses*. São Paulo: Forense Universitária, 2011.

OLIVEIRA-CRUZ, Milena Carvalho Bezerra Freire. Morro, logo existo: a morte como acontecimento jornalístico. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 5, n. 1, p. 149-159, 2008.

PORTAL BAND.com.br Notícias – Cidades. *Hospital vai investigar vazamento de imagens de cantor*. Vídeo que mostra atendimento ao cantor sertanejo Cristiano Araújo, morto em acidente de carro na quarta-feira (24), levantou debate ético. Disponível em: <http://noticias.band.uol.com.br/cidades/noticia/100000758326/hospital-vai-investigar-vazamento-de-fotos-de-cristiano-araujo-.html>, quinta-feira, 25 de junho de 2015, às 19h58, atualizado na sexta-feira, 26 de junho de 2015, às 23h31.

RESOLUÇÃO CFM nº 1997/2012, publicada no DOU de 16/8/2012, Seção I, p. 149.

ROCHA, Paula Roberta Santana; DOS SANTOS, Goiamérico Felício Carneiro. *A Morte como Espetáculo Midiático*. Intercom – XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. Rio Verde/GO, 2013.

SACRAMENTO, Igor. Os Célebres Diante da Dor: O Ethos Terapêutico e os Modos de Subjetivação na Cultura Contemporânea. Intercom – XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, PR, 2014.

SILVA, Gislene. Morte, Acontecimento Noticioso Primordial. SBPJor – XIX Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro, 2011.

SIMÕES, Paula Guimarães. A mídia e a construção das celebridades: uma abordagem praxiológica. *Logos*, v. 16, n. 2, p. 67-79, 2010.

SONTAG, Susan. *A doença como metáfora*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1984.

VAZ, Paulo, SÁ-CARVALHO, Carolina, POMBO, Mariana. “Risco e sofrimento evitável: a imagem da polícia no noticiário de crime”. *E-compós* – Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação 4:1-22, 2005.

## **A falta que elas fazem<sup>1</sup>**

A emergência feminina no cinema brasileiro contemporâneo

Emanuella Leite Rodrigues de Moraes<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este trabalho pretende analisar a presença crescente de mulheres diretoras na cinematografia brasileira contemporânea – que aqui compreende desde o movimento denominado Cinema da Retomada até os dias de hoje. Focalizando a importância de um cinema feito por/sobre mulheres, uma minoria ainda subalternizada no que compete a poder e legitimidade, se procurará investigar como cada uma delas, ao tomar o lugar de fala e portar-se como o sujeito de suas próprias representações, tende a contribuir para o desmonte do discurso dominante inerente ao homem, e, portanto, fazer dos seus filmes espaços de criação de novos enunciados, feministas ou não, capazes de apreender o discurso habitual sobre o gênero e a sexualidade como um conjunto de proposições repetidas que adquirem a aparência de verdade.

### **Palavras-chave**

Mulheres diretoras; emergência; cinema brasileiro contemporâneo; gênero; sexualidade.

Entre os estudiosos do cinema brasileiro contemporâneo, encontram-se, com certa frequência, referências ao número significativo de diretoras que surgiram a partir da segunda metade da década de 1990. Embora não se tenha aqui a pretensão de fazer um levantamento minucioso de todos os fatores que propiciaram a emergência das mulheres na criação cinematográfica, dois vetores principais não podem deixar de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Emanuella Leite Rodrigues de Moraes é doutoranda no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Fez doutorado sanduíche no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). [emanuellaleiterodrigues@gmail.com](mailto:emanuellaleiterodrigues@gmail.com)

ser mencionados no que diz respeito às últimas décadas do século XX – eleito um século bastante conturbado, dada a quantidade extensa de eventos e transformações radicais, que fez ruir muitas das tradicionais estruturas sociais, políticas, econômicas e culturais: em primeiro lugar, nessa época, desenlaces importantes se deram na produção cultural dominante, com a expressividade crescente de grupos minoritários, outrora silenciados, em que estavam incluídas as mulheres e que resultou em um salto do movimento feminista em âmbito mundial e nacional; em segunda instância, os anos pós-ditadura militar abriram caminho para um processo de redemocratização que alterou a cena brasileira, isto é, para transformações sociopolíticas que provocaram muitas mudanças na conjuntura cultural – em que, durante o longo período que marcou a ditadura, se observava o cerceamento da liberdade de expressão e dos direitos das “minorias” que tentavam buscar visibilidade e legitimidade, como os grupos feministas – e, por conseguinte, no panorama cinematográfico do país.

Algumas revoluções sociais marcaram de maneira notável o século passado, entre as quais chama a atenção aquela que resultou no papel maior desempenhado pelas mulheres nas sociedades ocidentais desenvolvidas. “A partir da década de 1960, começando nos EUA, mas espalhando-se rapidamente pelos países ricos do Ocidente e além, nas elites de mulheres educadas do mundo dependente – mas não inicialmente, nos recessos do mundo socialista –” há que se lembrar que “a entrada em massa de mulheres casadas [...] no mercado de trabalho e a sensacional expansão da educação superior formaram o pano de fundo [...] para o impressionante reflorescimento dos movimentos feministas” (HOBSBAWM, 1995, p. 305-306). É verdade que estes não significaram uma transformação imediata da situação das mulheres, contudo, graças a eles, o mundo ocidental começava a dar indícios de mudanças relevantes nos papéis femininos outrora desempenhados, nas convenções sociais que determinavam os lugares a serem ocupados pelas mulheres e nas expectativas delas sobre si mesmas. Embora os movimentos feministas tenham se vinculado em princípio, por razões diversas, ao ambiente da classe média dita educada, “é provável que na década de 1970, e sobretudo na de 1980, uma forma política e ideologicamente menos específica de consciência feminina se espalhasse

entre as massas do sexo (que as ideólogas agora insistiam que devia chamar-se ‘gênero’)” (HOBSBAWM, 1995, p. 306).

## **O feminismo no Brasil**

Enquanto nos Estados Unidos e em boa parte da Europa Ocidental o proeminente reflorescimento dos movimentos feministas deu-se a partir de 1960, no Brasil tal fenômeno só pode ser vivenciado mais tarde, haja vista que nesta década o país sofreu um golpe militar que instaurou uma longa ditadura, que logo nos primeiros anos, em especial por meio do Ato Institucional n. 5 (AI-5), impôs grande censura aos grupos sociais e movimentos culturais contrários ao governo autoritário. Não obstante, “foi no ambiente do regime militar e muito limitado pelas condições que o país vivia na época, que aconteceram as primeiras manifestações feministas no Brasil na década de 1970” (PINTO, 2010, p. 16). O posicionamento contra o regime em questão e o engajamento político das mulheres, de algum modo, colocaram em xeque o papel secundário relegado ao gênero feminino na sociedade tradicionalmente comandada por homens. Por esta razão, os militares viam com grande receio “qualquer manifestação de feministas, por entendê-las como política e moralmente perigosas” (PINTO, 2010, p. 16-17). Conforme o tempo passava, apesar da inegável coerção do governo autoritário à liberdade de expressão de muitos grupos feministas que lutavam por mudanças – obrigando muitos destes a irem para a clandestinidade, o exílio, que culminou no contato, por exemplo, com o feminismo europeu –, algumas relevantes conquistas em âmbito mundial davam impulso ao feminismo brasileiro, a exemplo da promulgação por parte da Organização das Nações Unidas (ONU), em 1975, dos próximos dez anos como a década das mulheres, que inspirou neste mesmo ano, no Brasil, uma importante semana de debates intitulada “O papel e o comportamento da mulher na realidade brasileira”, patrocinada pela ONU. Assim, na década seguinte, em especial com o fim da ditadura militar, os movimentos feministas adquiriram significativa expressão política e notável visibilidade social:

Com a redemocratização dos anos 1980, o feminismo no Brasil entra em uma fase de grande efervescência na luta pelos direitos das mulheres: há inúmeros grupos e coletivos em todas as regiões tratando de uma gama muito ampla de temas – violência, sexualidade, direito ao trabalho, igualdade no casamento, direito à terra, direito à saúde materno-infantil, luta contra o racismo, opções sexuais [...] (PINTO, 2010, p. 17).

O período político conhecido como redemocratização possibilitou, entre outras coisas, que o feminismo mobilizasse as mais diversas mulheres, outrora apartadas, em torno de temas e direitos que lhes eram comuns. A disseminação da luta por questões levantadas por elas criou um ambiente propício em favor da (re)abertura e efervescência cultural no Brasil – que, aliás, permitiram às mulheres participar de maneira mais ativa da produção simbólica nacional, e, conseqüentemente, da cinematografia brasileira.

### **A emergência de mulheres diretoras**

O crescimento da participação feminina no cinema brasileiro não se deu de maneira rápida, e nem poderia, haja vista que o país estava se recuperando das desilusões e descaminhos plantados pelo regime militar. Nessa conjuntura, Fernando Collor de Melo foi o primeiro presidente eleito de forma democrática, através de eleições diretas, após a ditadura militar. Durante o seu tumultuoso mandato, iniciado em 1990, se envolveu com lavagens e desvios de dinheiro público, confisco de contas bancárias, privatizações de empresas estatais, cortes de verbas públicas para a cultura, entre outras medidas e escândalos, agravando a situação de um país que já se encontrava bastante prejudicado e culminando na sua destituição do cargo por *impeachment* em 1992. Neste cenário caótico, como lembra Lúcia Nagib, pode-se dizer que os dois primeiros anos da década de 1990 estão entre os piores do caminho trilhado pelo cinema brasileiro: “Logo após sua posse, Collor rebaixou o Ministério da Cultura a Secretaria e extinguiu vários órgãos culturais, dentre eles, a Embrafilme (Empresa Brasileira de Filmes S.A), que já claudicava, mas permanecia como o principal sustentáculo do cinema brasileiro” (NAGIB, 2002, p. 13). O presidente, alinhado aos ideais neoliberais dominantes, com a extinção da Fundação do Cinema



Brasileiro, Concine e Embrafilme, suprimiu as principais fontes estatais de financiamento e apoio à produção cinematográfica brasileira. “A ideia geral de Collor era aplicar o que considerava um ‘choque de capitalismo’ ao cinema, deixando-o entregue, do dia para a noite, às ‘leis do mercado’. Na prática, o que se assistiu foi a uma virtual paralisia da produção” (ORICCHIO, 2008, p. 139).

Naqueles primeiros anos da década de 1990, um número bem reduzido de filmes foi produzido e, menos ainda, exibidos no circuito comercial. O conjunto de medidas adotadas durante o governo de Collor deixou o cinema brasileiro em uma situação de considerável abandono, aproximando-o da paralisação total. Desse modo, “a constatação era que o cinema nacional se mostrava incapaz de auto-sustenção, precisando se valer de incentivos fiscais, como outros setores da economia” (ORICCHIO, 2008, p. 141). Para se ter uma noção mais precisa, “em 1992, apenas dois filmes de longa-metragem foram lançados no Brasil”, confirmando o fato de que “o cinema brasileiro, desde o fim da Embrafilme, tornou-se mal distribuído, mal exibido e pouquíssimo visto” (NAGIB, 2002, p. 13). Os filmes nacionais, durante o governo de Fernando Collor, sem incentivos e financiamentos por parte da máquina estatal e, assim, sem condições de serem produzidos e lançados, tinham praticamente desaparecido do imaginário da população e da imprensa. Todavia,

[c]om a saída de Collor, [...] em dezembro de 1992, [...] assumiu o vice-presidente Itamar Franco. Medidas emergenciais (como os concursos chamados de “resgate do cinema brasileiro”) se somaram às leis de incentivo fiscal, Lei Rouanet e Lei do Audiovisual, para tentar revitalizar o setor. As leis, basicamente, preveem desconto do IR para empresas interessadas em investir em produções nacionais. O artigo terceiro da Lei do Audiovisual também prevê incentivos às empresas estrangeiras, que podem descontar o imposto de renda sobre a remessa de lucros, caso invistam em filmes brasileiros. [...] Dessa forma, o modelo adotado após o “desmanche” de Collor foi o da renúncia fiscal. E é ele que subsiste até o momento, com seus pontos positivos e negativos (ORICCHIO, 2008, p. 140-141).

Durante o “mandato-tampão” de Itamar Franco ocorreu aquilo que se convencionou chamar de “Retomada do Cinema Brasileiro” cuja “expressão ‘retomada’ [...] ressoa como um *boom* ou um ‘movimento’ cinematográfico, [...] longe de alcançar unanimidade mesmo entre seus participantes”, como elucida Lúcia

Nagib (2002, p. 13). Na realidade, como atenta a própria autora, para alguns, o que se deu foi uma breve interrupção da atividade cinematográfica com a desativação da Embrafilme, logo restaurada por meio do rateio dos próprios recursos da extinta produtora, através do Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro. Dessa iniciativa do governo, saiu parte da verba para a produção do filme que se tornou o símbolo da Retomada, *Carlota Joaquina, princesa do Brasil* (1995), dirigido por Carla Camurati. “Produção artesanal, Carlota foi rodado com poucos recursos e distribuído pela própria diretora, a atriz Carla Camurati, que fazia sua estreia na direção de longas-metragens, já com experiência em curtas” (ORICCHIO, 2008, p. 141). A concretização do filme foi possível graças ao fato de que a diretora conseguiu obter R\$ 100 mil no concurso de roteiros “Resgate do Cinema Brasileiro” e mais R\$ 400 mil em empresas patrocinadoras – estas, de olho na contrapartida do desconto no imposto de renda, tinham todo o interesse em financiar filmes nacionais. Nesse contexto, a produção cinematográfica no Brasil, depois de beirar a paralisação completa, ganhou maior impulso com o estabelecimento da captação de recursos via leis de incentivos fiscais, o que permitiu relocizá-la aos poucos no cenário cultural. Em verdade, “mesmo com poucas cópias e dificuldades de distribuição, divulgação e exibição, o cinema brasileiro voltou a despertar a atenção do público e da imprensa” (NAGIB, 2002, p. 14).

Nos primeiros anos da “retomada” do cinema nacional, muitas estratégias foram criadas para produzir, distribuir e exibir filmes, tendo em vista as grandes dificuldades orçamentárias que ainda rondavam um país recém-saído da interrupção quase total das atividades cinematográficas. Luiz Zanin Oricchio (2008) relembra, por exemplo, que o filme que marcou o início do Cinema da Retomada, anteriormente mencionado – *Carlota Joaquina, princesa do Brasil* –, fez uso de alguns recursos criativos para burlar a precariedade do baixo orçamento para longa-metragem: planos fechados no que seriam cenas de multidões e utilização de materiais mais simples e baratos para compor os vestuários de luxo dos personagens do filme. Na perspectiva do autor, tal produção cinematográfica, que se configura como uma sátira a um episódio da história do Brasil – a vinda da família real para o país em 1808 –, ganhou

a simpatia do público, na contramão de todas as expectativas da crítica e da imprensa especializada. Contudo, não se pode esquecer que “o Brasil de *Carlota Joaquina*, primeiro grande sucesso da retomada, é também uma miragem de um escocês pela qual se realiza uma interpretação inteiramente livre de um episódio histórico brasileiro” (NAGIB, 2002, p. 15), em que não havia um aprofundamento da busca pela compreensão da história “real” do país, tampouco existia uma preocupação com uma análise mais profunda dos rumos políticos trilhados pela sociedade brasileira. O longa-metragem de Carla Camurati possivelmente caiu no gosto popular pelo investimento na comédia, ironia e “trapalhadas” da família real portuguesa. Na época, o filme vendeu mais de um milhão de ingressos, um número considerado uma conquista e tanto. É verdade que se tentou interpretar de várias maneiras o sucesso imprevisto da obra fílmica: o desejo contido de debochar dos poderosos, tão presente no imaginário de um povo avesso à política; as interpretações cômicas de Marieta Severo, como a libertina e luxuriosa *Carlota Joaquina*, e de Marco Nanini, como o semi-idiota D. João VI; e o gosto nacional pela caricatura (ORICCHIO, 2008).

Chama a atenção o fato de um filme dirigido por uma mulher ter sido considerado o filme-símbolo do Cinema da Retomada, levando em conta que há algumas poucas décadas atrás as mulheres não ocupavam o lugar de sujeitos que filmam na historiografia do cinema brasileiro, sobretudo em se tratando de longas-metragens. Entretanto, conforme as análises de Lúcia Nagib (2002), muitos diretores e diretoras que, no princípio dos anos de 1990, estavam restritos à criação de curtas-metragens, a partir de 1994 conseguiram se lançar na carreira de produção de longas, tendo alguns destes se tornado bastante reconhecidos no âmbito cinematográfico nacional. De acordo com a autora, ainda que nesse período tenha havido projetos mal sucedidos e filmes que nunca saíram do papel, nada disso apaga o furor criativo de meados de 1990, por tanto tempo reprimido e finalmente anunciado através de uma rica pluralidade no âmbito da sétima arte:

Não apenas porque estreantes no longa-metragem, como Tata Amaral, Beto Brant, Rosane Svartman, Eliane Café, Fabrízia Alves Pinto, Toni Venturi, Eduardo Caron, Mirella Martinelli, Monique Gardenberg, Bia Lessa, Dany Roland, encontram-se em pé de igualdade com veteranos,

como Cacá Diegues, Nelson Pereira dos Santos, Carlos Reichenbach, Walter Lima Jr., Paulo César Saraceni, Walter Hugo Khouri, Neville d’Almeida, Domingos Oliveira, ou com uma geração intermediária, como Walter Salles, Murilo Salles, André Klotzel, Sérgio Bianchi, Guilherme de Almeida Prado. Mas também porque o Brasil se mostra, em sua geografia ampla, para além do eixo Rio-São Paulo [...] (NAGIB, 2002, p. 14).

Graças à “retomada” do cinema nacional, que diz respeito ao período compreendido entre 1995 e 1998<sup>3</sup>, a sociedade brasileira viu a oportunidade de deixar para trás um longo período histórico de asfixia cultural, desvencilhando-se pouco a pouco da herança estéril da censura, do bloqueio austero da criatividade e das amarras quase insolúveis do imaginário dominante – alinhado a questões como machismo, sexismo, racismo, entre outras. Exatamente nesse ambiente simbólico, cada vez mais ressignificado por novas formas de expressão e novos protagonistas, a participação feminina na cinematografia brasileira adquiriu visibilidade crescente. Como bem destaca Luciana Corrêa de Araújo (2005), no decorrer dos anos de 1990 se somaram 36 longas-metragens realizados por mulheres. E, segundo observa Lúcia Nagib (2002), o fenômeno inesperado da explosão do número de diretoras – se comparado à quantidade significativamente superior de cineastas homens – deu-se na segunda metade da década. Aliás, “a prova, em termos numéricos, está no fato de que entre 90 cineastas ativos entre 1994-98, 17 eram mulheres, isto é, aproximadamente 19%, um crescimento significativo quando comparado aos menos de 4% de presença feminina nos anos pré-Collor” (NAGIB, 2012, p. 19). Daqui em diante, ou seja, do movimento conhecido como Cinema da Retomada até os dias de hoje, as mulheres não pararam mais de realizar filmes, salvo em alguns períodos de crise na cinematografia brasileira, que atingiu a todos, a exemplo de um momento cultural pouco fecundo no país com a desvalorização do real, em 1999. Nas palavras de Helena Solberg<sup>2</sup>, tomadas em depoimento por Lúcia Nagib (2002, p. 14), “o número de mulheres

---

<sup>3</sup> Cineasta que ficou conhecida no Brasil especialmente pelo documentário *Carmem Miranda: Banana is my Business* (1995) – longa-metragem que ganhou os prêmios de melhor filme pelo júri popular, da crítica e o especial do júri no Festival de Brasília. A diretora, carioca nascida no ano de 1942, morou durante muito tempo na cidade de Nova York, firmando-se como produtora e diretora de documentários tanto no Brasil quanto nos EUA. De volta ao Brasil, desde meados de 1990, realizou seu primeiro longa-metragem de ficção *Vida de Menina* (2004), adaptação do livro de Alice Dayrell Caldeira Brant.

produtoras e diretoras de longa-metragem é [hoje] um fenômeno inusitado e maravilhoso”.

### **Fragmentos de um presente**

Embora as mulheres tenham sido historicamente subalternizadas pelas narrativas ocidentais clássicas e permaneçam sendo alvo de subjugação, preconceito e dominação que resultam de novas formas de sobrevivência do poder patriarcal, não se pode perder de vista que, “às vezes, a irreconhecibilidade mesma do outro provoca uma crise nas normas que governam o reconhecimento” (BUTLER, 2009, p. 40, tradução nossa<sup>4</sup>), acirrando, por exemplo, a crescente emergência de “contranarrativas femininas”, fundadas a partir da voz das próprias mulheres, isto é, ditas por elas sobre si mesmas, na cinematografia brasileira contemporânea – que aqui diz respeito aos filmes produzidos de 1995 para cá, ou melhor, do movimento denominado Cinema da Retomada até os dias de hoje. No papel de cineastas, desempenhado quase sempre por homens, as mulheres têm a possibilidade de contar versões diferentes que ofereçam formas de resistência às tradicionais imagens e discursos fílmicos que lhes constituem enquanto gênero e sexo enrijecidos, visto que “o cinema dominante delimita para a mulher uma ordem social e natural específica, define-lhe certas proposições de significado, fixa-a numa determinada identificação” (LAURETIS, 1993, p. 99). Contudo, o fato de as mulheres falarem por si mesmas no âmbito cinematográfico não lhes garante de imediato a ruptura com as formas convencionais de representação do feminino. A esse respeito, Ann Kaplan (1995) lembra que as teóricas francesas, influenciadas por Lacan, enfocam a linguagem e o fato de a linguagem, enquanto ferramenta primordial para o desenvolvimento e organização do meio social, possuir um viés intrínseco ao homem. “Consequentemente, se a linguagem é por definição ‘masculina’, as mulheres que a falam estão alienadas de si mesmas” (KAPLAN, 1995, p. 136), podendo tornar-se cúmplices de certas narrativas do feminino configuradas na

---

<sup>4</sup> “A veces, la irreconocibilidad misma del otro provoca una crisis en las normas que gobiernan el reconocimiento” (BUTLER, 2009, p. 40).



lógica dominante e repetir a história dita oficial responsável por lhes impor diversas formas de opressão:

Usando a distinção feita por Lacan entre o mundo do imaginário (visto como pré-linguístico) e o mundo do simbólico (a ordem baseada na linguagem), elas sustentam que as mulheres foram obrigadas a encontrar seu lugar dentro de um sistema linguístico essencialmente estranho que, linear e gramaticalmente, ordena o simbólico, o superego e a lei. As mulheres defrontam-se com uma contradição real: se permanecem em silêncio, diz Xàviere Gauthier, “ficarão fora do processo histórico. Mas, se começarem a falar e a escrever como fazem os homens, entrarão na história subjugadas e alienadas; é uma história com a qual, falando logicamente, seu discurso deveria romper” (KAPLAN, 1995, p. 136).

Certa ou errada a proposição, o que interessa mesmo é a possibilidade de as mulheres assumirem sua voz, tomando o lugar de fala; portarem-se como o sujeito de suas próprias representações, rasurando o posto de objeto que lhes foi delegado ao longo do tempo; e contribuírem para o desmonte do discurso dominante inerente ao homem, fazendo dos seus projetos artísticos espaços de criação de novos enunciados – “paradoxalmente, portanto, a construção do gênero também se faz por meio de sua desconstrução, quer dizer, em qualquer discurso, feminista ou não, que veja o gênero como apenas uma representação ideológica falsa” (LAURETIS, 1994, p. 209) ou um conjunto de proposições repetidas que adquirem a aparência de verdade. Para cada mulher posicionada no lugar de sujeito social, diante da dificuldade de se articular e se expressar através de si mesma, sem as amarras e alienações típicas de um ambiente simbólico marcadamente controlado pelos homens, possivelmente resta, conforme assinala “Claudine Herrmann, [...] encontrar (e falar a partir dele) um espaço vazio, a terra de ninguém a qual ela pode pelo menos chamar de sua. [...] Ou, como Kristeva enfatiza, ‘estranhas à linguagem, as mulheres são visionárias, dançarinas que sofrem enquanto falam’” (KAPLAN, 1995, p. 136). Assim, a emergência feminina na produção cinematográfica brasileira, ainda que lhe ponha de frente com a complexidade de uma linguagem por tanto tempo desconhecida e inacessível, permitiu que as mulheres passassem do patamar de meros objetos filmados à condição de realizadoras e, por que não, controladoras de suas próprias imagens e discursos, podendo romper com a tradição dominante quando “apresentam imagens novas de

mulheres que desmentem aquelas que o cinema comercial constrói a partir de sua posição patriarcal” (KAPLAN, 1995, p. 131).

O cinema de mulher, ou, melhor dizendo, o cinema feito por/sobre mulheres, estimula “[...] a elaboração de representações de si pelos próprios sujeitos da experiência, aqueles que eram – e ainda são –” (LINS; MESQUITA, 2008, p. 38) os objetos clássicos do cinema convencional; e, além disso, permite o questionamento do regime da “verdade” mediante o qual se estabelecem e se constroem novas verdades, motivadas pelo desejo de ser reconhecido pelo outro (BUTLER, 2009). No âmbito cinematográfico hegemônico – em que os homens se constituem (e são constituídos) como uma “maioria” que detêm o poder de representar os sujeitos – deve-se lembrar da maneira pela qual o vasto universo feminino é comumente confinado a normas e padrões preexistentes. Em outras palavras, nas narrativas cinematográficas mais habituais, em que o masculino fala sobre/pelo feminino, em muito incomoda o fato de as mulheres serem representadas como “o termo negativo da diferenciação sexual, fetiche e espetáculo” e, portanto, constituídas enquanto “o substrato da representação, o espelho suspenso para o homem” (LAURETIS, 1993, p. 99), como se existissem somente enquanto uma residual extensão ou o contrário deles, ou seja, um outro que não é homem. Por tal razão, conforme destaca Teresa de Lauretis (1994), o conceito de gênero pensado como diferença sexual encontrava-se no centro da crítica da representação e da releitura de narrativas culturais articuladas por teóricas da segunda geração do movimento feminista.

Muitas teóricas feministas tentaram investigar o papel cumprido pelas formas artísticas – entre as quais se encontra o cinema – na expressão de questões relacionadas ao gênero inscrito (e reduzido) na diferença sexual. Flitterman e Barry, por exemplo, analisadas por Ann Kaplan (1995, p. 57-58), afirmam que “uma arte feminista radical deveria incluir uma compreensão de como as mulheres são constituídas na cultura” e defendem “uma estética planejada para subverter a produção da ‘mulher’ como mercadoria”, coincidindo com o pensamento de Claire Johnston e Laura Mulvey no que estas destacam que, para ser feminista, o cinema

deveria ser “contracinema”. Nessa perspectiva, somente a reflexão e olhar críticos por parte das mulheres que participam da produção simbólica, capazes de identificá-las como alvos constantes de uma ideologia patriarcal que tem todo interesse de representá-las confinadas à diferença do homem, permitirá que novas imagens femininas se construam no seio social, através de ferramentas artísticas que outrora (só) foram utilizadas para legitimar tal ideologia. Com base nisso, a (des)construção das questões pertinentes ao gênero feminino pode ocorrer por meio do mesmo aparato ideológico que há muitos anos serviu para fixá-lo, reduzi-lo e naturalizá-lo: o cinema.

De um modo geral, as mulheres foram historicamente afastadas dos meios de produção e difusão de imagens fílmicas, embora nunca tenham deixado de funcionar como (principal) fonte de inspiração para muitas histórias mostradas na grande tela. Na mira do olhar masculino hegemônico, elas foram, e ainda são, por vezes, representadas a partir de preconceitos e estereótipos, desprovidas de subjetividades e singularidades. Todavia, quando elas se envolvem na atividade de fazer cinema (que se caracteriza ainda como um cinema de “minoria”), podem reinventar suas próprias formas de enunciação, empoderar narrativas, criar linguagens e definir valores sobre si. A possibilidade de as mulheres, quando/se alocadas no papel de realizadoras de filmes que abordam o feminino, investirem em outras formas de expressão do gênero e da sexualidade, atribuindo-lhes novos sentidos e repensando as velhas convenções, relaciona-se com o fato de que o cinema, segundo as análises de Teresa de Lauretis (1993), funciona ao mesmo tempo como um aparato material e uma prática significadora em que os sujeitos sociais são constituídos, mas nunca esgotados.

As narrativas produzidas sobre corpos e mentes, que culminam na constituição dos gêneros e das sexualidades – que não preexistem nos indivíduos, isto é, são pós-discursivos – comumente se desdobram através de tecnologias sociais e/ou políticas. Por isso, Teresa de Lauretis (1994), ampliando o conceito de tecnologia social cunhado por Foucault – que, de forma bastante genérica, refere-se a um conjunto de técnicas e procedimentos constituídos e aplicados socialmente (através, por exemplo, da medicina, da pedagogia, da economia) que tem efeitos determinantes sobre a vida das pessoas, sobre seus corpos, identidades, desejos e práticas – apreende o gênero

como um produto de representações e autorrepresentações mediadas por diferentes tecnologias sociais, como o cinema. Dessa maneira, “considerando o aparato cinemático como uma forma histórica e ideológica, a crítica propõe que os fatos relativos ao cinema e suas condições de possibilidade sejam compreendidos como ‘uma relação entre a técnica e o social’” (LAURETIS, 1993, p. 98), no intuito de enxergar o âmbito cinematográfico como um potente instrumento ou ferramenta discursiva implicada nas representações de sujeitos, ou seja, de homens e mulheres, ora reproduzindo os velhos padrões, ora produzindo novas formas de ser e pensar.

O suporte cinematográfico constitui o lugar da transformação, do impermanente, do reversível, da experimentação e, por que não, do questionamento. A mudança substancial na representação das mulheres, possivelmente, não se dará “nem na exterioridade das relações estratégicas (ao poder) nem na interioridade dos estados de dominação, mas traçando uma linha de fuga ‘entre’ os dois, através das técnicas e dispositivos que impedem os estados de dominação de fecharem todo espaço de criação dos possíveis” (LAZZARATO, 2004, p. 157). Sendo assim, as novas visibilidades e dizibilidades produzidas sobre/por mulheres (minorias ainda subalternizadas) podem, na contemporaneidade, conhecer sua transformação mais profunda, por um lado, tirando o foco da ocupação do poder dominante pelas mulheres, isto é, da passagem das margens ao centro, que, aliás, não colocaria um fim às instâncias de dominação; por outro, atentando o olhar para a potência revolucionária das tecnologias sociais, que, como o cinema, permanecem sempre abertas à emergência dos devires-minoritários, dos devires-mulheres.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Luciana Corrêa de. Retrospecto em fragmentos. In: CAETANO, Daniel (Org.). *Cinema brasileiro 1995-2005: revisão de uma década*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2005.

BUTLER, Judith. Dar cuenta de sí mismo – Violencia ética y responsabilidad. In: \_\_\_\_\_. *Dar cuenta de sí mismo*. Buenos Aires: Amorrortu, 2009.

*Carlota Joaquina, princesa do Brasil*. CAMURATI, Carla. Brasil: 1995. 100 minutos.

*Carmen Miranda – Banana is my Business*. SOLBERG, Helena. Brasil: 1995. 91 minutos.

HOBSBAWM, Eric J. *Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991*. Tradução de Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

KAPLAN, E. Ann. *A mulher e o cinema: os dois lados da câmera*. Tradução de Helen Marcia Potter Pessoa. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Org.). *Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LAURETIS, Teresa de. Através do espelho: mulher, cinema e linguagem. *Estudos Feministas*, Florianópolis, v.1, n. 1, p. 96-122, 1º semestre 1993.

LAZZARATO, Maurizio. Política da multiplicidade. In: LINS, Daniel; PELBART, Peter Pál (Orgs.). *Nietzsche e Deleuze – Bárbaros, civilizados*. São Paulo: Annablume, 2004.

LINS, Consuelo; MESQUITA, Cláudia. *Filmar o real: sobre o documentário brasileiro contemporâneo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

NAGIB, Lúcia (Org.). Além da diferença: a mulher no Cinema da Retomada. *Devires*, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p. 14-29, jan./jun. 2012.

NAGIB, Lúcia. *O cinema da retomada: depoimentos de 90 cineastas dos anos 90*. São Paulo: Editora 34, 2002.

ORICCHIO, Luiz Zanin. Cinema brasileiro contemporâneo (1990-2007). In: BAPTISTA, Mauro; MASCARELLO, Fernando (Orgs.). *Cinema mundial contemporâneo*. Campinas: Papyrus, 2008.





8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

PINTO, Céli Regina J. Feminismo, história e poder. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010.

*Vida de menina*. SOLBERG, Helena. Brasil: 2004. 118 minutos.

## **Redução da maioridade penal: narrativas que estigmatizam jovens negros e pobres<sup>1</sup>**

Érica Oliveira Fortuna<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo propõe uma reflexão crítica acerca das narrativas jornalísticas da redução da maioridade penal a partir da análise das reportagens do jornal O Globo. Fixaremos nosso olhar nas narrativas jornalísticas sobre o projeto de emenda constitucional (PEC 171/93) que propõe a diminuição da maioridade penal de 18 para 16 anos, e das que abordam crimes que levantam o debate sobre o assunto. Problematicaremos essas questões articulando a *tríplice mimesis* de Paul Ricœur com outros importantes autores. Nossa hipótese é que o jornal O Globo produz sentidos que querem parecer consensuais, e não impositivos. Através do processo cíclico, gera uma sensação permanente de medo e insegurança que estigmatiza o menor negro, pobre e favelado como bandido e principal responsável pelos casos de violência cometidos atualmente.

### **Palavras-chave**

Narrativas jornalísticas; produção de sentidos; violência urbana; redução da maioridade penal

Este artigo propõe uma reflexão crítica acerca das narrativas jornalísticas da redução da maioridade penal a partir da análise das reportagens do jornal *O Globo*. Atualmente, as narrativas do jornal configuram e disseminam sentidos de medo, insegurança e segregação de espaços na medida em que “selecionam” responsáveis pela violência na cidade. Nossa inquietação se estabelece na percepção de que menores de idade, negros, pobres e favelados são simbolicamente condenados pela sociedade, condenação que em muito se deve às representações oferecidas pela mídia.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT3 Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro e graduada em Direito pela Faculdade IBMEC (2010). [erica.fortuna@gmail.com](mailto:erica.fortuna@gmail.com)

Devemos esclarecer que nossa proposta para este artigo parte de reflexões concebidas nos estudos iniciais para a produção de nossa dissertação de mestrado. Dessa forma, pretendemos investigar as narrativas jornalísticas que constroem representações sobre esse acusado, pois entendemos que se trata de um cenário que merece ser problematizado à medida nos parece criar um processo de estigmatização que alimenta um ciclo de violência. Sabemos que muitas são as instituições que cooperam no processo, mas, neste artigo, nos debruçaremos apenas sobre a construção que se estabelece a partir da relação: mídia e público.

No ciclo da violência, a sociedade também participa desse processo. Pleiteando segurança e proteção, parte da população acredita que o encarceramento e o endurecimento da pena são medidas úteis e urgentes, a solução imediata para diminuir a violência urbana. Fixaremos nosso olhar nas narrativas jornalísticas sobre o projeto de emenda constitucional (PEC 171/93) que propõe a diminuição da maioria penal de 18 para 16 anos, e das que abordam crimes que levantam o debate sobre o assunto. Nossa hipótese é que o jornal *O Globo* produz sentidos que querem parecer consensuais, e não impositivos. Através do processo cíclico, as narrativas jornalísticas geram uma sensação permanente de medo e insegurança que estigmatiza o menor negro, pobre e favelado como bandido e principal responsável pelos casos de violência cometidos atualmente.

Problematizaremos essas questões articulando a *tríplice mimesis* de Paul Ricouer (1994), em que analisaremos como o processo cíclico das narrativas jornalísticas materializam o processo estigmatizatório no tempo e espaço, promovendo o endurecimento de penas como meio eficaz na contenção de crimes. O caso do médico Jaime Gold, assassinado em uma tentativa de assalto na Lagoa Rodrigo de Freitas, Rio de Janeiro, em 19 de maio de 2015, nos instigou a perceber que essa classificação ganhou um reforço: agora, o criminoso também é menor de idade. Diante desta inquietação, nossa proposta é refletir criticamente sobre as representações que fomentam a redução da maioria penal pelo jornal *O Globo*, analisando as reportagens que giram em torno do ciclista assinado na Lagoa e do projeto de emenda constitucional 171/93.

A violência urbana e a sensação de insegurança que permeia a cidade nunca preocupou tanto o brasileiro. O país vive um debate sobre a reformulação da legislação penal e a redução da maioridade penal. Neste sentido, mostra-se relevante antes de iniciar a nossa explanação, fazer um breve resumo histórico sobre a PEC 171/93, que propõe a diminuição da maioridade penal.

Em 1988, a Constituição da República foi outorgada no Brasil e incluiu em seu art. 288 a imputabilidade aos menores de 18 anos. Apenas cinco anos depois, em 1993, foi apresentado um Projeto de Emenda Constitucional que propunha a redução da maioridade penal para 16 anos de idade. Desde então, inúmeras tentativas de mudança na legislação foram apresentadas. Esses projetos foram arquivados após manifestação das Comissões de Constituição e Justiça das duas casas, que consideravam a idade mínima de imputabilidade uma garantia individual e inatingível. Assim, era declarada a incompatibilidade das emendas com o texto constitucional vigente por se tratar o art. 228 de “cláusula pétrea”<sup>3</sup>.

No entanto, no dia 31 de março de 2015, A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania da Câmara dos Deputados se posicionou favoravelmente à admissibilidade da PEC 171/93. Nesse exame, a CCJ analisou apenas a constitucionalidade, legalidade e técnica legislativa do projeto. Com essa breve explicação, podemos começar nossa reflexão sobre as representações do jornal *O Globo* sobre crimes supostamente praticados por menores de idade e sua relação com a redução da maioridade penal, problemática cara à sociedade brasileira.

### **O movimento das narrativas jornalísticas no tempo e espaço**

Essas articulações simbólicas da ação são portadoras de caracteres mais precisamente temporais, donde procedem mais diretamente a própria capacidade da ação a ser narrada e talvez a necessidade de narrá-la (RICOEUR, 1994, p. 88).

---

<sup>3</sup> Faz parte de um núcleo duro da constituição, inatingível por qualquer tipo de alteração que objetive retirar direitos e garantias previstos.

A sequência que se estabelece ao contar os fatos é uma forma de colocar 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, criamos identidade, estamos dizendo quem somos. Com Ricoeur, 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, um olhar atento na “refiguração narrativa”, sentidos que reorganizam a nossa experiência temporal.

Podemos articular a perspectiva de Ricoeur com a de Certeau, que ressalta a importância de desviar o olhar dos sistemas linguísticos e privilegiar as práticas significativas. Certeau ressalta que sua pesquisa “pertence a este tempo ‘segundo’ da análise, que passa das estruturas às ações” (1994, p. 201). As narrativas têm o poder de transformar lugares em espaços e espaços em lugares, a partir da organização de jogos de linguagem que influenciam as relações e a forma de ocupação da cidade.

Os aspectos temporais são considerados os grandes indutores da narrativa que pedem a narração do fato. De tempos em tempos, percebemos que questões já superadas voltam à pauta. Benjamin 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. Atualmente, com o eminente debate sobre violência, percebemos a volta da discussão sobre a maioria penal. A sociedade clama por uma solução imediata. Nessa perspectiva, o jornalismo apresenta narrativas que parecem fomentar o endurecimento da legislação penal. De forma cíclica, o público quer falar sobre o assunto e o jornal o alimenta com narrativas repetitivas que podem levar à estigmatização, classificando o culpado.



No ano de 2015, em meio ao processo legislativo da Emenda Constitucional 171/93 que altera a maioria penal, ocorreu um caso que levantou muitas discussões sobre o tema. No dia 19 de maio, Jaime Gold foi vítima de um assalto seguido de morte, na Lagoa Rodrigo de Freitas, zona sul do Rio. O jornal *O Globo* traz em sua capa: “Na Lagoa, mais um esfaqueado”.

Um ciclista foi esfaqueado no abdômen ontem à noite na Lagoa Rodrigo de Freitas, durante um assalto. A vítima, que até o fim da noite não havia sido identificada foi encontrada pelo médico Roberto Oberg que fazia exercícios físicos, na altura da Curva do Calombo, em frente ao centro náutico do Botafogo, por volta das 19h. Segundo ele, (...) o homem estava junto a uma árvore, sangrando muito e já inconsciente. Bombeiros foram chamados e levaram o ciclista para o Hospital Miguel Couto, onde ele seria operado. (...) Testemunhas não presenciaram o momento exato do assalto, mas viram quando dois bandidos armados com faca fugiram de bicicletas. Eles teriam tido a cobertura de um terceiro criminoso, que aparentava ter menos de 18 anos. A bicicleta da vítima foi levada (*O Globo*, 20/06/2015, pg. 13).

Jaime Gold foi esfaqueado em decorrência de uma tentativa de roubo. O médico foi levado ao hospital e faleceu na manhã seguinte. Um menor, negro, foi apreendido e levado à divisão de homicídios. Diante a revolta da população por um crime que acontecera no cartão postal da cidade e a pressão que foi feita pelos veículos de comunicação, o Estado precisava dar uma resposta rápida. Na sequência, outro menor, negro, foi apreendido e a Delegada responsável veio a público dizendo que o caso estava encerrado. Entretanto, alguns dias depois, outro jovem, negro, se apresentou confessando o crime. O erro foi reconhecido e o segundo menor liberado. Mas a sensação de que os três são culpados, independente de quem praticou a ação, permanece.

Da profusão de notícias como essa que incriminam o menor, foi criada uma comissão especial para examinar o conteúdo da proposta de alteração constitucional que discute a maioria penal, juntamente com todas as emendas apresentadas ao longo desses anos. Antes da decisão, deputados a favor da redução se articularam e apresentaram um substitutivo para que a diminuição da maioria penal fosse restrita aos crimes hediondos. No dia 17 de junho de 2015, a Comissão Especial da Câmara deu parecer favorável ao relatório que trouxe a alteração do texto.

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, precisamos tecer alguns comentários sobre a *tríplice mimesis* de Ricoeur. Iremos conceituar brevemente de *mimesis I* a *mimesis III* para 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: pg. 28).

Na estruturação das narrativas em *mimesis I*, Ricoeur inaugura uma rede conceitual da ação em que narrador e receptor são membros de um conjunto. Segundo Benjamin, 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 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 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 seja completa e una.

Nesse processo de interpretação e elaboração, Ricoeur apresenta o mundo prefigurado e 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 a 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 o leitor entender os fatos. Além disso, a significação

incorporada à narração permite que o leitor esteja mais apto a identificar se o autor narra de forma tendenciosa.

Em *mimesis III*, Ricoeur 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 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, 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 afirma que um processo narrativo deve ser espiralado. A *tríplice mimesis* propõe um arco hermenêutico pelo qual *mimesis III* transfigura-se em *mimesis I* de duas formas: pela ideologia ou utopia. São duas variações imaginativas em que 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. Com narrativas repetitivas e persuasivas o jornal seleciona os fatos sobre violência que devem ser publicizados e classifica os responsáveis.

No cenário atual, em que se discute a redução da maioridade penal, temos a impressão de que grande parte da violência está relacionada ao menor de idade. No dia 21 de maio de 2015, o jornal *O Globo* abre a sua capa com: “Tragédia anunciada choca Rio”. “A cidade amanheceu ontem com a notícia da morte do cardiologista Jaime Gold que causou indignação na população”. Tivemos uma extensa matéria informando o falecimento de Jaime, após ter passado por uma cirurgia no hospital. A reportagem “Adeus Doutor” (pg.8) enfatiza que o crime ocorreu em bairro abastado e

ressalta a reputação ilibada da vítima que era um médico. A segregação já começa quando se dimensiona o problema pelo local e contra quem ele ocorre. Diariamente, acontecem casos como esse por toda a cidade, mas que só tomam vulto quando atingem à classe média e alta. O pedido pelo aumento da repressão foi exposto, mas não achamos, em nenhuma matéria do jornal, qualquer menção a opinião da ex-esposa de Jaime sobre os acusados e a diminuição da maioridade penal. Veículos contra-hegemônicos divulgaram vídeos em que ela afirmava ser contra a redução, independente da idade do acusado. Dado importante que poderia ajudar na formação de uma opinião mais embasada pelo leitor.

A sensação de insegurança em uma importante região da cidade gerou o clamor por uma resposta punitiva do estado. Além da apreensão dos culpados, a sociedade exigia a revisão e o endurecimento de penas. Nesse diapasão, muitas reportagens sobre o crime vincularam e incitaram a redução da maioridade penal. Confirmamos esse entendimento quando no dia 23 de maio de 2015, um suspeito, menor de idade, negro foi apreendido pela divisão de homicídios. E uma página inteira do jornal narrou: “Uma história cruel: adolescente de 16 anos tem histórico de 15 passagens pela polícia por furto e roubo”. No entanto, o menor nega participação no crime. Nos últimos parágrafos, o jornal reacende a discussão sobre o projeto de emenda constitucional citando as palavras do governador do Estado:

Eu não quero que a gente fique enxugando gelo. A maioria de apreensões que fazemos é de menores. (...) Só quero que seja feita uma discussão no Congresso Nacional. A polícia bateu recorde de apreensão de menores e não está sendo suficiente. (*O Globo*, 23/05/2015, p. 8)

Em 21 de maio de 2015, na página 11, encontramos a notícia “Frequentadores mudam a rotina para driblar assaltos”. A promoção da mídia na segregação na cidade aparece ainda mais clara. O jornal veicula um mapa da Lagoa Rodrigo de Freitas indicando os locais mais perigosos. O corpo da reportagem fala em como as pessoas estão mudando suas rotinas e evitando o local. Quando traçamos rotas “seguras” excluimos lugares que não são considerados bons, com isso também excluimos e

separamos pessoas, alimentando o próprio ciclo da violência. Estamos escolhendo o nosso caminho, em todos os sentidos.

Na sequência da matéria, o seguinte subtítulo: “Em quatro meses, 167 feridos a faca no Rio”. Essas narrativas incitam o medo e aumentam o temor a assaltos por faca. Baseado nos números de quatro hospitais, o texto não diz ter havido qualquer comprovação que esses ferimentos aconteceram em decorrência de crimes, ou, que a violência de fato tenha aumentado. Essa técnica de unir assuntos aparentemente “interrelacionados” não foca no que realmente está acontecendo e potencializa questões que provavelmente já existiam, aumentando a sensação de insegurança.

Para entendermos a associação dessas notícias, buscamos as contribuições de Mark Fishman, referência nos estudos de “fabricação de notícias”. Pesquisando a “onda de crimes” contra idosos que acontecia em Nova York em 1990, identificou que, por meio de elementos comuns, os temas são conceitos que organizam os jornais e

permitem que diversos incidentes sejam vistos como interrelacionados, na medida em que podem ser vistos como instâncias de algum tema abrangente. Os temas noticiosos permitem aos editores organizar um conjunto de eventos, que de outro modo seriam confusamente apresentados, em pacotes ou grupos de itens noticiosos interrelacionados (FISHMAN, 1990, p.3).

Nesse “pacote” não estão apenas matérias sobre o crime específico, mas questões que envolvem o sistema punitivo atual, indagações sobre os meios utilizados para a prática dos atos, entre outros. No dia 24 de maio, por exemplo, *O Globo* noticiou: “A pé ou de bicicleta, um não a violência. Missa campal e bicicleta marcam protestos contra morte de médico na Lagoa” (pg. 18). Ao final da matéria, o jornal volta o olhar para a questão repressiva, mostrando que houve um aumento no número de policiais que cuidam do local. Como se, apenas repressão policial fosse diminuir a violência cotidiana. Além disso, a matéria retoma a discussão sobre a culpabilidade do menor de idade e crimes com faca. Percebemos que a associação de assuntos dentro dessas matérias instigou a criminalização da arma branca e, novamente, a redução da maioridade penal.



Em paralelo, no dia 30 de junho de 2015, a Câmara dos Deputados rejeitou a proposta de redução da maioria penal no primeiro turno da votação. Importante salientar que no dia seguinte a votação, o presidente da Câmara conseguiu aprovação da polêmica emenda aglutinativa que permite a responsabilização criminal de jovens de 16 e 17 anos, em casos de crimes hediondos, homicídio doloso e lesão corporal seguida de morte. Entretanto, não iremos tratar das notícias que circularam sobre o assunto, pois o presente trabalho investiga apenas as narrativas jornalísticas que ocorreram até o mês de junho de 2015.

Percebemos que o ciclo vicioso das narrativas jornalísticas aumenta a sensação de medo e insegurança. Na busca por um culpado, o menor de idade, negro, pobre e favelado tem sido estigmatizado. Para analisar essa classificação, precisamos entender como se forma a estigmatização sobre os desviantes.

### **A marca de um estigma: as representações do menor negro e pobre**

Desvio não é uma qualidade que reside no próprio comportamento, mas na interação entre a pessoa que comete um ato e aquelas que reagem a ele (BECKER, 2008, p: 27)

Para lançar luzes ao tema, podemos analisar a reportagem, ainda sobre o médico, que no dia 3 de junho publica: “Reviravolta do caso da Lagoa. Caso ganha terceiro suspeito, que tenta inocentar acusado de esfaquear médico”.

Na madrugada de ontem, um adolescente de 16 anos, morador da Favela do Jacarezinho e com vinte anotações criminais (...), foi à Delegacia do Engenho novo com uma irmã e um padrasto para confessar a participação no crime (*O Globo*, 03/06/2015, p. 10).

Logo no início da reportagem já podemos identificar parte do processo de estigmatização feito pela mídia. Trazendo informação sobre o caso, o jornal classifica o novo suspeito, mostrando características que já o concebem como culpado.

Quando falamos nesse processo de estigmatização que sofrem alguns acusados de crimes, torna-se importante, tecer algumas reflexões sobre o medo que acomete a cidade. Para Zygmunt Bauman (2008), o medo mais assustador é aquele em que não

se tem um real motivo para senti-lo. Esse medo deixa as pessoas com a sensação de um suposto perigo eminente, ameaçadas por algo que pode acontecer a qualquer momento, mas que ao certo não se sabe quando ou se vai acontecer. A sensação de insegurança permanente gera um pânico que torna as pessoas reféns, dentro de suas próprias casas, de inimigos ocultos. Por consequência, o caos social que se instala diminui o desejo de vínculos e trocas em grupo, segregando o espaço urbano e produzindo um sentimento de exclusão e não pertença aos menos favorecidos.

Os holofotes jornalísticos se voltam para os atos que acontecem nos bairros de classes média e alta. A disseminação do medo e a banalização da exclusão social estão presentes nas notícias diariamente. O indivíduo busca medidas de proteção que acabam por estimular a própria violência. Nessa busca, vivem cada vez mais dentro de ambientes fechados acreditando que estão protegidos. Pensando nos estudos de Tereza Caldeira (2000), os muros são uma estratégia que simbólica e materialmente multiplicam a exclusão. Na tentativa de proteger a população com maior poder aquisitivo o inverso acontece, pois a segregação fica cada vez mais evidente e a insatisfação da população menos favorecida só tende a aumentar.

Ricardo Freitas elucida o assunto em seu trabalho sobre os condomínios fechados da Barra da Tijuca e os shoppings centers. Para o autor, esses muros formam equipamentos urbanos que propõe uma suposta segurança para o consumo e o lazer. Entretanto, essa nova esfera continua a discriminar os grupos e segregar a cidade. Segundo o autor, esses sentidos de pânico e medo também são estimulados pela mídia que passam a ideia de proteção, mas que na verdade não garantem, e até pioram, a segurança na cidade. Assim, temos a própria violência como elemento essencial na construção simbólica do medo.

A ordem simbólica formada a partir da repetição de histórias perturbadoras que responsabilizam os menores pela violência cotidiana separa e discrimina grupos, deslegitimam o poder público e legitimam a privatização dos meios legais de combate à violência. À medida que o público considera as infrações inerentes aos desviantes, deixam de lado variáveis importantes limitando a sua própria compreensão do problema. A sociedade integra o processo de estigmatização quando responsabiliza e

classifica determinado grupo. São duas entidades agindo: a mídia e o próprio público, cada um com sua parcela de responsabilidade.

O discurso criminológico midiático pretende ser um instrumento de análise dos conflitos sociais e das instituições públicas, mas fundamenta-se em uma ética simplista. Batista entende que o discurso criminológico da mídia não visa passar informação contextualizada, mas sim uma articulação que, segundo especialistas, pode solidificar opiniões ou afastar leitores e expectadores de determinada crença. As matérias jornalísticas que versam sobre a responsabilização do menor são rasas. O jornal mostra opiniões a favor da redução, mas não apresenta posicionamentos contrários, ou, quando o faz, aparece em um número de linhas muito inferior. Sem a argumentação necessária, a comunicação se esvazia e o leitor recebe uma informação descontextualizada e tendenciosa.

Descobrir a natureza real dos crimes nos parece impossível e, seguindo os entendimentos de Hyden White, a inacessibilidade do real nos leva a concluir que qualquer narrativa é ficcional. Existem lacunas na nossa memória que são preenchidas por um imaginário afim de que se possa construir um entendimento sobre a questão narrada. Seria necessário conhecer todos os dados relativos ao outro (o que narra o fato e o que participou do ato), além dos dados reais da ação e de seu produto final. Segundo Ervin Goffman, o indivíduo tende a empregar suas impressões baseando-se em provas, insinuações, símbolos e status. São meios de examinar o outro. Por essa brecha, associado a outros fatores, inicia-se o estigma que segrega a sociedade, uma vez que

as fontes de impressões usadas pelo observador implicam múltiplos padrões concernentes à palidez e ao decoro, pertencentes tanto ao intercâmbio social quanto à representação de uma tarefa, podemos apreciar, ainda uma vez, como a vida cotidiana está enredada em linhas morais de discriminação” (GOFFMAN, 1983, p.227).

De acordo com Augusto Thompson (1998), o primeiro traço básico da imagem do criminoso diz respeito ao seu baixo status social. Se pedirmos a uma pessoa que descreva a figura de um delinquente, teremos o retrato de um

representante da classe social mais baixa, mostrando-se natural a ligação entre pobreza e crime. O delinquente muitas vezes é identificado pelo fato de ser favelado antes mesmo de sê-lo pelo ato que é acusado. É notório que boa parte dos presos advêm de favelas, periferias e bairros mais pobres, mas isso não significa que haja uma relação necessária e natural entre ser favelado e delinquente. A relação é social, já que a grande maioria dos moradores das favelas não é delinquente. Esse contexto alimenta o preconceito no momento em que simbolicamente encaramos o asfalto como lugar de ordem e medo do oculto, enquanto a favela é tratada como sinônimo de desordem, pobreza, violência e criminalidade.

A criminalidade não é a qualificação de determinada conduta, mas sim um conjunto de características ou “etiqueta” aplicada por policiais, promotores, tribunais, mídia e instâncias formais de controle social em um processo de estigmatização. Uma vez adquirido o status de delinquente, é difícil reverter este quadro pela dificuldade que a sociedade tem em aceitar novamente o indivíduo já etiquetado, porque a experiência de ser considerado delinquente e a publicidade que isso importa culminam em um processo que o próprio sujeito já se concebe como tal.

Até a data da finalização deste artigo, a parte contrária à emenda aguarda a manifestação do Supremo Tribunal Federal sobre a suposta inconstitucionalidade do caso. Já a parte a favor, segue com o processo de tramitação e quer criar a Comissão Especial do Senado para iniciar as discussões antes mesmo da votação, em segundo turno, da Câmara.

### **Considerações finais**

Procuramos problematizar as representações da redução da maioridade penal através de um processo de estigmatização oferecido, nesse caso, pela mídia. As narrativas jornalísticas do jornal *O Globo* formam representações que acabam por disseminar medo, insegurança e segregação de espaços na medida em que “selecionam” responsáveis pela violência na cidade. Percebemos que os sentidos atribuídos à violência urbana pelo jornal se pretendem consensuais, e não impositivos,

silenciando questões complexas que envolvem os crimes praticados por menores de 18 anos e o debate da redução da maioridade penal.

Através de narrativas jornalísticas repetitivas e associativas, o jornal estabelece um processo que estigmatiza o menor de idade negro, pobre e favelado. É uma “etiqueta” elaborada através das representações em que o próprio indivíduo se concebe como tal. O público quer refletir sobre essa questão, e o jornal o alimenta com reportagens que não problematizam os atos criminosos como consequência das privações que esses menores passam desde que nascem em decorrência da deficiente atuação do poder público no equacionamento das demandas sociais.

No ciclo da violência, a sociedade também é parte integrante desse processo. Pleiteando segurança e proteção, parte da população acredita que o encarceramento e o endurecimento da pena são medidas úteis e urgentes, a solução imediata para diminuir a violência urbana. Mas, se esse fosse o caso, o Brasil seria um país extremamente seguro, posto que possui uma das maiores populações carcerárias mundiais.

A prática discursiva do jornal *O Globo* é preocupante porque se mostra tendenciosa em um momento importante para o país, uma vez que não abre um debate claro a respeito da redução da maioridade penal. As representações que incriminam o menor e disseminam o medo aumentam a necessidade de medidas repressivas e imediatas, que não irão resolver o problema da violência urbana. O “clamor” pela redução da maioridade penal por parte da sociedade e congressistas nos leva a temer o futuro: menores negros, pobres e favelados cada vez mais estigmatizados e aprisionados por um sistema de encarceramento que marginaliza mais do que ressocializa.

## Referências bibliográficas

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



BARTHES, Roland. Introdução à análise estrutural das narrativas, in *A Aventura Semiológica*. Lisboa: Edições 70, 1985.

BATISTA, Nilo. *Introdução Crítica ao Direito Penal Brasileiro*. Rio de Janeiro: Reven 2007.

\_\_\_\_\_. Mídia Sistema Penal no Capitalismo Tardio. Disponível em: [http://bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=batista-nilo-midia-sistema-penal.html](http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=batista-nilo-midia-sistema-penal.html)

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.

CALDEIRA, Tereza Pires do Rio. *Cidades de muros: crimes, segregações, cidadania em São Paulo*. São Paulo: Edusp/Editora 34, 2000.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano I: artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado, 1998.

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

FREITAS, Ricardo; NACIF, Rafael (orgs.). *Destinos da cidade: comunicação, arte e cultura*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2005.

FREITAS, Ricardo (orgs.). *Comunicação, narrativas e culturas urbanas*. São Paulo/Rio de Janeiro: EDUC, 2009.

GOFFMAN, Ervin. *A Representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1986.

RICOEUR, Paul. *Tempo e narrativa - Tomo I*. Campinas. Papyrus, 1994.

WHITE, Hyden. *Meta-história. A imaginação histórica do sec. XIX*. São Paulo: Edusp, 2008.

<http://www.maioridadepenal.org.br/index.php> - acessado em 30/06/2015.

[www.camara.gov.br/](http://www.camara.gov.br/) - acessado em 30/06/2015

## **“Mariana do Fundo do Baú”: as mídias sociais digitais na construção da memória coletiva<sup>1</sup>**

Eugene Oliveira Francklin<sup>2</sup>

### **Resumo**

O trabalho tem como objeto de pesquisa o grupo do *Facebook* “Mariana do Fundo do Baú” e analisa, por meio da etnografia virtual, o uso das redes sociais digitais na produção de narrativas de construção da memória coletiva da cidade de Mariana/MG a partir das postagens de fotos pelos membros da comunidade virtual e das práticas de textos nos comentários das fotos. Por meio do compartilhamento de fotos antigas, em sua maioria de acervos privados, junto com os comentários dos membros que colaboram com a construção das memórias acionadas pelas imagens, a comunidade do *Facebook* rememora fatos, pessoas e acontecimentos da cidade e atua como instrumento de fortalecimento da relação de pertença dos indivíduos enquanto integrantes de um grupo social.

**Palavras-chave:** redes sociais digitais; *Facebook*; narrativas; memória; cidade.

### **Introdução**

O presente estudo busca analisar o uso das redes sociais digitais na construção de narrativas de memória coletiva da cidade de Mariana/MG. Para realizar a análise proposta, temos como objeto de investigação o grupo do *Facebook* “Mariana do Fundo do Baú” e, partindo do estudo das postagens de fotos e das práticas de comentários realizadas pelos membros dessa comunidade virtual, objetivamos entender o uso do *Facebook* na construção de memórias coletivas e abarcar as

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Formada em Jornalismo pela Universidade Federal de Ouro Preto em 2013, trabalhou como jornalista e produtora na Rádio Ufop Educativa (2012-2013) e como assessora de comunicação pela Fundação de Arte de Ouro Preto | FAOP (2013-2014), entidade vinculada à Secretaria do Estado de Cultura de Minas Gerais. Integrante da linha de pesquisa Cultura, Narrativas e Produção de Sentido do PPGCOM – UFJF desenvolve pesquisas com foco em mídias sociais digitais, narrativas e identidade afro-brasileira. eugenefrancklin@gmail.com

representações da cidade de Mariana nas narrativas construídas pelos membros dessa comunidade virtual.

Atualmente, presenciamos um grande crescimento na produção de narrativas de memória na sociedade, um recorrente apelo ao passado na tentativa de unificar experiências individuais e coletivas, como algo que dê sentido e coerência ao presente ao mesmo tempo em que nos permita guiarmo-nos para o futuro com o sentimento de continuidade e permanência.

Fruto dos constantes avanços tecnológicos, as mídias sociais digitais vêm sendo usadas pelos indivíduos nos processos de rememorações e na promoção das narrativas de memórias que traduzem as experiências que os constituem enquanto sujeitos.

As cidades têm sido objetos constantes de rememoração, uma vez que elas são palco de práticas sociais que resultam no elo afetivo entre os indivíduos e um determinado lugar. A partir dessas ligações emocionais se dá a elaboração de narrativas de memórias que atuam como instrumento do fortalecimento de pertença dos indivíduos a este lugar portador de lembranças e significados.

Para entendermos um pouco esse fenômeno, refletiremos sobre a memória e o uso das mídias sociais digitais no processo de rememoração ao longo de nossas análises.

### **As narrativas da memória**

Entendida como a faculdade humana responsável pelo armazenamento e conservação das experiências vividas no passado que “remete-nos em primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas ou que ele representa como passadas (LE GOFF, 2003, p.419), a memória é estudada por diversas áreas do conhecimento como a psicologia, a psiquiatria, a biologia, a filosofia, a antropologia, a sociologia, dentre outras, com diferentes perspectivas.

Para a elaboração deste artigo, trabalharemos com o conceito de memória em seu caráter social, entendida como uma construção proveniente das sociabilidades que

ocorrem cotidianamente. Conforme Pollak (1992), “a memória é um fenômeno construído social e individualmente, a qual possui uma relação estreita com o ‘sentimento de identidade’”. (POLLAK, 1992, p.204). Assim também elucida o antropólogo Joel Candau:

a memória é acima de tudo uma reconstrução continuamente atualizada do passado, mais do que um constituição fiel do mesmo: ‘a memória é de fato mais um enquadramento do que um conteúdo, um objetivo sempre alcançável, um conjunto de estratégias, um ‘estar aqui’ que vale menos pelo que é do que pelo que fazemos dele (CANDAU, 2011, p.9)

O sociólogo francês Maurice Halbwachs define que a memória, mesmo que aparentemente particular, remete a um grupo, uma vez que o indivíduo carrega em si a lembrança, mas esta está sempre ambientada na sociedade, pois “nossas lembranças permanecem coletivas e nos são lembradas por outros, ainda que se trate de eventos em que somente nós estivemos envolvidos e objetos que somente nós vimos” (HALBWACHS, 2006, p.30)

A memória individual está enraizada em diferentes contextos marcados pela presença de outros indivíduos, permitindo que a memória de natureza pessoal se converta em um conjunto de acontecimentos compartilhados por um grupo, passando de uma memória individual para uma memória coletiva.

A partir disso, há entre a memória individual e a memória coletiva, uma relação de reciprocidade. Segundo Halbwachs:

para que nossa memória se aproveite da memória dos outros, não basta que estes nos apresentem seus testemunhos: também é preciso que ela não tenha deixado de concordar com as memórias deles e que existam muitos pontos de contato entre uma e outras para que a lembrança que nos fazem recordar venha a ser construída sobre uma base comum (HALBWACHS, 2006, p. 39)

As rememorações têm a base de suas construções nas narrativas, pois ao narrar-se o sujeito mobiliza seu arsenal de experiências e dá vida a sua história, contribuindo para a constituição da história de um coletivo. Como define Barthes:

Inumeráveis são as narrativas do mundo. (...) Sob estas formas quase infinitas, a narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades, a narrativa começa com a própria história

da humanidade, não há, não há em parte alguma, povo algum sem narrativa; todas as classes, todos os grupos humanos têm suas narrativas (BARTHES, 1971, P.18 apud SANTAELLA, 2005, P.317)

As narrativas enquanto suporte do homem como ser no mundo dão meio para que o indivíduo construa representações de si e dos acontecimentos que o constitui enquanto sujeito. A elaboração dessas referências de si se processa na união da memória com a narrativa, onde “a memória é retenção do passado atualizado pelo tempo presente. Articula-se com a vida através da linguagem, que tem na narrativa uma de suas mais ricas impressões (...) É matéria prima para o conhecimento histórico. É reflexão do homem sobre sua vida e seu tempo. (DELGADO, 2006, p.59).

Halbwachs (2006) esclarece que pela “adesão afetiva” a memória reforça a coesão social ao proporcionar aos indivíduos o sentimento de pertencimento à uma “comunidade afetiva”, grupo que compartilha memórias. Essas lembranças compartilhadas iniciam um processo de rememoração traduzida pelas narrativas dessas memórias. Segundo o autor:

A rememoração está situada na encruzilhada das redes de solidariedade múltiplas em que estamos envolvidos. Nada escapa à trama sincrônica da existência social *atual*, é da combinação desses diversos elementos que podem emergir aquela forma que chamamos lembrança, porque a traduzimos em uma linguagem (HALBWACHS, 2006, p.12)

As narrativas de memória são um meio de lidar com o tempo e com o espaço, reconstruindo experiências particulares ou coletivas sitiadas no passado. Produtos do funcionamento de um grupo social, as narrativas da memória não são um dado que se transmite imutável, elas são uma produção histórica, uma construção que se inscreve na história, principalmente na história das relações dos grupos sociais entre si. Pois “a lembrança é uma larga medida, uma construção do passado com a ajuda de dados emprestados do presente e, além disso, preparadas por outras reconstruções feitas em épocas anteriores e de onde a imagem de outrora manifestou-se já bem alterada (HALBWACHS, 2006, pp. 75-76)



Para que uma lembrança seja reconhecida e reconstruída, os atores sociais precisam buscar marcas de proximidades que os permitam continuarem fazendo parte de um mesmo grupo, dividindo as mesmas recordações.

Jacques Le Goff (2003, p.476), acentua que a memória representa “um elemento essencial do que se costuma chamar identidade, individual ou coletiva, cuja busca é uma das atividades fundamentais nos indivíduos e das sociedades de hoje, na febre e na angústia”.

O indivíduo, enquanto ser social, tem em si o desejo e a necessidade de viver em conjunto, para que assim seus anseios ganhem legitimidade à medida que ele passe a servir a um propósito em comum. Esse coletivo é dotado de elementos que o configuram, como as práticas e as relações sociais específicas que formam e moldam os atores sociais desse grupo ao longo do tempo, e dão vida às construções de memória que abriga as experiências de vida comum aos indivíduos, pois “os indivíduos percebem-se – imaginam-se, como diria Benedict Anderson – membros de um grupo e produzem diversas representações quanto à origem, história e natureza desse grupo” (CANDAU, 2011, p.25).

A construção das narrativas de memória coletiva possui elementos que resultam na identidade de quem compartilha lembranças em comum. “A identidade coletiva é o sentido que cada um tem de si mesmo como membro de um grupo social ou coletividade, é um sentido de pertença, de ser parte de um grupo social que tem uma história própria e um destino coletivo” (THOMPSON, 2011, p.241).

A identidade de um grupo depende de uma negociação desempenhada nas interações sociais. Como define Montiel, “A identidade de um grupo social é uma criação coletiva que se configura no tempo e na história, e, portanto está em permanente devir” (MONTIEL, 2003, p.24)

Muitas vezes a identidade coletiva é constituída com referência no elo afetivo entre as pessoas e um lugar físico, sendo assim, ao ser ativada, a identidade dá sentido a um território, pois ela está ligada à um local, que exprime a ideia de espaço delimitado que abrange as práticas sociais dos indivíduos. Acionada pelas narrativas

de memória, a identidade é uma construção que deriva das interações sociais que ocorrem cotidianamente nesse espaço.

Quanto mais forte são as ligações emocionais dos indivíduos com esses lugares, maior será o sentimento de pertencimento desses sujeitos em um grupo ou comunidade. Sentimento esse, por sua vez, indispensável para a solidificação e preservação de um determinado agrupamento de pessoas.

Para Le Bourlegat (2006), o sentimento de pertença surge das relações e interações que acontecem entre os moradores de um determinado lugar. Os encontros cotidianos geram afetividade e identidade coletiva. Deste sentimento irá resultar a identidade dos grupos, comunidades e sociedades. Nesse processo, as narrativas de memória coletiva atuam como um instrumento de fortalecimento do sentimento de pertença dos indivíduos enquanto integrantes de um grupo social determinado pela relação que se instaura entre este grupo e seu espaço vivido.

Esse processo, mesmo que inconscientemente, leva a um desejo de memória, de algo que dê sentido de continuidade e permanência. Para Pierre Nora, no fundo, “a necessidade de memória é uma necessidade de história” (NORA, 1993, p.14). A partir disso, de acordo com o autor, o indivíduo arquiteta “lugares de memória”, espaços onde a história e a memória combinadas permitam tanto o sentido de identidade quanto o de permanência: “o sentimento de identidade torna-se residual nos locais”, diz. (NORA, 1993, p.7)

O desejo de memória instiga nos indivíduos o constante retorno ao passado, na busca de referências do “eu” e do “meu” lugar no mundo, levando-nos à uma cultura de valorização do passado como elemento que dá coerência a nossa própria experiência vivida

Esse retorno ao passado está de acordo com que Andreas Huyssen diz sobre a contemporaneidade, marcada, mais precisamente a partir da segunda metade do século XX, por um constante reavivamento do passado, pelo surgimento de uma cultura da memória estimulada por “uma crescente instabilidade do tempo e pelo fraturamento do espaço vivido” (HUYSEN, 2000, p.20), provocados, entre outros fatores, pela sobrecarga de informações e pelo avanço da tecnologia.

O avanço tecnológico, acontecimento marcante do nosso tempo, afeta não apenas o desejo de memória, mas também se reflete na rememoração, uma vez que a construção de narrativas de memória cada vez mais ocorre por intermédio de aparatos midiáticos, entre eles as mídias sociais digitais, como o Facebook, objeto do nosso estudo.

### **Mariana do Fundo do Baú: o *Facebook* na construção de memórias coletivas**

No mundo contemporâneo, as constantes inovações tecnológicas, especialmente as tecnologias relacionadas à informação e à comunicação, refletem nas transformações que ocorrem na sociedade e criam um ambiente no qual as sociabilidades têm sido impactadas por essas novas tecnologias, ao mesmo tempo em que suas relações, de algum modo, moldam a forma como essas ferramentas tecnológicas são usadas pelos indivíduos em seus relacionamentos e práticas, que estão cada vez mais inseridos nos ambientes virtuais desenvolvidos com o advento da internet.

Com o advento desses ambientes virtuais de interação, os laços sociais provenientes das redes sociais, definidas por Raquel Recuero (2009, p.25) como “um grupo de pessoas compreendido através de uma metáfora de estrutura compostos por laços sociais, onde cada indivíduo e suas conexões representam nós”, tiveram a possibilidade de ser transferidos para o ciberespaço, onde relacionamentos são reforçados ou criados nas chamadas redes sociais digitais, conhecidas também como mídias sociais digitais, em tempo real e sem barreira de tempo ou distância.

Segundo Safko e Brake (2010), as mídias sociais digitais estão relacionadas às atividades, práticas e comportamentos entre indivíduos de uma comunidade que se reúnem em ambientes online para dividir informações, conhecimentos e opiniões, utilizando as ferramentas próprias dos diferentes tipos de sites de redes sociais digitais.

Esses sites ao permitirem o compartilhamento de narrativas em seus mais diversos formatos abrem espaço para a criação colaborativa de conteúdo e interação social. Assim, as redes sociais digitais podem ser definidas como uma “ferramenta

que permite compartilhar informações sobre si mesmo e sobre seus interesses com amigos, colegas de profissão e outros” (SAFKO; BRAKE, 2010, p.18).

Como vimos, o surgimento recente das mídias sociais digitais tem criado novas formas de mobilização e organização nos processos comunicacionais, alterando a forma como interagimos com o mundo, como compartilhamos e narramos nossas histórias.

Nesse viés das mídias sociais digitais, diversos atores utilizam-se desses meios para promover narrativas de memórias, onde reconstroem suas experiências de vida ocorridas em um tempo passado em algum lugar específico.

A apropriação das mídias sociais digitais, definida por Recuero como “o uso das ferramentas pelos atores, através de interações que são expressas em um determinado tipo de site de rede social” (RECUERO, 2009, p. 103), transformam essas mídias em ferramentas para a rememoração à medida que dá livre espaço e suporte para a construção de narrativas de memória.

No *Facebook*, site de rede social para qual se volta nosso estudo, multiplicam-se *fanpages* e grupos que se dedicam a construção da memória coletiva das cidades. Assim acontece com a cidade de Mariana, município mineiro situado a 123 km da capital Belo Horizonte.

Mariana é a primeira cidade e a primeira capital do Estado de Minas Gerais. O município tem sua fundação no ano de 1711, período do ciclo do ouro no Brasil. Marcada por relíquias e casarios coloniais que contam parte da história do país, a cidade de Mariana também é palco do nascimento de personagens representativos da cultura brasileira. Entre eles estão o poeta e inconfidente Cláudio Manuel da Costa, pintor sacro Manuel da Costa Ataíde e o poeta Frei Santa Rita Durão, autor de *Caramuru*.<sup>3</sup>

A cidade tem suas representações realizadas por meio das memórias dos membros da comunidade virtual “Mariana do Fundo do Baú”. Imagens antigas de lugares, pessoas e do cotidiano de tempos passados da cidade de Mariana são compartilhadas

---

<sup>3</sup> Os dados foram retirados do site da Prefeitura Municipal de Mariana:  
<http://www.pmmariana.com.br/historico>

pelos membros do grupo, que geralmente escrevem um pequeno texto referenciando o espaço e o tempo da fotografia. Por meio de comentários nas postagens, em sua maioria relatos de cunho pessoal, os demais membros rememoram acontecimentos e ajudam a entender e construir imaginários sobre a memória coletiva da cidade.

“Mariana do Fundo do Baú” é um grupo aberto no *Facebook* e conta com mais de 3.000 membros<sup>4</sup>. A comunidade virtual foi analisada de 13 a 20 de julho de 2015. A respeito da metodologia empregada para analisar a comunidade virtual, consideramos o uso da netnografia uma forma interessante de interagirmos com o nosso objeto, uma vez que os procedimentos netnográficos se apresentam “como uma possibilidade metodológica para a investigação de comunidades práticas e culturais sitiadas na Internet” (FERRAZ et. al., 2009, p.42) ao atuarem no ponto de encontro da etnografia tradicional e virtual, onde “o pesquisador, semelhante ao que ocorre na etnografia tradicional, analisa, interpreta, observa uma comunidade, mesmo que seja no ciberespaço” (FERRAZ et. al., 2009, p.43).

Por meio dessa metodologia de caráter qualitativo efetuamos uma observação e análise das postagens e da interação dos membros dessa comunidade virtual com os conteúdos postados, visando perceber como se procede as construções das narrativas da memória da cidade de Mariana.

No período de análise foram postadas 13 fotografias que retratam lugares da cidade e as mudanças ocorridas durante o tempo, acontecimentos e festividades, moradores da cidade em seus ofícios, figuras religiosas de Mariana, jogadores de futebol do time local, dentre outros registros. Esse grupo de amantes dos passados, narram viagens no tempo provocadas pelas imagens compartilhadas no grupo. Como vemos pelas narrativas que se seguem nos comentários feitos na postagem da foto realizada pelo *Membro 1*<sup>5</sup>

<sup>4</sup> 3.156 até o dia 19 de julho. <https://www.facebook.com/groups/marianadofundodobau/?fref=ts>

<sup>5</sup> Optamos por identificar os membros que comentam nas fotografias com números de acordo com a ordem em que comentam. A cada fotografia analisada, iniciamos uma nova identificação dos indivíduos que interagem com a postagem, logo os membros assim identificados são referentes a cada fotografia.



*Membro 1:* Registro realizado na Praça Gomes Freire (Jardim Municipal). Imagino que entre as décadas de 1930 e 1940. Diante do objetivo de conhecermos um pouco mais da história da nossa cidade, pergunto a quem souber, quem eram aqueles jovens em trajes típicos. Obrigada!

*Membro 2:* Tudo indica que é um bloco de carnaval...*Membro 3 e Membro 4,* perguntem à dona Stela, com certeza ela saberá!

*Membro 3:* Amanhã mostro pra ela, me parece que a da esquerda é minha tia. Depois confirmo.

*Membro 5:* [cita membro 1] que foto rara! Essas fotos merecem estar num livro de memórias marianenses. Ainda vamos realizar isso!

*Membro 3:* Minha mãe conheceu alguns. A primeira a esquerda é mesmo minha tia, irmã de Lili, também Benedito de Horácio, irmão de Zizi, Jorge Daher, Nilza Moylle, irmã de D. Laiza, filhinha de Bida. Está vendo [cita membro 2] aos poucos vamos descobrindo.

*Membro 1:* Por estas e outra é que amo vocês amigas. Memórias fantásticas, muito amor à nossa terra, mesmo eu não a tendo na certidão no lugar de nascimento, sou marianense por amor e de coração. Minha vida e toda história de vida pertence à MARIANA.

(Recorte dos comentários realizados na postagem foto que conta com 45 curtidas e 9 comentários até a data do último acesso: dia 19 de julho de 2015)

Como se percebe nos comentários acima sobre a fotografia referente à um grupo de jovens realizada na Praça Gomes Freire, a sociabilidade criada sobre os lugares de memória da cidade, a troca de informações e as citações entre amigos são práticas comuns nessas comunidades virtuais. Os imaginários sobre memória são negociados coletivamente, num ambiente de constante troca, em que experiências de vida são compartilhadas e informações sobre lugares e pessoas são acrescidas pelos participantes.

A construção de narrativas de memória é acionada pelas fotos compartilhadas, uma vez que as imagens ao suscitar o sentimento de familiaridade nos sujeitos, criam referências para o processo de rememoração. Como define Sontag (2003), “as imagens traçam rotas de referência e servem como totens de causas: um sentimento tem mais chance de se cristalizar em torno de uma foto do que de um lema verbal. E as imagens nos ajudam a construir e revisar nossa noção de um passado mais distante.” (SONTAG, 2003, p.72).

Essa familiaridade causada nos sujeitos pelas imagens geram uma adesão afetiva entre os indivíduos no processo de rememoração, como percebemos pela análise da foto compartilhada pelo *Membro 1*, onde há o registro de seu pai vendendo pipocas no Campo Guarani:

Membro 1: Meu pai Peixoto no Campo Guarani, penso que seja no anos 80, como as famosas PGP Pipocas Gostosas do Peixoto. Tenho somente essa foto e muitas saudades em meu coração!

Membro 2: Sempre me dava uma mão de pipoca, uma não, duas kkkkk. Que Deus dê a ele sempre a luz que não se apaga

Membro 3: Também já ganhei um punhado de pipocas das mãos de seu pai

Membro 4: O Sr. Peixoto sempre fazia serviços de bombeiro para a minha sogra D. Rita e meus filhos o chamavam de Vovô Xoto...ele ficava numa alegria só....sei que ele está lá de cima pedindo proteção para suas crianças....

Membro 5: Estes dias a saudade está maior, dia 8 ele faria 85 anos. É tão bom ouvir aqui o quanto ele era querido. Obrigada a todos!

Membro 6: Me lembro muito bem dele com seu carrinho no jardim [Praça Gomes Freire]

Membro 1: PGP. Pipocas Gostosas do Peixoto! Bons tempos!

(Recorte dos comentários realizados na postagem da foto que conta com 122 curtidas e 36 comentários até a data do último acesso: dia 19 de julho de 2015)

O compartilhamento dessa memória individual atuou como um gatilho para um processo de rememoração coletiva acionada pelo afeto ao Sr. Peixoto, morador da cidade de Mariana. Assim percebemos que o contato entre as pessoas permite a rememoração de fatos que inicialmente pareciam remeter a uma lembrança pessoal, numa relação entre memória individual e memória coletiva. Isso mostra que “a representação das coisas evocadas pela memória individual não é mais que uma forma de tomarmos consciência de representação coletiva relacionada às mesmas coisas” (HALBWACHS, 2006, p.61).

A rememoração coletiva da cidade elaborada pelas narrativas de memórias dos indivíduos que pertencem a essa comunidade virtual, promovem elementos que constituem a representação da cidade de Mariana, como vemos:

Membro 1: Foto de apresentação do Festival da Canção de Mariana (Antigo Colégio Dom Frei)

Membro 2: Tempos de ouro da nossa querida Mariana!!!

Membro 3: Festivais que não voltam mais. Top

Membro 4. Era uma Mariana pequena, mas muito efervescente ...

Membro 5: Saudades desse Festival. Saudades de Mariana de outrora, agora surgiu uma nova cidade de Mariana, uma pena!

Membro 6: Eu também tenho muita saudade.

Membro 7: Os festivais de música em Mariana começaram no pátio do Colégio Providência, organizados inicialmente por João Bosco Carneiro, com a contribuição de músicos marianenses, salvo engano em 1970.

Membro 1: Exatamente [cita membro 7], o primeiro foi no pátio do Providência e Jairo ganhou o primeiro lugar, lá estavam entre outros o Cônego Terra, ano da Miss Mariana e o prefeito era Hélio Petrus. Este também foi apresentado por Epaminondas

(Recorte dos comentários realizados na postagem da foto que conta com 83 curtidas e 9 comentários até a data do último acesso: dia 19 de julho de 2015)

Pelas narrativas de memória realizadas pelos membros do grupo, percebemos que a cidade tem representações afetivas à “querida Mariana” e saudosistas dos “tempos de ouro” que causam nos indivíduos as “saudades de Mariana de outrora”. As representações da cidade de Mariana presente nas narrativas da comunidade virtual refletem uma Mariana antiga, de um tempo passado que deixou saudades, exaltam a Mariana de “outrora” contrapondo-a com a Mariana “de hoje”.

Pela rememoração de sua história, lugares e personagens, Mariana se torna uma cidade sensível para os indivíduos que ali tem experiências vividas. Para Pesavento, “a cidade sensível é aquela responsável pela atribuição de sentidos e significados ao espaço e ao tempo que se realizam *na* e *por causa da* cidade. E por esse processo mental de abordagem que o espaço se transforma em *lugar*, ou seja, portador de um significado e de uma memória” (Pesavento, 2007, pp. 14 e 15, grifos da autora).

Esse lugar enquanto portador de significado é mantido pelas ligações emocionais dos indivíduos, “nativos” da cidade ou não, que ali tem suas histórias de vidas engendradas. Essas ligações suscitam nesses sujeitos o sentimento de pertencimento à cidade de Mariana, e o “ser marianense” como identidade. A manutenção desse sentimento é realizada pela memória e suas construções narrativas.

No processo construtivo do sentimento de pertença dos indivíduos, as mídias sociais digitais, como o *Facebook* aqui estudado, ao serem utilizadas pelos sujeitos para promoverem suas narrativas de memória, vêm se tornando uma ferramenta que amplia as condições e os espaços para as práticas de rememoração coletiva.

### **Considerações finais**

Nossa sociedade é marcada, como define Huyssen (2000) pela crescente produção de narrativas de memórias devido à uma cultura de apego ao passado, que busca dar coerência ao tempo presente e suscitar o sentimento de continuidade para projetarmos o futuro.

As narrativas de memória contribuem para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares que ocupamos no mundo social e cultural. Como vimos, as rememorações não são algo dado e permanente, enquanto frutos de sociabilidades as narrativas de memória encontram-se em permanentes processos de construção.

As mídias sociais digitais, enquanto espaço de livre produção e troca de informações, conhecimento e opiniões, permite o compartilhamento de diversas narrativas, possibilitando, assim, a criação colaborativa de conteúdos. A apropriação dessas plataformas pelos atores sociais possui diversas finalidades, dentre elas a rememoração. Os sujeitos transformam as mídias sociais digitais em ferramentas para a rememoração à medida que elas oferecem suporte para a construção e difusão de narrativas de memórias.

Na comunidade virtual “Mariana do Fundo do Baú”, as construções das narrativas de memória são acionadas pelas fotos compartilhadas que suscitam nos indivíduos o sentimento de afetividade que levam esses sujeitos a um processo de rememoração coletiva.

As análises compreendidas acerca dessa comunidade virtual e seus sujeitos nos mostram que são recorrentes os acréscimos, correções e perguntas sobre aspectos históricos das imagens compartilhadas nos comentários das fotos postadas, ressaltando nesse processo de rememoração o caráter de construção colaborativa das narrativas de memória.

A construção coletiva das narrativas de memória pela adesão afetiva reforça nos indivíduos o sentimento de pertencimento à uma comunidade, à um local que abrange as práticas sociais desses sujeitos. Esse sentimento de pertença, por sua vez, atua como referência na constituição da identidade coletiva dessas pessoas enquanto integrantes de um grupo.

Também podemos observar pelas análises empregadas que as memórias individuais atuam como um gatilho no processo de rememoração coletiva. A construção de narrativas de memórias de forma colaborativa entre as pessoas permite a rememoração de lembranças que inicialmente pareciam individuais, mas que tomaram uma consciência de representação coletiva.

Nesse processo de rememoração, percebemos as facilidades proporcionadas pelo *Facebook* nas construções das narrativas de memórias, uma vez que essa plataforma possibilitou reunir pessoas com afeto pela cidade de Mariana em uma comunidade virtual, facilitando a elas o acesso às imagens de tempos e acontecimentos passados da cidade e a troca de história e experiências. Assim, ao serem apropriadas pelos sujeitos, as mídias sociais digitais amplia os espaços para os indivíduos produzirem suas narrativas de memórias e dar nova vida às experiências passadas.

### **Referencias bibliográficas**

CANDAU, Joel. *Memória e identidade*. Trad. Maria Letícia Ferreira. São Paulo: Contexto, 2011.

DELGADO, Lúcia de Almeida Neves. *Dinâmicas da memória e da História: representações e multiculturalidade*. In: DELGADO, Lucília de Almeida Neves. *História oral - memória, tempo, identidades*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 55-66.



FERRAZ, Daniel. et. al. *Etnografia virtual: uma tendência para pesquisa em ambientes virtuais de aprendizagem e de prática*. 74 páginas. São Paulo: PPGCC/USP, 2009. Disponível em:

[http://ccvap.futuro.usp.br/TMP\\_UPLOAD/files/tcsecs1250008784833\\_nusp2511675.pdf](http://ccvap.futuro.usp.br/TMP_UPLOAD/files/tcsecs1250008784833_nusp2511675.pdf)

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. Trad. de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

HUYSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos e mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000

LE BOURLEGAT, Cleonice Alexandre. *Construção humana de espaço, lugar e território*. Campo Grande, UCDB, 2006

LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. Campinas: Ed. Unicamp, 2003

MONTIEL, Edgar. *A nova ordem simbólica: a diversidade cultural na era da globalização*. In: SIDEKUN, A. (org). *Alteridade e multiculturalismo*. Rio Grande do Sul: Ed. Unijuí, 2003, p.15-58

NORA, Pierre. *Entre Memória e História: a problemática dos lugares*. In: Projeto História. São Paulo: PUC, n. 10, pp. 07-28, dezembro de 1993.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias*. Revista Brasileira de História, vol. 27, nº 53, junho de 2007.

POLLAK, Michael. *Memória e Identidade Social*. Estudos Históricos, v.5. n.10, p.200-212. 1992.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009

SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da Linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal: aplicações na hipermídia*. São Paulo: Iluminuras: FAPESP, 2005.

SAFKO, Lon; BRAKE, David. *A Bíblia da mídia social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios*. São Paulo: Edgard Blucher, 2010.

SONTAG, Susan. *Diante da dor dos outros*. São Paulo. Companhia das Letras, 2003

THOMPSON, John.B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 12ª ed. Petrópolis. Vozes, 2011

## **Genuinamente brasileira<sup>1</sup>** Narrativas orais e antropofagia na televisão

Flavia Suzue de Mesquita Ikeda<sup>2</sup>

### **Resumo**

Em 65 anos de história no Brasil, a televisão configurou-se como importante espaço para identificação e reconhecimento dos sujeitos, beneficiando-se especialmente de traços da cultura oral. A apropriação antropofágica de tecnologias, linguagens e formatos, constantemente atribuída ao andamento do meio no país, arrasta para o campo do espetáculo a registrada intenção modernista de afirmar uma conceituação nacional pela multiplicidade cultural e filiação a variados universos semióticos. Este trabalho reflete sobre tal aspecto, ligado tanto à difusão de valores simbólicos com os quais diversos subgrupos do Brasil podem se reconhecer quanto à assimilação e adaptação de dados do popular visando sua incorporação à cultura hegemônica. Nesse cenário, aborda em especial o caso da telenovela brasileira e sua aproximação com o folhetim.

### **Palavras-chave**

Televisão brasileira; Antropofagia; Narrativas orais; Produção de sentidos

A proposta deste trabalho é ser introdutória à uma reflexão sobre as imagens formadas pela televisão a partir de tecnologias e formatos estrangeiros em movimento dialógico com as culturas, costumes e linguagens do Brasil. A própria indústria cultural floresceu no momento de desenvolvimento de uma nação autônoma democrática brasileira, nas primeiras décadas da República. Assim, foi constantemente vinculada com as iniciativas de conformação de uma conceituação nacional partilhada e de uma certa unidade imaginária, acompanhando empreitadas estruturais e econômicas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT3- Subjetividade, Narrativas e Produção de sentidos do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC SP.

A operação antropofágica, de tecnologia, de linguagem, de formatos, relacionada tantas vezes ao andamento da televisão no país, arrasta para o campo do espetáculo a registrada intenção modernista de construção de um imaginário nacional pela multiplicidade cultural e apropriação de variados universos semióticos. “A televisão se caracteriza como um veículo assumidamente ‘antropofágico’ das artes prévias, das linguagens prévias e tudo em ritmo de ‘rock pauleira’” (BALOGH, 2002, p.93).

Se por um lado essa tendência concorre para, transversal à pretensão *oswaldiana*, a apropriação de dados reprimidos no cotidiano para sua conformação ao modelo de vida estabelecido (BUCCI, 2000, p.116), por outro é o que permite ao meio posicionar-se como instrumento de difusão de um ideário com o qual os diversos subgrupos do Brasil podem se reconhecer.

Segundo Lopes, ainda que seja responsável pela reafirmação de desigualdades e dicotomias, a televisão brasileira é responsável por alimentar um repertório comum não pelo consenso, mas pelas disputadas de sentidos entre posições antagônicas ou complementares. A autora defende que a narrativa teleficcional se destaca como fator para consolidação de valores simbólicos com os quais o público pode se identificar como unidade. “O que experimentamos culturalmente como próprio, em termos nacionais ou latino-americanos, responde cada dia mais ao que a dinâmica e a lógica da comunicação mediática nos faz sentir como tal” (2004, p.126).

Ao se expandir para os países ditos de terceiro mundo, a TV se consolidou como veículo de um renovado tipo de colonização cultural, apresentando aos povos em vias de desenvolvimento um modelo ideal centro-europeu e norte-americano, o qual impactou na ordem econômica, política e social daqueles. Edgar Morin afirma que a colonização do século XX não mais se dirigia aos territórios, mas falava diretamente ao espírito, contribuindo para naturalizar a cultura oriunda da imprensa, do rádio, do cinema e da televisão.

[...]nas sociedades ocidentais, são as transformações econômicas, principalmente o progresso industrial, que transformaram as mentalidades. No Terceiro-Mundo, a indústria ultraligeira, as das comunicações (rádio,

cinema, antes de qualquer outro), começa a revolucionar as mentalidades antes mesmo que a sociedade seja transformada (MORIN, 2002, p.161).

Passados 65 anos, a televisão está presente em quase 98% dos lares brasileiros (IBGE, 2013), marca conquistada ao longo do tempo por meio dos apelos das programações e também de fortes estímulos governamentais. Estes, deram-se ora pela implantação das redes de transmissão – iniciadas pelas próprias emissoras e completada pelo Estado na década de 1970 - ora pelo incentivo à fabricação de aparelhos nacionais e políticas de crédito ao consumidor as quais permitiram a aquisição do televisor em diversos estratos econômicos (SIMÕES, 1986).

A televisão configurou-se como espaço para identificação dos sujeitos, cujos processos de reconhecimento se passam muito mais pelos discursos na linguagem televisual que pela imprensa, “[...] confirmando uma tradição de compreensão, já detectada na literatura, muito mais ligada à oralidade que à escrita, à emoção que à razão” (MOTTER; MUNGIOLI, 2007-2008, p.158).

Ainda no começo da década de 1970, auge do “milagre econômico” celebrado pelo governo militar, e também momento de maior crescimento da televisão aberta, Sodré alegou que a televisão foi o meio que mais se aproveitou da cultura popular oral brasileira. Segundo ele, às formas e gêneros importados, somam-se os conteúdos nacionais, seja em personagens, alusões, situações ou na ludicidade.

Por aí penetram elementos esparsos da oralidade brasileira, mas sempre sob a ação de controle dos supostos padrões da consciência coletiva: a conciliação, o verbalismo, o sentimentalismo, a caridade, a democracia racial, a benignidade de caráter do cidadão nacional, etc. (SODRÉ, 1972, p.36).

Para o autor, entretanto, a cultura de massa configurou-se no país como uma extensão da cultura letrada da elite histórica e, logo, a cultura oral, baseada na memória, nos ritos coletivos, na poesia popular e no folclore, descaracteriza-se quando incorporada à nova forma. Além disso, o processo tradutório operado pela indústria da comunicação implicaria marcas das discrepâncias seculares de renda e escolaridade (Ibid., p.22).

Cabe-nos lembrar que, mesmo em comparação às colônias vizinhas, o Brasil teve a população apenas tardiamente apresentada à imprensa e mesmo à educação

formal. Assim, até o início do século XIX, a maior parte das pessoas permanecia aquém do desenvolvimento da ciência e das humanidades centro-europeias, salvo uma pequena elite educada em escolas da Europa.

O panorama mobilizou-se apenas após a mudança da corte portuguesa para o Brasil, em 1808. Data desse ano a fundação da Imprensa Régia (hoje Imprensa Nacional) e as primeiras escolas oficiais de alfabetização, ainda destinadas a poucos privilegiados, as quais foram instaladas no país ao mesmo tempo em que as primeiras instituições de ensino superior (OLIVEIRA, 2004). Mais de um século se passou antes que a educação entrasse na pauta principal das políticas públicas, durante o Estado Novo.

Morin assinala que o conhecimento intelectual é construído a partir de “[...] paradigmas que selecionam, hierarquizam, rejeitam as ideias e as informações, bem como em função de significações mitológicas e de projeções imaginárias” (1998, p.29). Tais paradigmas são absorvidos pelos sujeitos a partir de suas primeiras experiências, incutindo marcas das diferentes culturas a que eles são expostos (familiar, escolar, universitária, profissional etc), configurando um *imprinting* cultural.

Nessa perspectiva, tal “atraso” brasileiro, diferente de marcar uma inferioridade cultural ou cognitiva, deixaria espaço para o desenvolvimento de obras e linguagens libertas dos padrões próprios da racionalidade científica e de seus desdobramentos. “Os subcultivados sofrem um *imprinting* e uma normalização atenuados e há mais opiniões pessoais diante do balcão de um café do que num coquetel literário” (MORIN, 1998,p.35).

Destaque-se que, em 1950, 50,5% da população acima dos 15 anos continuava analfabeta (FERRARO, 2002), enquanto a maioria dos países centro-europeus superou o analfabetismo ainda no século XIX. Posto isso, consideremos que uma sociedade “quase-não-da-escrita” ou “também-da-escrita” (PINHEIRO, 2013, p.89) como o Brasil só poderia ser plenamente alcançado a partir de uma matriz oral.

Se, na França, o cinema respondeu a uma aspiração presente na sociedade (SCHWARTZ, 2001), no Brasil a dinâmica com a televisão se complexibilizou. Aqui,



a TV não só respondeu às novas formas de experimentação da realidade dos moradores das cidades, mas destacou-se pela capacidade de afetar pessoas de todos os níveis de instrução formal.

Foi com a televisão que a versão brasileira da indústria cultural se interpôs entre as diferentes culturas nacionais, realizando-se nas tentativas de homogeneização de uma leitura determinada do país *uno*. Também o rádio permitia a transmissão de informações à população analfabeta, mas esse não contava com o apelo das imagens. Para Sodré, o receptor do simulacro de realidade imposto pela televisão coloca-se rendido a ele. “Na iconosfera (universo das imagens), a sensação tende a predominar sobre a consciência, fazendo apelo a todos os sentidos, mas enfraquecendo-os” (SODRÉ, 1972, p.60).

Não obstante, se nas impressões sobre a televisão na década de 1960, Adorno (1978) atestava que o grande trunfo do meio era o uso da *linguagem-imagem*, sendo o texto um acessório redundante, a televisão se desenvolveu alicerçada na palavra. Repare-se que o silêncio é um atributo raro nas programações. De telejornais a programas de auditório e ficção, o essencial das informações será passado mormente na forma verbal.

Arlindo Machado salienta que é fácil notar a predominância de programas fundados no discurso oral na televisão, nos quais as imagens seriam mero suporte para as falas. Ele aponta como indício o fato de que muitas pessoas deixam o aparelho ligado enquanto executam outras tarefas, sendo o áudio suficiente para a compreensão. “Ao contrário da propalada civilização das imagens, vivemos em uma civilização fortemente marcada pela hegemonia da palavra, seja ela escrita ou oralizada” (2001, p.17).

Rolland Barthes já havia acusado uma falsificação nas percepções de uma civilização da imagem independente do texto. Para ele, a linguagem da comunicação é logoicônica, relação exposta nas legendas das fotografias, nas histórias em quadrinhos ou no cinema e na publicidade falados (2005, p.79), conceito este, extensível à televisão.

## **Genuinamente brasileira**

A televisão está enraizada na cultura nacional seja pela sua relação a interesses do Estado e do comércio locais, seja pelos valores estéticos e culturais presentes em seus produtos. As imagens que apresenta são construídas a partir de dados extraídos da própria realidade e a sua dramaturgia é diretamente ligada ao folhetim, a arte das ruas expressa nas páginas de jornais na embrionária indústria cultural brasileira do fim do século XIX.

Martín-Barbero (1997) lembra que o folhetim, oriundo da França, foi o primeiro texto escrito em formato popular de massas e seu surgimento relaciona-se com o grande aumento da capacidade de produção de jornais, pelas, então, novas rotativas. Com um volume maior de impressões, os jornais passaram a almejar um público mais amplo, superando o privilégio de seu consumo pela burguesia. O autor situa, outrossim, que toda a literatura (da qual o folhetim é uma das expressões) foi afetada pelas transformações da comunicação literária a partir de 1850, quando a necessidade de uma escritura próxima da realidade das ruas se impôs. Tal demanda estaria ligada ao retrocesso demográfico europeu, ao nascimento do capitalismo moderno e à divisão da sociedade em classes.

Massa designa, no movimento da mudança, o modo como as classes populares vivem as novas condições de existência, tanto no que elas têm de opressão quanto no que as novas relações contêm de demanda e aspirações de democratização social. E de massa será a chamada cultura popular. [...] Sabemos que essa inversão vinha sendo gerada há muito tempo, mas ela não podia tornar-se efetiva senão quando, ao se transformarem as massas em classe, a cultura mudou de profissão e se converteu em espaço estratégico da hegemonia, passando a mediar, isto é, encobrir as diferenças e reconciliar os gostos (Ibid., p.169).

De acordo com ele, as narrativas ocuparam um lugar central na incorporação das classes populares à cultura hegemônica, confirmando a emergência de um meio de comunicação para as massas e entre as classes. Ressalte-se que Martín-Barbero remete ao conceito de Gramsci para hegemonia. Esta não consistiria em uma imposição dos dominantes, mas no local do compartilhamento de interesses e visões

entre aqueles as classes subalternas. Tal concepção rompe com a ideia de que toda assimilação do hegemônico implica uma submissão, atentando ainda que outras lógicas, fora a de dominação, agem sobre as construções da cultura de massa<sup>3</sup> (1997, p.104-115; p.170).

O folhetim, “crônica do cotidiano”, primeiro relegada ao rodapé dos jornais, tinha como fonte de inspiração o próprio ambiente dos seus autores e imbricou-se no Brasil, sendo o legado de alguns dos nossos maiores escritores. Amálio Pinheiro (2013) salienta que criadores como Machado de Assis, José de Alencar e Aluísio Azevedo deram ao gênero uma dimensão que o engrandeceu. Tal dimensão caracterizou-se nos formatos para serem apreciados no espaço urbano, enquanto se vive a cidade, na apreciação do jornal diário.

Ele atesta que o jornal contribuiu para colocar no mundo dos letrados os traços das culturas populares. Dessa forma, a relação entre as tecnologias de impressão importadas “[...] e os fatores materiais peculiares da cultura (multiplicidade e variação externo-migrantes) promove um território de invenção de que participa a fruição coletiva, mesmo num veículo que busca sua padronização” (PINHEIRO, 2013, p.72).

Em 1876, Machado de Assis situou o termo cronista ao lado de folhetinista, aproximando ainda o conceito de contador de histórias, este oriundo do povo, não da elite letrada, ante a ideia de que qualquer relato é sempre criação fantasiosa. Assis também cobraria dos escritores brasileiros a aclimação do folhetim francês aos sabores locais. A crônica era, afinal, a “frutinha do nosso tempo” (MOTTER, 2004, p.254).

Assim, por exemplo, num folhetim/crônica/conto/romance machadiano e aluisiano convivem, em fluxos intermitentes, assimétricos e encadeados, guardados os limites mínimos de cada gênero, pelo menos, a incorporação de tendências literárias internacionais, uma nova concepção crítico-corrosiva, do humor, a agilidade tátil/oral e sintática do folhetinista, o enorme arquivo de falas e imagens barroquizantes da paisagem cultural da cidade em tela. (PINHEIRO, 2013, p.75)

Se na época áurea, o folhetim-crônica levou aos círculos aculturados imagens da pluralidade do cotidiano das cidades, resquícios da cultura e da arte populares,

---

<sup>3</sup> Emerge desse entendimento, aliás, suas críticas a Adorno e sua elaboração de indústria cultural.

podemos dizer que a televisão, porquanto dispense o conhecimento das letras, não apenas transporta e traduz a sociedade em seus produtos, mas consegue apresentar suas leituras de volta para a ampla apreensão, sem intermediários, da sociedade a qual lhe serve de matéria prima.

Como a aceleração das impressões transformou o jornal, a tecnologia do *videotape*, generalizada em 1962, promoveu uma mudança radical na maneira de se fazer televisão no Brasil, possibilitando a gravação de programas de uma só vez para serem exibidos ao longo da semana. Além de baratear as produções, a nova agilidade permitiu finalmente a organização vertical e horizontal da programação, fortemente ligada ao hábito de ver televisão diariamente. Com o VT, a novela passa a ser um modelo desejado por poder, se cair no gosto do público, garantir audiência por longos períodos (SIMÕES, 1986, p.54).

Maior e mais importante produtora do gênero, a Globo estreou sua primeira telenovela, *Ilusões Perdidas* (escrita por Enia Petri) no mesmo ano da inauguração. Assim como as demais produções do período, a telenovela seguia a tradição dos melodramas românticos. Inspirada no sucesso de *Beto Rockefeller*, exibida pela Tupi no ano anterior, em 1969, a telenovela *Véu de Noiva* (primeira de Janete Clair para o horário das 20h) marcou uma virada importante na emissora, que a partir daí passou a investir em tramas urbanas e mais próximas da realidade do país. A intenção de gerar identificação com o público estava expressa desde a divulgação: “Em Véu de Noiva tudo acontece como na vida real”<sup>4</sup>.

Assim, as telenovelas ampliaram a possibilidade do público identificar-se com as personagens de forma menos alusiva e beneficiaram a exposição de produtos dos patrocinadores e anunciantes. Paralela a tal ação de integração do público ao mercado de consumo, a televisão tem a capacidade (constantemente explorada) de dar visibilidade às tessituras e contradições sociais. “A televisão bem-sucedida não pode ser estritamente conservadora. Ela se alimenta do novo, do progressista e também a partir de manifestações das classes oprimidas” (KEHL, 1986, p.289).

---

<sup>4</sup> Como consta no site [memoriaglobo.globo.com](http://memoriaglobo.globo.com).

Destacamos que a rua do folhetim é a mesma rua das telenovelas e, antes, da cobertura da enchente de 1966, no Rio de Janeiro, que colocou a TV Globo, pela primeira vez, no centro das atenções dos cariocas, atentos aos desdobramentos da tragédia. Em 1975, a emissora já havia nacionalizado seus conteúdos como nenhuma outra, exibindo 64% de programação nacional contra o limite de 8% das concorrentes. No horário nobre, das 18 às 23 horas, o índice chegava a 84% (KEHL, 1986, p.253), sendo as telenovelas os principais produtos do horário.

Maria Lourdes Motter analisa que a televisão brasileira e, especialmente, a Rede Globo, construíram com a telenovela uma dramaturgia “genuinamente brasileira”. O diálogo com o cotidiano social do país seria possibilitado pela “permeabilidade de nossa telenovela, sua vocação antropofágica para a incorporação do outro, seja da ordem da própria ficção ou da realidade concreta” (MOTTER, 2004, p.268). Tais aproximações, ainda, respeitando os limites estruturais do gênero.

Cabe-nos refletir até que ponto as apropriações operadas pela televisão, o uso da tecnologia estrangeira, o aprendizado das linguagens do cinema, do rádio, da literatura, do folclore e das narrativas populares de matriz oral, entre outros, refletem a tendência do meio a tornar-se expressão da nossa pluralidade cultural mestiça ou remete antes ao próprio funcionamento da indústria cultural, cuja eficiência enquanto manifestação simbólica do sistema capitalista é subordinado às leis de concorrência e renovação constante.

Para compreender como ideia de antropofagia pode ser relacionada às práticas e discursos da televisão e da telenovela, é válido retomar alguns pontos da construção do conceito de uma brasilidade antropófaga.

### **Canibalismo em quatro tempos**

Considerado a melhor descrição dos ritos antropofágicos dos primeiros visitantes do Brasil, o relato do alemão Hans Staden de sua prisão por uma tribo é marcado por uma interpretação dos rituais canibais como impulsionados unicamente por “hostilidade e muito ódio” (2008, p.157). De certa maneira, porquanto levasse à



Europa notícias de um novo mundo (o relato foi lançado primeiro na Alemanha), esse tipo de narrativa teria ajudado a justificar a aniquilação de tais povos selvagens pelos colonizadores.

No Manifesto Antropófago, lançado em 1928, Oswald de Andrade propunha uma ordem de importação, alimentação, constante no Brasil, postulando a assimilação cultural como verdadeira natureza nacional. “Só me interessa o que não é meu. Lei do homem. Lei do antropófago”. A perspectiva era a da busca de uma nova identidade cultural com o uso do estrangeiro a partir da mistura com elementos brasileiros obliterados pela cultura dominante na época. Aqui, a antropofagia descortina uma relação de retenção e apropriação do outro, oposta à sua eliminação, a “[...] deglutição do espiritual pela sedução alimentar da paisagem” (PINHEIRO, 2013, p.122).

Lembremos que o nome da primeira emissora do país era Tupi. “Seu logotipo, um menino indígena de feições ocidentais com um par de antenas na cabeça no lugar do cocar, sugere a apropriação, ainda que infantilizada, da tecnologia estrangeira” (HAMBURGER, 2011, p.64).

Ao longo de sua história no Brasil, a televisão deu visibilidade a peculiaridades e multiplicidades nacionais, políticas ou culturais e importou, disseminou modelos civilizatórios estrangeiros. A ingerência exterior nas programações locais deu-se com destacada importância através da relação germinal entre a televisão e o mercado publicitário. Nos primeiros anos, além de serem patrocinados, muitos programas eram escritos e produzidos por agências multinacionais, especialmente as de origem norte-americana (SIMÕES, 1986).

Com a alegada intenção de diminuir as desigualdades entre as regiões e defender as fronteiras, o governo militar (1964 a 1985) descentralizou os investimentos em infraestrutura e comunicações, empenhando-se na disseminação de um espírito unificador como ferramenta para a integração nacional. Faz-se justo lembrar que é igualmente desse período o projeto da Transamazônica. Na década de 1960, ainda, houve um grande estímulo internacional, personificado pela Unesco e pelas Nações Unidas, para o uso da comunicação de massa visando a aplicação do

modelo de desenvolvimento estadunidense nos países em processo de industrialização (CAPARELLI, 1982).

Na mesma época a antropofagia voltaria a ser celebrada, especialmente pelo movimento musical tropicalista, mas também no teatro, no cinema e na literatura. Tal alusão guarda semelhanças com a do movimento modernista, mas é marcada por distinções nas perspectivas sobre a cultura nacional, ora afetada pelos desdobramentos do golpe militar. Ramos pontua que, entre as décadas de 1920 e 1960, houve um deslocamento do debate sobre a originalidade cultural brasileira para o sobre a indústria cultural e o desgaste da relação entre arte e cultura popular. (2008, p.19).

Caetano Veloso, um dos cabeças da Tropicália, e que contribuiu e fora beneficiado pela massificação da música brasileira através dos programas e festivais promovidos pela televisão, atesta que a ideia do canibalismo cultural servia perfeitamente aos fins do movimento, pois eles estavam realmente “comendo os Beatles e Jimi Hendrix”, colocando-os em relação direta com os ritmos e tradições locais.

No entanto, há pertinência em notar na Tropicália (na esteira da Antropofagia) uma tendência a tornar o Brasil exótico tanto para turistas quanto para brasileiros. Sem dúvida eu próprio até hoje rechaço o que me parecem tentativas ridículas de neutralizar as características esquisitas desse monstro católico tropical, feitas em nome da busca de migalhas de respeitabilidade internacional mediana. (VELOSO, 2012, p.59).

Ao falar da televisão como antropofágica para além do simples conceito de associação de formas e valores variados, Eugênio Bucci (2000) leva em consideração que o meio age contrário ao objetivo modernista de quebra da convenção pela criação. Sua finalidade como indústria a coloca paralela aos interesses econômicos e políticos que dominam a sociedade, comprometendo uma tal identificação.

Segundo sua análise, proposta à época dos 50 aos da TV no país, o meio salienta uma deformação do conceito de antropofagia, não transformando o que emprega do outro, mas “[...] apropria-se de tudo indistintamente, indo da pilhagem à pasteurização num único segundo” (Ibid., p.127).

## Considerações Finais

Como vimos, no Brasil a indústria cultural cresceu intimamente ligada ao desenvolvimento econômico e social pelo que o país passou marcadamente a partir da década de 1950 e a televisão tornou-se, por inúmeros fatores, o principal meio de comunicação a agir na construção de um determinado imaginário do país unificado. A importação da tecnologia, a influência de produtores estrangeiros e a aproximação com as culturas nacionais agiram na construção de uma linguagem televisual a qual, segundo os autores citados, pode ser tipificada como brasileira exatamente por tal pluralidade.

Se a televisão poderia ser uma seguidora do manifesto modernista, seu papel para a organização da sociedade e a necessidade de renovar constantemente o interesse do público afastam-na desse ideal. Para Bucci, se é possível considerar que as instancias do poder migraram, mesmo que parcialmente, para a televisão nas últimas décadas, é inevitável pensar que as aparências antropofágicas não agem no meio para subverter o simbólico, mas para consolidá-lo (2000, p.129).

Sem a pretensão de ter esgotado o tema proposto, acrescentemos, com vista em suscitar futuras abordagens, que, se a construção de uma mitologia nacional ocorreu nos Estados Unidos através do cinema, tendo o *western* como gênero fundador, no nosso país é a televisão que age nesse sentido. O universo ficcional, ou mais amplamente, televisivo serve como matéria para reapropriações autofágicas, a partir de uma realidade já refletida e refratada pelo próprio meio.

## Referências bibliográficas

ADORNO, T. Televisão, consciência e indústria cultural. In: COHN, Gabriel. *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: Editora Nacional, 1978.

BALOGH, A.M. *Discurso ficcional na TV: Sedução e sonhos em doses homeopáticas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

BARTHES, R. *Inéditos vol.3: imagem e moda*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BUCCI, E. Antropofagia patriarcal. In.: HAMBURGER, E.; BUCCI, E. (org.). *A TV aos 50*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

CAPARELLI, S. *Televisão e capitalismo no Brasil*. Porto Alegre: LP&M, 1982.

FERRARO, A. R. Analfabetismo e níveis de letramento no Brasil: o que dizem os censos? In: *Educação & Sociedade*. Campinas, vol.23, no.81, dez. 2002. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-73302002008100003#back](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302002008100003#back)> acesso em: 20 jul. 2015.

IBGE. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio*. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pnad-resultados-2013/index.html>> Acesso em: 15 jun. 2015.

LOPES, M.I.V.de. *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004.

MACHADO, A. *O quarto iconoclasmo*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2001.

MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MORIN, E. *Cultura de massas no século XX: Neurose. O Espírito do Tempo: 1*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

\_\_\_\_\_. *O método IV. As ideias: habitat, vida, costumes, organização*. Porto Alegre: Sulina, 1998.

MOTTER, M.L. Mecanismos de renovação do gênero telenovela: empréstimos e doações. In: LOPES, M. I. V. de. *Telenovela: internacionalização e interculturalidade*. São Paulo, Loyola, 2004.

\_\_\_\_\_. MUNGIOLI, M.C.P. Gênero teledramatúrgico: entre a imposição e a criatividade. *Revista USP*, São Paulo, no. 76, dezembro/fevereiro 2007-2008.

OLIVEIRA, M.M. As origens da educação no Brasil: Da hegemonia católica às primeiras tentativas de organização do ensino. In: *Ensaio: aval. pol. públ. Educ*, Rio de Janeiro, v.12, n.45, out/dez. 2004

PINHEIRO, A. *América Latina: barroco, cidade, jornal*. São Paulo: Intermeios, 2013.

RAMOS, G. *Um cinema brasileiro antropofágico? (1970-1974)*. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008.

SCHWARTZ, V.R. O espectador cinematográfico antes do aparato do cinema: o gosto do público pela realidade na Paris fim-de-século. In: CHANEY, L.; SCHWARTZ, V.R. *O cinema e a invenção da vida moderna*. Tradução Regina Thompson. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2001.

SIMÕES, I.; COSTA, A.H.; KEHL, M.R. *Um país no ar*: História da TV brasileira em três canais. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SODRÉ, M. *A comunicação do grotesco*: introdução à cultura de massa brasileira. Petrópolis: Vozes, 1972.

STADEN, H. *Duas viagens ao Brasil*: primeiros registros sobre o Brasil. Tradução: Angel Bojadsen. Porto Alegre: LP&M, 2008.

VELOSO, C. *Antropofagia*. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2012.



## **O Narrador nas Jornadas de Junho: entre as redes e a rua<sup>1</sup>**

Gabriela Chaves de Farias<sup>2</sup>

### **Resumo**

O objetivo do artigo, menos que explicar os acontecimentos deflagrados nas Jornadas de Junho de 2013 no Brasil, através de uma descrição detalhada, é refletir sobre as narrativas. Para tal reflexão iremos trazer a figura do narrador, que adentrou as Jornadas possibilitando diferentes camadas de narrativas no recorte temporal das manifestações que ocorreram em junho, identificaremos através das narrativas, os discursos que foram possíveis a partir da presença do narrador no espaço da rua e dos movimentos sociais, problematizando-os enquanto espaços de significação e produção de sentido e proposta de novas mídias.

**Palavras-chave:** narrador; jornadas de junho; rede; rua; mídias independentes;

### **Narrativas de Junho: entre as redes e a rua**

A promessa por um outro olhar sobre as manifestações que eclodiram no Brasil em junho de 2013 foram premissa para as mídias independentes se destacarem em meio a mídia convencional. Não é pretensão traçar um parâmetro entre os meios de comunicação tradicionais, representados pela grande mídia, e os meios de comunicação alternativos, e seus atores. Porém é inevitável que as divergências e, também, as convergências apareçam no decorrer da pesquisa, pois nos foi proposto a quebra da narrativa tradicional. Se o que se “pretende é rearticular modos de compreender a *práxis* do jornalismo tradicional nas sociedades contemporâneas”

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT3 SUBJETIVIDADE, NARRATIVAS E PRODUÇÃO DE SENTIDO do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Bacharel em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense (UFF), mestranda em Comunicação no Programa de Pós Graduação em Comunicação (PPGCOM IACS-UFF). Pesquisa voltada para os estudos da narrativa na comunicação e mídia através do Grupo de Pesquisa Laboratório de Experimentação e Pesquisa de Narrativas da Mídia (UFF). [gabi.cfarias@gmail.com](mailto:gabi.cfarias@gmail.com)

(RESENDE, 2005, p.85) refletir sobre as narrativas e os atores dessas vozes é fundamental, estes que lançaram mão de diversos recursos, reportagens, filmagens em tempo real, entrevistas, relatos, “uma forma de necessidade transcultural” (RICOEUR, 1994, p. 85). A tríplice mimese proposta por Ricouer torna possível compreender as narrativas de junho, pois através da hermenêutica propõe-se “em reconstruir o arco inteiro das operações pelas quais a experiência prática se dá, obras, autores e leitores” (IDEM, p. 86). No contexto das Jornadas a relação entre os três modos miméticos é relevante para o entendimento da própria dinâmica de construção da narrativa e as mediações que ela estabelece, portanto, através do papel articulador da “tessitura da intriga” (RICOEUR) que se compreenderá a mediação fundamental entre o narrador, as redes e a rua, como veremos mais adiante.

As mídias independentes buscam romper com o discurso hegemônico e controles da mídia tradicional, “a colagem de interferências individuais põe em circulação idéias e conhecimentos, sem as noções de seleção e estratificação que condicionam os processos midiáticos” (MORAES, 2007, p. 07). A definição simplista não abrange a complexidade da proposta, porém é base para pensarmos a emergência das mídias independentes nas Jornadas de Junho de 2013 no Brasil e assim problematizar as narrativas e o papel do narrador no contexto analisado.

Os brasileiros foram para as ruas em diversas capitais do país, e o movimento passou a ocupar o espaço da mídia, mas não somente a mídia tradicional. A cobertura dos protestos, em tempo real, começou a ser veiculada em páginas na *internet* por mídias que se denominavam como alternativas e independentes. Para Ivana Bentes (2014, p.331) a cobertura dos protestos associadas a posts, hashtags, tweets e memes online criam ondas de intensa participação em que a experiência de tempo e de espaço, a comoção e o engajamento constroem um complexo sistema de espelhamento, potencialização entre redes e ruas. Os narradores da rua, ativistas, manifestantes, jornalistas, ligados a uma agência ou apenas com uma câmera portátil ou celular, utilizavam o aparato do vídeo e da internet para que os espectadores

acompanhassem “ao vivo” as manifestações, através da conversão com tecnologia *streaming*, que torna possível escutar e visualizar os arquivos enquanto se faz o *download* (MORAES, 2007, p. 13).

A participação ativa da sociedade e a maneira como ela transmite o momento histórico que vivencia são importantes para explicar o aumento da popularidade das mídias independentes e sua influência nos movimentos sociais<sup>3</sup>, fato que está ligado a recepção desse espectador e a percepção da sua própria noção de identidade, representatividade, discurso narrativo coletivo e individual e corrobora para desmistificar a noção que produtores, emissores e receptores são categorias distintas verticalmente e não parte do mesmo processo de produção de significações e sentido, “é no ato de ler que o destinatário joga com as coerções narrativas, efetua os desvios...” (RICOEUR, 1994, p. 118). Para Martín-Barbero (2008, p.13) “é a apropriação crescente de novas tecnologias por grupos das camadas subalternas, o que lhes permite uma verdadeira “revanche sociocultural”, isto é, a construção de uma contra-hegemonia mundial”, apropriação que configura os estudos da mídia, que nos últimos anos têm buscado recuperar o processo de comunicação em sua dimensão complexa - a que diz respeito à tríade produção / circulação / recepção (RESENDE, 2005, p. 86).

Um ponto importante para as manifestações é o fato que em junho: “a principal divisão nos discursos sobre as manifestações no Brasil referiu-se à utilização ou não da violência como método de ação política frente à repressão policial” (ALDÉ & SANTOS, 2014, p. 06). Mesmo não sendo foco do artigo, este exemplo nos faz refletir sobre as narrativas e as ferramentas que possibilitaram que os discursos fossem amplamente divulgados nas redes sociais e na mídia gerando uma polarização de opiniões e expondo outra característica que emerge nas manifestações, a organização em rede. “Redes policêntricas ou distribuídas capazes de se articular

---

<sup>3</sup> Essa “radiação” política potencializa e cria acontecimentos, como vimos se repetir pelo mundo na Praça Tahrir, 15M espanhol, Occupy Wall Street, Praça Taksim na Turquia e nas manifestações pós-Jornadas de Junho no Brasil, acontecimentos singulares e em contextos políticos distintos, mas cujas características, pós internet e redes sociais emergem no bojo de uma tecnopolítica em que as linguagens e estéticas são parte constituintes. (BENTES, 2014, p. 331)

local e globalmente, numa conexão máxima, e capaz de rivalizar (inclusive por sua imprevisibilidade) com as redes constituídas dos poderes clássicos” (BENTES, 2013, p.14). Estas redes não teriam fronteiras estáveis nítidas, participando de fusões e fissões, sujeitas à criação de novos segmentos e à redefinição das funções assumidas por cada um destes até então (ALDÉ & SANTOS, 2014, p. 03). Para Castells (2012, p. 22) os movimentos sociais do século XXI serão baseados em uma sociedade em rede operadas pelo ato da comunicação, sendo esta o processo de compartilhar significados pela troca de informações. Nesse contexto a mídia possui um papel relevante para a experiência individual e coletiva proporcionadas pela difusão das tecnologias de informação e meios de comunicação.

As narrativas possuem um papel significativo para a comunicação, através delas emissores e receptores constroem significações e ressignificam o seu cotidiano. No contexto das Jornadas de Junho assumem relevância pela multiplicidade de vozes que emergiram, “porque nelas são tecidos os saberes acerca do mundo, depois porque a partir delas, outros saberes são construídos, tornam-se importantes elementos a serem investigados, porque conferem legitimidade e redividem socialmente, o espaço no qual elas pertencem” (RESENDE, 2005, p. 87). “A multidão das ruas ousou reportar a si mesma nos muros, nas transmissões em streaming e nas narrativas que eram produzidas simultaneamente de dentro dos movimentos” (FARO, 2014, p. 240)<sup>4</sup>. Portanto as narrativas conferem uma função de “criar e recriar sociabilidades” (RESENDE, 2005, p. 88).

As redes policêntricas, conectadas horizontalmente pelo território social, a multidão, que não se forma espontaneamente, mas através de uma atividade constante de organização (HARDT, 2014, p. 07)<sup>5</sup> ressignificando o espaço da rua enquanto espaço de partilha na sua dimensão estética e política proposta por Rancière (2009, p. 15):

<sup>4</sup> FARO. Mariana. Criação, vida e resistência nas ruas: biopolíticas das manifestações metropolitanas no Brasil In. CAVA, B.; COCCO, G. Amanhã vai ser maior. O levante da multidão no ano que não terminou. São Paulo: Annablume, 2014.

<sup>5</sup> HARDT. Michael. Junho Maldito. In. CAVA, B.; COCCO, G. Amanhã vai ser maior. O levante da multidão no ano que não terminou. São Paulo: Annablume, 2014.

O sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, um comum partilhado e partes exclusivas. Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividades que determina a maneira como um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha.

Podemos observar que as manifestações de junho se organizaram através de uma militância da rua, das redes e entre elas. Segundo Mariana Faro (2014, p. 234), as práticas de resistência baseiam-se em novos modelos colaborativos, “engendram-se batalhas ligadas às novas tecnologias de comunicação e imagem, que se estabelecem nas redes e nas ruas”. Porém, deve-se atentar, que tais características estão sendo expostas pelo recorte e enfoque da presente pesquisa, as redes serviram aos movimentos sociais, não excluindo, nas jornadas de junho, outras possibilidades de organização, vale lembrar que antes das manifestações eclodirem em junho:

[...] foram registradas desde março manifestações de rua contra o aumento das passagens de ônibus também em capitais como Porto Alegre, Goiânia e Rio de Janeiro. No entanto, passaram a ganhar maior visibilidade depois da divulgação das imagens de repressão violenta contra manifestantes que utilizavam táticas pacíficas tanto em São Paulo, onde as manifestações mantinham estreita relação com o Movimento Passe Livre, quanto no Rio de Janeiro, onde as ações envolveram coletivos diversos dificilmente identificados com um movimento “principal”. (ALDÉ & SANTOS, 2014, p. 10)

Para avançar a reflexão acerca das narrativas e sua importância no diálogo entre as redes e a rua, e assim chegar no objeto de análise, o narrador, trazemos para a pesquisa o conceito inicial que culminou na trajetória até então exposta. O narrador-jornalista.

Segundo Fernando Resende (2005, p. 85), a narrativa jornalística busca recursos textuais que auxiliam na busca por desvelar os fatos e verdades, reflexão que buscou entender a presença do narrador no início do romance, tal perspectiva fundamenta-se nos estudos de Benjamin e suas considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. Benjamin discute o papel do narrador nas sociedades contemporâneas e a difusão dos meios de comunicação.



Se o ato de narrar, de acordo com as constatações de Benjamin, perde sua vitalidade no momento de exacerbação de uma prática cotidiana burocratizante e limitadora (processo advindo de um projeto que visa a modernizar o homem e o mundo), no atual momento, é o ato exacerbado de um narrar burocratizado, em meio à proliferação de narrativas, que impõe a reflexão sobre si próprio. Do ponto de vista teórico e prático, o jornalismo traz pressupostos que o toma um campo muitas vezes restrito a produções pouco atentas às práticas cotidianas e culturais da contemporaneidade. E assim, o ato de narrar, quando burocratizado pelas fundamentações epistemológicas do discurso jornalístico, torna-se limitado e limitador. (RESENDE, 2005, p.88)

O Narrador-jornalista problematiza o discurso jornalístico tradicional, – aquele que é epistemologicamente reconhecido e dispõe de escassos recursos com os quais narrar os fatos do cotidiano, propondo outras reflexões e práticas para o narrador, e, esse ato de narrar pode nascer nos vários lugares que a vida acontece e no estabelecimento nos modos de compreender e entender o mundo em que se vive (RESENDE, 2005, p. 89). O jornalista a rigor, como propõe Fernando Resende (2005, p. 92), não escolhe como narrar, pois, são condicionados e limitados pelo campo em que atuam. Mesmo havendo divergências quanto ao conceito, como o atribuído por Luiz Gonzaga Motta (2004, p.12), no jornalismo diário há muitos textos que mesclam narração e descrição, mesmo as notícias que se ocupam de temas “duros” e são expressas na forma objetiva para enxugar as subjetividades estão impregnadas de fragmentos narrativos. Após as considerações a opção de utilizar o conceito de narrador-jornalista se revela a mais satisfatória para problematizar o narrador nas jornadas de junho, pois este propõe outras reflexões e práticas para narrar o cotidiano.

Em um texto habitado pelo narrador-jornalista, o seu criador é liberado da obrigação de revelar qualquer verdade que seja; é o narrador quem observa e conta a história, subtraindo-se da ação narrada (pressuposto máximo da narrativa jornalística), sem ter de enfrentar a empina implícita ao mundo real. Ele é uma estratégia textual, e é no texto que ele se revela. O jornalista (autorempírico), que precisa de habilidade para saber criá-lo, faz dele o seu olhar, naturalmente, mas não se faz nele. (RESENDE, 2005, p. 98)

Ao aplicar o conceito não é pretensão invalidar o discurso jornalístico da mídia tradicional, mas expor as diferenças com o intuito de entender a figura do narrador nas jornadas de junho de 2013 no Brasil.

A partir da contextualização exposta, buscamos investigar qual o papel do narrador durante as Jornadas de Junho ao analisar os discursos possíveis a partir dos objetos, problematizando se estes constituem espaços de significação e produção de sentido. Conforme o procedimento técnico, esta pesquisa é bibliográfica, documental e, também, um estudo de caso, já que na parte final deste trabalho é feita uma análise da cobertura realizada no dia 30 de junho de 2013 na página titulada Ninja (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), veiculada na rede social *facebook* e os vídeos que compõem o seu *twitcasting*.

## O Narrador nas Jornadas de Junho

Cada manhã recebemos notícias de todo o mundo. E, no entanto, somos pobres em histórias surpreendentes. A razão é que os fatos já nos chegam acompanhados de explicações. Em outras palavras: quase nada do que acontece está a serviço da narrativa, e quase tudo está a serviço da informação.

Walter Benjamin

Em muitas das narrativas a qual tivemos acesso acerca das manifestações que eclodiram nas jornadas de junho, na sua ampla circulação, podemos considerar que a internet, através das redes sociais, foram o principal meio de veiculação das mídias independentes, uma forma de mediação sociotécnica, novas conexões e associações entre a rede e seus atores. Se faz visível nesse período diversos atores e meios de veiculação de conteúdo que até então não haviam ganhando espaço nos meios de comunicação. Para introduzir o narrador nas Jornadas de Junho, se faz necessário entender que as redes sociais, como o *Facebook*, *Twitter* e o *Youtube*, além de outras plataformas online, permitiam a atualização e transmissão ao vivo das manifestações. Para Dênis de Moraes (2007, p. 07) as fronteiras entre quem emite e quem recebe podem tornar-se fluidas e instáveis. Os usuários têm a chance de atuar, simultaneamente, como produtores, emissores e receptores, dependendo de lastros culturais e habilidades técnicas. As redes sociais possibilitaram uma nova forma de

mobilização política via *web*, seja pelo potencial organizativo ou pela circulação imediatista de conteúdo. Segundo Danielle Maciel:

As possibilidades de interação entre quem produz e quem consome conteúdos na internet, alargando a participação dos usuários no desenvolvimento dos mais diversos tipos de materiais digitais, são apontados como uma renovação das funções organizativas e de agitação e propaganda comprometidas com os movimentos sociais, já que, sob o aspecto global da internet, poderiam contribuir para uma resistência em rede organizada, em nível internacional, em torno de causas comuns. (2012, p. 9)

A perspectiva de Danielle Maciel é importante pois nos ajuda a introduzir um dos perfis que atuaram nas manifestações, os midiativistas ou midialivristas. Para Ivana Bentes 2014, p. 331-332), o “midialivrismo e o midiativismo” cobrem colaborativamente as manifestações em todo o Brasil, *streamando* e produzindo uma experiência catártica de “estar na rua”, obtendo (no caso da Mídia Ninja) picos de milhares de pessoas online, encontram-se numa linguagem e experimentação que cria outra partilha do sensível, experiência no fluxo e em fluxo, que inventa tempo e espaço, poética do descontrolo e do acontecimento, “o acontecimento completo não é apenas que alguém tome a palavra e dirija-se a um interlocutor, é também que ambicione levar à linguagem e partilhar com outro uma nova experiência” (RICOEUR, 1994, p. 119). Retomamos a tríplice mimese a partir das considerações de Carlos Alberto de Carvalho (2012, p. 175):

Partindo de um mundo pré-configurado, a mimese I representa mais concretamente as dimensões éticas, o mundo social em sua complexidade; mimese II é o ato de configuração, a presença marcante de um narrador, mas também a mediação entre mimese I e mimese III, que corresponde à reconfiguração, momento que marca a presença ativa do leitor.

A relação entre os modos miméticos é importante por destacar o narrador e o leitor, o papel articulador entre os três modos miméticos. A mediação entre o narrador, a rua e as redes, a complexidade da narrativa que se propõe a ser completa com a leitura do texto, complexificada no contexto de uma sociedade em redes, porém essas redes devem ser pensadas como conceitos, no sentido que não tomam parte do processo individualmente, mas fazem parte do processo ao recriar novas condições

sociotécnicas. Trazemos para a pesquisa o objeto analisado para elucidar a proposta de desvelar, através do conceito de narrador-jornalista, categorias de discursos narrativos da Mídia Ninja através dos seus narradores, utilizando-se as nomenclaturas propostas por Ivana Bentes, Midialivrisimo e Midiativismo.

A Mídia Ninja, Narrativas Midiáticas Jornalismo e Ação ficou nacionalmente conhecida após a cobertura colaborativa das manifestações, após junho foram diversos os debates acerca da organização proposta, sobre o como e através de qual articulador a Mídia Ninja se organizava. Mesmo considerando os questionamentos relevantes cabe para a pesquisa a publicação de conteúdo publicada no *facebook* através da página titulada Ninja, entendendo-a como uma mídia online que corroborou para que as mídias independentes se destacassem nas Jornadas. No texto a seguir destacamos a apresentação da Mídia Ninja em sua página oficial<sup>6</sup> na *web*:

Uma rede de comunicadores que produzem e distribuem informação em movimento, agindo e comunicando. Apostamos na lógica colaborativa de criação e compartilhamento de conteúdos, característica da sociedade em rede, para realizar reportagens, documentários e investigações no Brasil e no mundo. (MÍDIA NINJA)

Para corroborar com o contexto analisado e objeto de estudo trazemos para a introdução da pesquisa diferentes contribuições, que se contrapõem e nos ajudam na análise proposta, como exemplo de mídia independente, a Mídia Ninja (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), que será trabalhada no decorrer da pesquisa, Ivana Bentes (BENTES. 2013, p. 15) discorre:

A Mídia Ninja fez emergir e deu visibilidade ao “pós-telespectador” de uma “pós-TV” nas redes, com manifestantes virtuais que participam ativamente dos protestos/emissões discutindo, criticando, estimulando, observando e intervindo ativamente nas transmissões em tempo real e se tornando uma referência por potencializar a emergência de “ninjas” e midialivristas em todo o Brasil.

No texto publicado para o Observatório da Imprensa, Muniz Sodré (2013) aprofunda os questionamentos:

---

<sup>6</sup> Disponível em: <https://ninja.oximity.com/partner/ninja/about>. Acesso em julho de 2015.

Por um lado, a Mídia Ninja apresenta características de empresa em nascimento: tem patrocinadores, espalha-se em rede, arrisca um vocabulário próprio e ataca as corporações de jornalismo, ou melhor, ataca nas ruas os supostos colegas de jornalismo. Isso é tática velha da competição em mercado, ainda que os jovens possam não se dar conta do fato: proclamando-se mídia nova, atacam a velha. Novo mesmo, porém, é o uso de *gadgets* eletrônicos e de redes sociais, além do envolvimento com os eventos. Resta determinar se o fenômeno é jornalismo inovador ou se é uma nova mídia velha.

Entre os dias 6 de junho e 30 de junho de 2013 foram realizadas diversas publicações e/ou postagens<sup>7</sup> no facebook, as publicações traziam informações de diferentes regiões do Brasil e tomaram proporção nacional após a violenta repressão policial durante as manifestações, “entraram em pauta as questões da polícia que protege e os direitos dos cidadãos de se manifestarem pacificamente contra atos de seus representantes” (ERTHAL, 2014, p. 05). Tomaremos para a pesquisa uma data, considerada das mais importantes pelos movimentos sociais e para as Jornadas, o dia 30 de junho no Rio de Janeiro, final da Copa das Confederações no Brasil, e através das narrativas expostas iremos aplicar o conceito de narrador-jornalista, e buscar entender através dos exemplos o perfil midiativista e/ou midialivrista definido por Ivana Bentes.

A página Ninja através do facebook, no dia 30 de junho de 2013, postou 24 publicações relacionadas as manifestações que ocorriam no Rio de Janeiro, as postagens eram acompanhadas de links e *hashtags* para que o público pudesse acompanhar as transmissões ao vivo através do seu *twitcasting*, no canal são 19 transmissões. Mais adiante analisaremos duas postagens no facebook e um vídeo no twitcasting. Podemos observar uma ordem cronológica nas postagens, que se iniciam pela manhã do dia 30. Porém das opções de compartilhamento, “curti” e comentários inseridos nas postagens as narrativas se tornam anacrônicas, resignificando constantemente os conteúdos veiculados. Retomando Ivana Bentes, a “experiência de tempo e espaço” potencializando o espaço entre as redes e a rua. A importância da

---

<sup>7</sup> Os conteúdos das postagens podem ser acessados pelo link <https://www.facebook.com/midiaNINJA?fref=ts>. Acesso: julho de 2015.



participação online nesse momento da voz ao enunciado do narrador, que possui caráter descritivo, como podemos observar no primeiro enunciado:

“Vocês estão aí e não tem nem dinheiro para pagar um ingresso da Copa” - Cerca de 11 mil homens estão destacados para conter as manifestações contra a Copa nesse domingo no Rio. Entre o contingente homens do Exército, PM e Força Nacional<sup>8</sup>”.

“O bairro da Tijuca, no Rio de Janeiro, foi tomado por manifestantes que resistem a diversas políticas que acompanham a vinda da Copa pro Brasil. Um perímetro de 3km ao redor do estádio do Maracanã - onde acontece o jogo da Seleção - está bloqueado para o acesso dos manifestantes e cerca de 11 mil homens compõem a força de Segurança do evento<sup>9</sup>”.

No segundo enunciado o narrador se permite dar mais algumas informações, a utilização do termo resistir, significa que os narradores que atuam no processo também estão resistindo. Outra vez podemos notar que os comentários não seguem uma ordem cronológica, atuam assim como atores no processo de circulação das narrativas. Entendemos o perfil de um narrador midiativista conforme proposto por Bentes, mas este narrador, presente nas postagens, se apresenta limitado se aproximando do discurso jornalístico tradicional na apresentação dos fatos. A ressignificação e produção de sentidos se dá com a aproximação do público, a narrativa e o narrador, se ausentam no texto ao se utilizar apenas do discurso descritivo, “os fatos já nos chegam acompanhados de explicações”.

“É o narrador quem observa e conta a história” (RESENDE, 2005, p 98). Ao propor o narrador-jornalista Fernando Resende nos deu aporte para entender o papel do narrador inserido nas Jornadas de Junho. Entre as 19 transmissões que se encontram atualmente no canal da mídia Ninja no twitcasting (realizadas no dia 30 de junho), destacamos a Live Gravada PEC 171 em BsB #14856162<sup>10</sup>, o narrador está

<sup>8</sup>O conteúdo pode ser acessado através do link: <https://www.facebook.com/midiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/199381126886707/?type=1&permPage=1>. Acesso em julho de 2015.

<sup>9</sup>O conteúdo pode ser acessado através do link: <https://www.facebook.com/midiaNINJA/photos/a.164308700393950.1073741828.164188247072662/199378300220323/?type=1&permPage=1>. Acesso em julho de 2015.

<sup>10</sup> Transcrição livre da autora. Disponível em: <http://us.twitcasting.tv/midianinja/movie/14856162>. Acesso em: julho de 2015.

imerso no protesto e conectado à rede, o qual descrevemos a seguir: no vídeo analisado o narrador começa seu relato informando que é momento mais delicado da manifestação, ao fundo ouvimos o som das balas de borracha, os manifestantes que estavam na linha de frente passando por repressão da tropa de choque e do batalhão nacional, que segundo o narrador os manifestantes tentaram o diálogo e mesmo assim foram fortemente reprimidos. As imagens iniciais focam os manifestantes e a tropa de choque. O narrador enfatiza que a repressão ocorreu com uma distância de menos de um metro, e que até os próprios policiais estavam nauseados devidos ao gás. Clima de tensão é relatado enquanto o narrador caminha entre os manifestantes e a polícia. A narrativa, que possui 19'43", avança e em um determinado momento (5'12") o narrador se posiciona:

“A gente tá na linha de frente aqui, ao vivo pela pós tv, mídia Ninja jogando pro mundo em tempo real, as manifestações de rua no Rio de Janeiro e no Brasil. São dias de coberturas e conteúdos produzidos em todos os lugares. Vocês que chegaram agora por favor divulguem, repliquem, isso é importante. Importante a gente dar o máximo de visibilidade para os fatos como eles são e não como eles chegam”.

O vídeo analisado chegou a ter 27.297 visualizações e picos de 10.074 conectados acompanhando online e em tempo real. Os usuários, assim como nas postagens no facebook, também podiam comentar, e por vezes davam informações ao narrador, se manifestavam politicamente, se indignavam com a repressão ou repudiavam os “ninjas”. A multiplicidade das vozes, já exposta aqui através da fala de Ivana Bentes, manifestantes virtuais que participam ativamente dos protestos/emissões discutindo, criticando, estimulando, observando e intervindo ativamente nas transmissões em tempo real e se tornando uma referência por potencializar a emergência de “ninjas” e midialivristas em todo o Brasil.

### **Considerações Finais**

As narrativas assumem um papel de mediação desde a sua construção, potencializando o social, ressignificando as redes e o modo como o leitor se utiliza das ferramentas que ela propõe, intervindo horizontalmente, ao também, “reconstruir

o arco das operações” conforme proposto por Ricoeur. O narrador ao se posicionar na cena do conflito e narrar os acontecimentos, à circular pelas manifestações ressignifica o seu papel, propondo uma nova partilha do sensível. Nas análises podemos ver uma mudança no caráter descritivo da informação para um relato ao vivo e em tempo real sobre os protestos, dos atores e sobre si mesmo, pois o narrador ao se posicionar na cena de conflito também fica exposto a todo tipo de ocorrência, como exemplo a repressão policial, bastante discutida nas Jornadas e mencionada pelas mídias independentes. Podemos considerar que ocorre a quebra do discurso jornalístico tradicional no ato de narrar, este que nasce nos “vários lugares que a vida acontece”, neste caso a rua. O narrador, além de ser um midiativista e/ou midialivrista torna-se um mediador ao construir novas conexões e interações entre o espaço da rua e das redes, aliando texto e imagem.

Narrador, midiativista e narrador-midiativista foram as três categorias possíveis nos contextos analisados e como podemos observar ocorre uma fusão entre eles, os discursos se aproximam, principalmente o representativo, sobre o papel do mesmo ao levar uma alternativa ao discurso da mídia tradicional, e se distanciam nos modos de narrar, tendo como exemplo mais significativo o narrador que adentra o espaço físico da rua.

Ocorreu uma reconfiguração nos modos de narrar as manifestações de junho, proporcionadas pela emergência das mídias independentes, o poder de organização e articulação através das redes também foi um marco importante, mas o registro, a memória, as significações proporcionadas pela construção dos relatos, da alteridade dos atores, são consideradas como fundamentais para entender o advento das mídias independentes. Ao trazer para a pesquisa o papel do narrador, propomos um caminho, que não é o único, para entender os discursos e situar as divergências e convergências entre a mídia tradicional e a proposta pelas mídias independentes. Devemos problematizar as narrativas, pois essas se propõem em produzir novas formas de narrar o cotidiano através de atores que permeiam o espaço do social e tendem a se

afastar do discurso tradicional, característico da grande mídia, construindo e dando sentido a novas possibilidades de narrativas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALDE, A. ; SANTOS, J. G. B.. As manifestações de junho: estratégia em rede para resistência civil. In: 23 Compós - Associação Nacional de Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2014, Belém. 23 Compós, 2014.

BENJAMIN, Walter. O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BENTES, Ivana. Estéticas Insurgentes e mídia e multidão. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p.330-343, maio 2014, <http://www.ibict.br/liinc>. Acesso em julho 2015

CARVALHO, Carlos Alberto de. Entendendo as narrativas jornalísticas a partir da tríplice mimese proposta por Paul Ricouer. Matrizes (USP. Impresso), v. 6, p. 169-188, 2012.

CAVA, B.; COCCO, G. Amanhã vai ser maior. O levante da multidão no ano que não terminou. São Paulo: Annablume, 2014.

CASTELLS, Manuel. Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet. Madrid: Alianza Editorial, 2012.

DIDI-HUBERMAN, Georges. Quando as Imagens tocam o real. Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFMG, 2008.

FARO, Mariana. Criação, vida e resistência nas ruas: biopolíticas das manifestações metropolitanas no Brasil In. CAVA, B.; COCCO, G. Amanhã vai ser maior. O levante da multidão no ano que não terminou. São Paulo: Annablume, 2014.

GONÇALVES, F. N. ; MARTINS, A. A. ; MENDES, Amanda . O documento como questão na fotografias de paisagem de Pedro David e Felix Thiollier. Revista Eco-Pós (Online), v. 17, p. 1-16, 2014.

HARDT. Michael. Junho Maldito. In. CAVA, B.; COCCO, G. Amanhã vai ser maior. O levante da multidão no ano que não terminou. São Paulo: Annablume, 2014.

MACIEL, Danielle E. F. *Midiativismo: entre a democratização e a assimilação capitalista*. Dissertação de Mestrado. São Paulo, ECA/USP, 2012.

MALINI, Fábio. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais* / Fábio Malini e Henrique Antoun. – Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003

MORAES, Dênis. *Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas*. In: *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. IX, n. 2, mayo – ago. / 2007. Disponível em: [http://www.movimientos.org/es/foro\\_comunicacion/show\\_text.php3%3Fkey%3D1037](http://www.movimientos.org/es/foro_comunicacion/show_text.php3%3Fkey%3D1037). Acesso em: julho de 2015.

MOTTA, Luiz Gonzaga. *Jornalismo e configuração narrativa da história do presente*. Compós. 2004, *Revista eletrônica e-compós*: <http://www.compos.org.br/e-compós>. Acesso em: julho de 2015

RANCIÈRE, Jacques. *A Partilha do Sensível*. São Paulo: Editora 34, 2009.

RESENDE, F. *O jornalismo e a anunciação: perspectivas para um narrador-jornalista*. In: *Revista Contracampo*. *Revista do Mestrado em Comunicação*. Niterói, Universidade Federal Fluminense, v.12, 1º semestre de 2005. Disponível em: <http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/issue/view/19>. Acesso em: julho de 2015.

RICOEUR. Paul. *Tempo e Narrativa*. Tomo I. Campinas: Papirus, 1994.

SODRÉ, Muniz. *A velha Nova Mídia*. In: *Observatório da Imprensa*, 2013. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a\\_velha\\_nova\\_midia](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_velha_nova_midia). Acesso em: julho de 2015.

## SITES CONSULTADOS

[ninja.oximity.com/](http://ninja.oximity.com/)  
[us.twitcasting.tv/midianinja](http://us.twitcasting.tv/midianinja)  
[www.facebook.com/midiaNINJA?fref=ts](https://www.facebook.com/midiaNINJA?fref=ts)  
[www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)



## **Passeata ou Parada? <sup>1</sup>**

Potência política nas práticas comunicativas de mobilizações LGBT

Gisele Santanna Paris <sup>2</sup>

Tatiana da Silva Lima <sup>3</sup>

### **Resumo**

Com quase duas décadas de existência, a Parada do Orgulho LGBT do Rio de Janeiro é a mais proeminente estratégia de manifestação da comunidade LGBT, onde práticas comunicativas desempenham o papel de visibilizar o movimento como estratégia política. Na edição de 2014, a data do evento foi adiada, segundo a organização, por conta de um atraso no recebimento de verbas da prefeitura. Parte do movimento LGBT discordou da decisão do adiamento alegando que para exigir direitos, não se necessita de dinheiro. Essa dissensão motivou a construção de outro formato de mobilização intitulada “Nova Parada LGBT do Rio”, sem o uso de trios elétricos e contando com os próprios corpos dos participantes. Dessa forma, busca-se analisar a forma de construção dessas mobilizações LGBT, bem como a discussão sobre sua politização e suas vertentes como movimento social.

### **Palavras-chave**

Práticas comunicativas; visibilidade; mobilização social; Parada LGBT;

### **Introdução**

Completando vinte anos de existência de Paradas do Orgulho LGBT no Brasil, é possível identificar que o processo de construção do evento apresenta aspectos grupais e individuais, nos quais há expectativas sociais dos participantes a respeito de si e do outro. O evento é uma mobilização para além dos conflitos externos entre alguns grupos da sociedade e o público LGBT. Observa-se a existência de demandas, posturas, modelos de comunicação e compreensões de luta discordantes entre os próprios integrantes da comunidade LGBT. Principalmente, acerca da politização do movimento ou do modelo a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pelo PPGCOM da UFRJ.

<sup>3</sup> Mestra em Comunicação pelo PPGCOM da UFRJ.

ser adotado como estratégia de visibilidade da Parada do Orgulho LGBT na cidade do Rio de Janeiro, produtora ou não de representação social. Para alguns, o modelo festivo de Parada é uma oportunidade de exercício de participação política. Para outros, esse mesmo aspecto festivo, partindo de uma visão de seu aspecto lúdico, de celebração ao orgulho LGBT, denota uma falta de comprometimento político.

A edição de 2014 da Parada LGBT do Rio, agendada inicialmente para o dia 14 de setembro, foi adiada para dia 16 de novembro pela instituição organizadora, a ONG Arco-Íris, tendo como justificativa o não cumprimento da prefeitura com a liberação de verbas, previamente aprovadas. Para a organização, o investimento viabiliza ações como programação cultural, oficinas, ações de vacinação, de teste de HIV, entre outras, que geram a repercussão necessária à causa. Em entrevista à imprensa, os responsáveis concluíram ser “melhor a parada acontecer depois das eleições, para que os candidatos não se aproveitem do evento para se promover”.

A publicação nas redes sociais do Grupo Arco-Íris sobre o adiamento do evento gerou muitos comentários de indignação de participantes e agentes de excursões de outros estados do Brasil, que já haviam se programado para a data. A queixa principal foi sobre a instituição ter divulgado a realização do evento desde 23 de junho, e definir pelo adiamento com apenas duas semanas de antecedência, o que gerou alguns prejuízos com cancelamentos e adiamentos de passagens e estadias, por exemplo. Alguns comentários reclamavam sobre o adiamento da Parada do Orgulho LGBT do Rio ser uma prática recorrente.

Essa dissensão deu origem ao manifesto de parte da comunidade LGBT e a convocação de outra marcha para o feriado de 12 de outubro de 2014, também em Copacabana e com o mesmo percurso da parada oficial, sendo denominada como *1ª Nova Parada LGBT do Rio*. Diferentemente da tradicional Parada vista ao longo dos anos na orla de Copacabana, os participantes não fizeram uso de trios elétricos e grandes equipamentos de som, assim como não prestaram serviços de orientação e saúde. O modelo de mobilização adotado foi o de passeata, contando apenas com uma bicicleta de som, cartazes e os próprios corpos dos 300 participantes.

Os coletivos que aderiram ao manifesto e apoiaram a realização da *I Nova Parada LGBT do Rio* alegavam que a exigência de direitos e a luta pela visibilidade da comunidade não poderia ser engessada à falta de verbas ou apoios públicos. Em convocação na rede social *Facebook*, os organizadores explicavam sua posição:

Em 2014, a Parada Gay seria realizada em pleno período de eleições presidenciais (!!!), mas um "atraso no recebimento de verbas" pela organização adiou o evento para novembro. Certos de que não é necessário ter dinheiro para exigir direitos, munidos de uma bicicleta de som e nossos próprios corpos, convocamos todos e todas para a I Nova Parada LGBT (aspas e grifo deles).

Caso fosse cumprida a data prevista (14/09/2014), a Parada do Orgulho LGBT do Rio antecederia em cerca de vinte dias a eleição em 1º turno no país para a Presidência da República, Governado do Estado, Senado e Câmara dos Deputados na esfera federal e estadual, que ocorreu em 5 de outubro. Com o adiamento da Parada LGBT para 16 de novembro, na compreensão de parte do movimento, a potência política da Parada foi enfraquecida. Uma vez que a oportunidade da cobrança por um posicionamento político de candidatos e partidos em relação às pautas da comunidade LGBT, não estariam mais suscetíveis às pressões da opinião pública, em virtude do término do período eleitoral encerrado em novembro.

Antes de discutirmos sobre a politização não só do formato do evento, mas do próprio movimento LGBT, compreendemos ser necessário conceituar tanto política como participação política, em virtude da multiplicidade e amplitude de sentidos que esses termos podem assumir.

Segundo o jurista Dalmo de Abreu Dallari, “política é a conjugação das ações de indivíduos e grupos humanos, dirigindo-as a um fim comum” (DALLARI citado por RESENDE, 2001, p.86). Para o autor, participação política é a ação ativa sobre problemas de natureza política que afetam determinado grupo ou comunidade, cujos participantes sofrerão as consequências, ainda que possam vir a repercutir também na sociedade. Colaborando com a concepção de que a ordem social é construída por sujeitos que formam a sociedade e por esta mesma razão, são passíveis de mudança, “os indivíduos não devem ficar em atitude passiva, deixando as decisões para outros, porque correm o risco de que outros acabem dominando, sem resistências.” (DALLARI, 2004, p.33).

De forma a garantir essa participação, o artigo 5º da Constituição Federal de 1988 destaca, dentre outros itens, direitos fundamentais e relacionados ao exercício da cidadania, como a liberdade de associação sem interferência estatal e a liberdade de reunião em locais públicos. Com isto, entendemos que a participação política não se restringe apenas à administração direta, mas também, e principalmente, a espaços alternativos como ONGs, coletivos e outros tipos de associações onde se estabelecem os diálogos, os debates, combatendo ainda o aspecto de baixa adesão e conscientização política, apontado como uma fraqueza. São esses espaços que permitem a discussão e compreensão das relações que ocorrem entre as esferas públicas e privadas de poder, e onde o indivíduo será capaz de influenciar nos processos de construção que ocorrem na política nacional, consolidando a existência da dimensão argumentativa (MAFRA, 2008).

O movimento LGBT começa a se mostrar mais definido a partir da abertura política ocorrida no fim dos anos 70, fase conhecida como a primeira onda. Como nos aponta Green (2000), entre 1978 e 1979, instala-se a fase de politização do movimento, quando:

uma dúzia de estudantes, escriturários, bancários e intelectuais de classe média baixa reuniam-se semanalmente em São Paulo. Indo de apartamento em apartamento, sentando no chão por falta de móveis suficientes, eles planejavam o futuro da primeira organização pelos direitos dos homossexuais no Brasil. As reuniões se alternavam entre sessões de conscientização e discussões. (GREEN, 2000, p. 273).

Dessa forma, podemos compreender este esforço como certo tipo de associação em que pessoas comuns inconformadas com a realidade de repressão, que o cotidiano lhes impunha, engajaram-se em formas de se associar, constituindo um espaço no qual podem trocar materiais de leitura, refletir sobre suas impressões, e debater questões que afetam a todos.

Esses primeiros passos foram vitais para que os envolvidos se tornassem um grupo de ativistas políticos, ampliando as temáticas para além da sexualidade, contemplando também questões sobre discriminação social, artes, ecologia e machismo. Ao expandir as temáticas, desenvolveram não só o poder do grupo, que seria a semente de uma das

primeiras organizações posteriormente denominada “Somos: Grupo de Afirmação Sexual”, como a importância da sua participação política, inserindo-se em debates de universidades públicas, ainda no ano de 1979 (GREEN, 2000, p.274).

Guardadas as devidas proporções e considerações de temporalidades diferentes, esta forma de participação política, e frutífero campo de formação de ativistas, tem extrema semelhança com as práticas de atuação da ONG Arco-Íris na atualidade. Por meio da promoção de encontros abertos ao público, com temáticas variadas, a instituição objetiva disseminar informações de conscientização e cidadania e exaltar a importância de práticas permanentes da negociação de diferenças e interesses no espaço público, para o benefício da comunidade LGBT, entre elas, a Parada LGBT.

Em meio a um ambiente mais politizado, o movimento LGBT trouxe para o Brasil o formato daquela que ainda é, atualmente, a principal e mais proeminente estratégia de manifestação usada no mundo: a Parada do Orgulho LGBT. Uma construção simbólica que desempenha o papel de dar visibilidade ao movimento, conforme definido por sua estratégia política. A ideia é chamar a atenção da sociedade, facilitando a inclusão de temas políticos nas pautas de discussão do poder público, de acordo com Prado e Machado (2007):

As Paradas, como evento estratégico da visibilidade homossexual, interpelam os mecanismos sociais e institucionais de inferiorização social e discriminação sofrida pela população homossexual na sociedade brasileira, transformando a condição de vida dessa população em tema público de discussão, debate e reflexão para o Estado e para a Sociedade Civil. Nesse sentido, a “Parada GLBT” tem se revelado uma importante ação coletiva de cunho político, enquanto instrumento de participação social e política de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transgêneros na sociedade contemporânea. (PRADO e MACHADO, 2007 citado por Guimarães, 2012, p. 22 ).

Assim sendo, fica identificável o conceito de participação política apresentado por Dallari (2004) nas Paradas LGBT, pois embora existam os mais diversos motivos para se participar de um evento que exalte a diversidade, elas conjugam as ações de indivíduos e grupos em torno de uma finalidade comum: o combate à discriminação e à violência a que alguns grupos pertencentes a minorias estão expostos.

### **Uma Nova Parada LGBT no Rio**



Ainda que os militantes concordem no propósito de exaltar a diversidade e alcançar visibilidade pública, o conflito de opiniões entre eles, no modo de comunicar suas reivindicações, evidencia-se por meio da realização do evento *I Nova Parada LGBT do Rio* de 2014. Realizado em um domingo (12/10/2014), a mobilização se concentrou no posto 6 de Copacabana, com vários participantes reunidos para elaboração de cartazes. Os materiais foram disponibilizados fartamente para quem desejasse participar da confecção de cartazes. É uma ação que se tornou comum em atos públicos, chamada pelos ativistas de oficinas. A ideia é congregar valores e aglutinar forças, engajando-se na elaboração dos discursos em prol da luta mobilizada.

Grande parte do público jovem trocava peças de fantasias, arcos, capas e se enfeitava com bandeiras, trajes nas cores do arco-íris – representação simbólica da diversidade para a comunidade LGBT. Membros de instituições religiosas carregavam também *banners* com frases de apoio à diversidade. Uma bicicleta com uma caixa de som de alcance bastante limitado, embalava a animação do público até a abertura da passeata, que contou com uma média de 300 participantes.

Antes do início da caminhada, o humorista Rafael Puetter, conhecido como Rafucko, que apelidou a si próprio como “ditador gay<sup>4</sup>”, empunhou um megafone e convidou personagens, com máscaras brancas e roupas caracterizados como Aécio e Dilma, representando os candidatos à Presidência da República, que disputariam o segundo turno das eleições, para ao seu lado, ouvirem o pleito do manifesto proposto:

Criação de uma lei que regule o casamento civil igualitário, sem meias palavras. Criminalização da homofobia com penas sócio-educativas para agressões verbais e atos discriminatórios, e agravamento de pena para crimes de lesão corporal e homicídio, sem meias palavras. Legalização do aborto pelo SUS e políticas de facilitação do parto em casa, sem meias palavras. Distribuição de material para prevenção do HIV, da homofobia e da violência contra a mulher em todas as escolas do Brasil, sem meias palavras. Programa mais trans, criação de políticas públicas para promoção da qualidade de vida para pessoas trans, como a aprovação da lei João Nery, sem meias palavras. Libertação imediata dos mamilos femininos, peito de fora não é ato obsceno, sem meias palavras. Reforma tributária e

---

<sup>4</sup>O apelido “ditador gay” foi escolhido em razão do deputado Marco Feliciano ter publicado em seu perfil no *Facebook* a frase “Vivemos a ditadura gay”, quando o candidato Levy Fidélis foi condenado por homofobia.

religiosa, tributação fiscal de toda instituição religiosa, sem meias palavras. Plena igualdade entre casais hetero e homossexuais no processo de adoção de crianças, sem meias palavras. (Manifesto Nova Parada LGBT, 2014)

Terminada a leitura do manifesto, iniciou-se o ato chamado de “sambada na cara dos bonecos de Levy Fidelix<sup>5</sup> e Silas Malafaia<sup>6</sup> e abraço corretivo no Paulo Gustavo<sup>7</sup>”. As imagens de Levy e Malafaia foram espalhadas pelo chão e o público convidado a dançar pisando em cima das fotos para protestar contra o pensamento homofóbico. A parte do ato relacionada ao “abraço corretivo no Paulo Gustavo” não se concretizou explicitamente. A imagem de seu rosto estava presa ao corpo de uma caveira cor de rosa em um tridente de plástico, empunhada por um participante.

O público se aglomerou na pista levantando os cartazes atrás de uma grande faixa amarela, exibida na frente, com a frase “Somos a rede social”, demonstrando a concretização de uma ação que teve início e convocação por meio das redes sociais, e ganhou adesão, forma de passeata e expressão pública.

Em alguns momentos, cruzavam a passeata pela calçada, a pé, caminhando na direção contrária, pessoas gritando palavras de ódio (atos de homofobia) que eram invariavelmente ignoradas. A estratégia de visibilidade adotada pelo movimento LGBT em busca da igualdade de direitos rompe as barreiras do privado e ocupa o espaço público. Atitudes de expressão ampliada das minorias, como no caso de uma passeata ou Parada, costumam gerar medo e reações contrárias em busca da manutenção do *status quo*, que vão desde “campanhas de retomada dos valores tradicionais da família até manifestações de extrema agressão e violência física, como o homicídio daqueles que, para eles, lhes sejam ameaçadores, embora ‘apenas’<sup>8</sup> no plano simbólico” (SILVA,

<sup>5</sup> O primeiro é ex-candidato à presidência pelo PRTB e foi derrotado no primeiro turno. Foi condenado a pagar multa no valor de um milhão de reais, por danos morais, em decorrência de declarações realizadas durante o debate eleitoral na televisão, em que associou a homossexualidade à pedofilia, afirmando que gays precisavam de atendimento psicológico.

<sup>6</sup> Apesar de não ter cargo político, o pastor Silas Malafaia, é aliado da bancada evangélica, que prega também o pensamento de que a orientação sexual de LGBTs deve ser tratada por psicólogos.

<sup>7</sup> Paulo Gustavo é humorista e ator. Assumidamente homossexual, fez críticas à comunidade e a Parada LGBT.

<sup>8</sup> Segundo o autor, ‘apenas’ é somente uma figura de retórica, pois a violência simbólica é real, é injuriosa e tem poder no processo construtivo da identidade (SILVA, 2006, p. 69).

2006, p. 69). Em algum grau, atos de homofobia surgem quando alguma manifestação LGBT se apresenta, confirmando a possibilidade apresentada pelo autor.

Outra análise para esse tipo de atitude homofóbica, segundo Toro e Werneck (1996), é a da destruição por incompreensão. Uma mobilização social é uma oportunidade de congregar pessoas que se dispõem a contribuir para a construção de um interesse compartilhado, que passa a ser de todos. Quando esse interesse exclui alguém, esse alguém não irá se comprometer e vai buscar atacar, desestimular e destruir o movimento e a disposição dos outros para agir. (TORO & WERNECK, 1996, p.21)

Durante a caminhada, abordamos alguns participantes buscando respostas sobre as razões da existência de uma *Nova Parada*, como denominado na convocação, e sobre a diferença na politização do formato. A temática quanto ao aumento do conservadorismo e o combate à homofobia surgiram em diversas entrevistas. Ao perguntar a um homem de 25 anos sobre a politização do movimento que estava acontecendo, em relação à parada oficial, ele respondeu:

Tô (sic) achando esse aqui mais politizado. Eu não achava a outra parada ruim, como muitos gays até falavam: “Ah, que isso aqui (a Parada Oficial) é só festa!”, porque o carnaval hétero também é festa, enfim, só a festa também valeria a pena. Mas aqui acho que tá com uma força maior nas pautas, na discussão da mensagem, acho que tá rolando mais. Se não fosse já valeria, mas não, tem esse discurso também.

Uma jovem de 25 anos levantava um cartaz onde se lia “O conservadorismo aumentou e a resistência também – Movimento de Mulheres Olga Benário RJ”. Questionada sobre a razão de participar e a necessidade de aumentar a resistência, disse:

Eu vim participar porque eu acho que o movimento de mulheres também tá nessa luta não só pela igualdade de gênero, mas pela liberdade sexual também, igualdade de direitos para todos os gêneros.

E por que você veio participar dessa Nova Parada LGBT?

Porque a outra parada, ela é uma parada que não tem um caráter tão político quanto tá tendo essa agora. É uma nova parada porque tem um caráter mais político, e não só de festa e não é aparelhada pelo governo, você vê a maioria das pessoas que tão(sic) aqui são militantes independentes, militantes que fazem a luta. A desculpa da outra parada pra não ter foi pela falta de verba e o que eu acho assim é que, como tava (sic)

escrito na descrição do evento, da ideia da nova parada é que não precisa de dinheiro, a gente não precisa de dinheiro para exigir direitos. Os movimentos sociais historicamente foram movimentos sem apoio financeiro, com pessoas independentes movimentos populares independentes, e a gente tá (sic) na rua, a rua é pública e a rua é o lugar que a gente tem que tá (sic) para tá (sic) exigindo esses direitos, sem necessidade de ter apoio de algum governo, de algum político ou de algum órgão específico que dê dinheiro.

Por que ela está mais politizada? Só porque não tem dinheiro da verba? Qual é a questão exatamente?

Nessa nova parada foi construído um manifesto junto com vários movimentos com a nossa pauta exigindo direitos e politizando esse evento porque a gente vê que o conservadorismo nessas eleições aumentou muito no senado, tanto a bancada evangélica quanto a bancada ruralista e, em contrapartida, a resistência também aumentou. A gente não acha que tem que esperar o segundo turno passar pra poder vir pra rua exigir direitos, eu acho que esse é o momento de tá (sic) na rua, pra avisar pra esses políticos que a gente não vai ficar em casa esperando eles decidirem da cabeça deles o que é melhor pro gay, pra mulher, pro travesti, enfim, nós somos pessoas e a nossa voz tem que ser ouvida. Nunca as pessoas ganharam direitos, nunca na história da luta dos movimentos sociais os trabalhadores ganharam direitos de graça, pela boa vontade, pela benevolência do Estado e dos seus braços, seus políticos e etc. É por isso que vir pra rua é fundamental. A sociedade conservadora precisa ser confrontada também, as pessoas têm que tá (sic) na rua pintadas, as pessoas tem que tá (sic) na rua sim, as mulheres com os seios de fora. Por que que o homem pode andar sem camisa e não é estupro na rua, e a mulher se andar sem camisa é estupro? Porque é crime, o corpo da mulher é criminalizado o tempo todo, pelo Estado, pela sociedade, e a gente tem que tá (sic) na rua chocando mesmo, tanto as pessoas quanto os governos, e outros movimentos que não são presentes, mas que deveriam. Enfim, eu acho que a rua é o espaço historicamente de luta. As lutas se construíram na rua e os direitos foram conquistados historicamente, nunca foi dado nada de mão beijada pra ninguém.

Como disse o deputado estadual Carlos Minc (PT), ao convocar o público a lutar contra o preconceito, durante discurso de abertura do desfile da Parada LGBT de 2014: “Tremei reacionários e conservadores. A sociedade vai dar uma resposta a esse ódio. E essa resposta sempre será o povo nas ruas, pedindo mais liberdade e amor”.

A questão de realização do evento antes do segundo turno das eleições, como citado também na resposta anterior, destaca-se como força convocatória urgente para o posicionamento dos candidatos e, em algumas falas, apresenta um pouco de desconfiança, como para este participante de 30 anos:

Acho que por causa da intenção principal da parada, que é um manifesto pros políticos se posicionarem, porque como a verba não saiu pra fazer a parada, eu acho que foi muito conveniente por causa do segundo turno, então o fundamento do manifesto é esse, para que os políticos se posicionem a favor das causas homossexuais.

E como você acha que esse tipo de movimento pode trazer essa resposta?

É pra trazer visibilidade mesmo. Se colocar na agenda política na verdade. Existe uma necessidade do movimento, e não só no movimento, mas de todo homossexual que sofre preconceito, que sofre violência, que ele quer medidas e políticas públicas que possam fazer com que ele não sofra mais isso, que ele possa ser tratado igual. Então é uma necessidade que a gente sente na verdade de fazer isso antes das eleições, pra que haja uma conscientização, e sobre a nossa importância também, a importância de existir, dessa necessidade de respeito da igualdade, de respeito da diversidade. Então é isso, a gente tá nessa.

Um dos organizadores do evento, o ativista LGBT Rafucko, buscou adotar um discurso de conciliação, defendendo a existência das duas paradas na cidade, mas criticou o adiamento da Parada LGBT oficial, afirmando que:

A gente combinou que o manifesto é a única fala que tem. Ninguém tá(sic) autorizado a falar pela parada. Vou te explicar o que tá(sic) no manifesto. É que a Parada do Rio foi adiada por falta de verba de patrocinador, e essas pessoas se reuniram pra mostrar que não precisa de dinheiro para pedir direitos. A gente fez 8 pautas unindo várias lutas de liberdade ao próprio corpo, da mulher, da trans, dos gays e lésbicas, e trouxe pra cá, e nesse momento tão importante que é a eleição sabe, segundo turno, tão pautado pela homofobia essa eleição, então a gente achou que era importante marcar posição. Na história do mundo quantas manifestações existiram e que não precisaram de verba?

Ao ser questionado sobre por que ele acha importante, nos dias de hoje, uma manifestação que não tenha recursos, o organizador explica a escolha do tema da Nova Parada:

Eu acho que é mais fácil dela ser direta ao ponto, porque a gente tem hoje, enfim, não só em parada gay, política, todo o espectro sempre tem dinheiro envolvido, tem uma meia palavra, e esse é o *slogan* que a gente escolheu: Sem meias palavras. E acho que uma coisa importante pra essa independência é não depender de ninguém, seja de dinheiro, de apoio, de patrocínio, por isso que é cada um por si, cada um chama quem quiser, cada coletivo se organiza, vem, tipo, eu vim como Rafael.

Dois amigos de 40 anos com barbas e adereços também explicam a razão de participarem da Nova Parada e como compreendem sua politização:



Acho que tudo isso aqui é o intuito político da reivindicação dos direitos, principalmente isso. Por isso que eu acho que hoje teve essa parada, que em termos foi fictícia, pra trazer mais o intuito político do que a brincadeira em si na rua. Essa é minha interpretação. A parada oficial já se tornou uma grande festa há muito tempo, então tem música, tem dança, não tem uns cartazes na rua, não tem a reivindicação mais tão evidente como tá tendo aqui hoje.

Estou lendo no seu cartaz a frase “O cartaz tem clamor”. O que isto quer dizer?

Pra fazer ser visto, fazer ser ouvido também. O cartaz tem a frase de impacto, o clamor. Mas eu acho que todos os movimentos são importantes, a parada oficial, as paralelas, porque descentralizar é fortalecer, quando você descentraliza você pulveriza e você entra no meio das pessoas e todo mundo te ouve, é isso que é importante, ser ouvido quanto mais vezes puder, a maior quantidade de pessoas possível.

Um casal empurrando um carrinho de bebê caminha junto com a passeata. Pergunto ao homem, 35 anos, por que decidiu participar.

Porque eu participei em várias, a verdade é que eu não morava aqui no Rio antes, eu morava em Paris e sempre participava lá, e é a primeira vez que eu tô (sic) participando nessa aqui. Me parece mais esperto participar nessa que, justamente fala que não se precisa de dinheiro para reclamar por direitos, do que na outra. A de Paris, em relação a essa é muito maior. Eu acho que tem facilmente de 500 mil a 1 milhão de pessoas. É um negócio muito festivo, muito mais do que político. Lá na França, às vezes é muito despolitizado mesmo.

O que você entende por ser despolitizado?

Coisas assim tipo, de não pautar questões que tavam(sic) óbvias, evidentes. Eu lembro que em época de eleições eles diziam: que ganhe o partido socialista, que ganhe o Sarkozy é a mesma coisa pra gente porque os dois se comprometeram com certas coisas. Então, de pensar isso, só de um lado de aquisição de direitos, mas não se vê questões em benefício do trabalhador, por exemplo. Então era mais da festividade. Momentos em que tinham ocorrido crimes homofóbicos, semanas antes, que não eram citados durante a marcha. Muitos dos carros são de boates gays na verdade. Bancam muito mais do que as organizações, mesmo quando são as organizações que abrem o evento.

Considerando as críticas ao formato espetacular da Parada LGBT, de valorização à festa, esta natureza descontraída também é parte de uma estratégia de comunicação, como nos mostra o depoimento de uma ativista do Grupo Corsa, lembrando as raízes do ato

aqui no Brasil, a respeito da construção da 1ª Parada do Orgulho GLT (sigla da época), em São Paulo:

(...) A nossa discussão ficou entre passeata e parada. Mas a questão da passeata tem uma conotação política muito forte, assim, e, apesar do evento ser político, ele não é só político. Tem todo um lado de festa, de alegria, de brilho, que está aí, está paralelo. E é até uma forma de mostrar para a sociedade como a gente vive bem a vida e não tem problemas assim existenciais com relação à orientação sexual. E seria, também, uma coisa que afugentaria muita gente, imagina: ‘Vou a uma passeata gay’ (FACCHINI, 2005 citado por Guimarães, 2012, p. 89).

Com a possível reconstrução da cidadania no país, após as eleições indiretas de 1985, a militância, que até então trabalhava em projetos de transformação social, passou a focar os direitos civis. Essa mudança se deu pelo surgimento da Aids, que fez com que as leis e as ações junto às políticas de combate a esta doença se transformassem nas questões mais importantes. Nesse período, começa uma aproximação entre as organizações da sociedade civil e o governo, que passa a financiar projetos para políticas de prevenção e combate à doença, consolidando a proposta de comunidade, e fortalecendo o ideal de identidade sexual (PARKER citado por SILVA, 2006).

Ainda na década de 80, o Brasil viveu seu mais rico período de discussões sobre cidadania, que ocorreram durante os trabalhos da Assembléia Nacional Constituinte finalizada em 1988. Nessa época, representantes dos diversos movimentos sociais, dos trabalhadores urbanos e rurais, das entidades de classe, do empresariado e de diversas parcelas da população se mobilizaram, em busca de colocar na agenda constituinte suas reivindicações.

Esse novo cenário pode ser apresentado como o que apresentou às novas gerações o que era a democracia. Toro & Werneck (1996, p. 9) a definem como uma ordem social que “se caracteriza pelo fato de suas leis e suas normas serem construídas pelos mesmos que as vão cumprir e proteger”, considerando a democracia uma ordem autofundada, que não pode ser imposta, “devendo ser quotidianamente construída”. Surge pela decisão de uma sociedade que, a partir de uma união de propósitos e do respeito às diferenças, acredita na possibilidade de sua criação. Ao descobrir que a construção da sociedade depende de suas escolhas e suas vontades, assumindo que têm nas mãos o seu destino, as

pessoas podem transformar a democracia em realidade. Partindo deste conceito de democracia, os autores percebem o cidadão como “a pessoa capaz de criar ou transformar, com outros, a ordem social e a quem cabe cumprir e proteger as leis que ele mesmo ajudou a criar” (TORO & WERNECK, 1996, p. 10).

Embuídos de sua própria força, consciência de direitos e compreendendo o quão fundamental era a construção de resistências dentro de uma democracia, o movimento homossexual passou a ter uma atuação mais política, com foco na busca por cidadania. Em seu livro *Sopa de Letrinhas? Movimento Homossexual e a Produção de Identidades Coletivas nos anos 1990*, Regina Facchini relata como os grupos que compõem o movimento homossexual buscaram definir e se guiar por suas siglas, uma vez que elas orientavam suas ações e representavam suas bases teóricas e políticas, revelando “processos de construção e reconstrução de identidades coletivas, as implicações que elas têm em termos de inclusão ou exclusão de comportamentos aos indivíduos que poderiam ser alvos da ação do movimento.” (FACCHINI, 2005, p.272).

Como tanto a faceta de mobilização social, como o frequente desempenho político do movimento LGBT brasileiro ainda são pouco conhecidos do público em geral, as Paradas LGBT, através de seu aspecto festivo simulam as celebrações carnavalescas, e são vistas como menos “aborrecidas”, proporcionando aos militantes uma forma de ampliar seu espaço social e político, e de questionar a ordem estabelecida enquanto expressam suas reivindicações. Ambos formatos sendo paradas ou passeatas se retroalimentam, como na compreensão de um homem de 30 anos, participante da Nova Parada:

Porque a parada é muito mais um movimento político do que simplesmente um evento, então como a parada esse ano foi mexida, por motivos políticos, essa aqui foi organizada justamente para lembrar dessa razão, de ter a parada. É igual ao movimento oficial, só que o que acontece, quem não ficou satisfeito com essa ideia, de adiar a parada, tá vindo aqui também. Fortalece. Agregar sempre é bom. Dividir é que não pode.

Isso fortalece a opinião dos organizadores da Parada do Orgulho LGBT do Rio, que, ao levar um grande público à orla de Copacabana no evento realizado em 2014,

reforçam o entendimento de que a Parada é sim um ato político, como afirma a representante do Grupo Arco-Íris, organizadora do evento, em entrevista:

Se imaginarmos que ainda há uma grande parcela de LGBTs que vive escondida nos guetos e neste dia está se mostrando, andando de mãos dadas ou se beijando, isso prova o caráter político do evento. Fala-se em carnavalização, mas o carnaval também reivindica. (VANINI, 2014).

Ao instaurar estratégias de espetacularização e práticas de festa, as Paradas visibilizam os aspectos de mobilização social e luta política das minorias, ao mesmo tempo em que, enquanto passeatas, mantêm seu caráter político e reivindicatório. Isso é reforçado pela visão de Silva (2006), que entende que o aspecto político continua presente no evento, tendo ocorrido apenas uma reestruturação na forma de manifestação política, com a aproximação da festa à política, prática até então impensável.

Ainda assim, podemos descrever ambos os formatos de passeata ou Paradas como acontecimentos de cunho político, que mesmo com diferentes percepções por parte do público têm como principal objetivo expandir a visibilidade de parcela da população que se reconhece como LGBT, compondo um processo maior de mobilização social, manifestando seu desejo por mudanças sociais na construção das identidades de gênero e, ao mesmo tempo reivindicando seu lugar na ordem social existente, cotidianamente.

### **Referências bibliográficas**

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da república Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

DALLARI, Dalmo de Abreu. *O que é participação política*. São Paulo: Brasiliense, 2004. p. 33.

FACHINI, Regina. *Sopa de Letrinhas? Movimento homossexual e a produção de identidades coletivas nos anos 90: um estudo a partir da cidade de São Paulo*. 28/06/2002. 245 folhas. Dissertação – Universidade Estadual de Campinas. São Paulo, 2002.

GREEN, James N. *Além do carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX*. São Paulo: Editora UNESP, 2000.

GUIMARÃES, Juliana D. A. *Minorias e discurso na esfera pública digital: o caso da Parada Gay*. 28/02/2012. 159 folhas. Dissertação – PUC Rio. Rio de Janeiro, 2012.

RESENDE, Ênio. *Chega de ser o “País do Futuro”*: Novos paradigmas para resolver o Brasil. São Paulo: Mescla Editorial, 2001. p. 86.

MACHADO, Frederico V. & PRADO, Marco Aurélio M. Visibilidade, Sexualidade e Cidadania na Parada do Orgulho GLBT de Belo Horizonte. *Anais do II Seminário Nacional Movimentos sociais, participação e democracia*. UFSC, 2007. p. 22.  
Disponível em: <[http://www.sociologia.ufsc.br/npms/frederico\\_viana.pdf](http://www.sociologia.ufsc.br/npms/frederico_viana.pdf)>. Acesso em 01 de fev. 2014.

MAFRA, Rennan. *Entre o espetáculo, a festa e a argumentação*: mídia, comunicação estratégica e mobilização social. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2008.

MARTINS, Felipe. Parada em Copacabana cobra de Dilma e Aécio ações para LGBTs. Disponível em: <<http://blogs.odia.globo.com.br/lgbt/2014/10/12/parada-em-copacabana-cobra-de-dilma-e-aecio-acoes-para-lgbts/>>. Acessado em 23 jun. de 2015.

O POVO Online. Marco Feliciano se posiciona sobre condenação de Levy Fidelix. Redação O POVO, 17 mar 2015. Disponível em: <<http://www.opovo.com.br/app/maisnoticias/brasil/2015/03/17/noticiasbrasil,3408503/marco-feliciano-se-posiciona-sobre-condenacao-de-levy-fidelix.shtml>>. Acessado em 13 jun. 2015

SILVA, Alessandro S. da. *Marchando pelo Arco-Íris da Política*: a Parada Orgulho LGBT na Construção da Consciência dos Movimentos LGBT no Brasil, Espanha e Portugal. 21/08/2006. 636 folhas. Tese – PUC São Paulo. São Paulo, 2006.

TORO, José B. & WERNECK, Nísia M. D. *Mobilização Social*: um modo de construir a democracia e a participação. UNICEF - Brasil, 1996.

VANINI, Eduardo. Público de Parada LGBT toma orla para cobrar políticas públicas e o fim da homofobia. Jornal O GLOBO, 16 nov 2014. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/publico-de-parada-lgbt-toma-orla-para-cobrar-politicas-publicas-o-fim-da-homofobia-14576917>. Acessado em 12 de jul de 2015.

WREDE, Catharina. Ativistas do Pink Blocs questionam adiamento e marcam parada gay para domingo. Jornal O GLOBO, 07 out 2014.  
Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/rio/ativistas-do-pink-blocs-questionam-adiamento-marcam-parada-gay-para-domingo-14165721>>. Acessado em 12 jul. 2015.



## **Fragmentos de um acontecimento:<sup>1</sup>**

A rede e as imagens insurgentes no filme *20 centavos*

Gustavo Padovani<sup>2</sup> e Isaac Pipano<sup>3</sup>

### **Resumo**

As manifestações iniciadas em junho de 2013 no Brasil evocam uma série de reflexões. Ao pensá-las no contexto do *acontecimento*, o artigo se propõe a analisar *20 Centavos* (Tiago Tambelli, 2014), um filme que utiliza (porém, não revela ao espectador) como dispositivo a própria rede como condição de existência: o diretor busca engajar outros cineastas pelo Brasil através das redes sociais para conseguir imagens gravadas nesses eventos ocorridos em algumas capitais brasileiras. Diante do longa, no entanto, algumas questões parecem basilares para problematizarmos o papel do documentário em fricção com essas imagens insurgentes atravessadas pelo papel do autor e sua pregnância diante de uma dispersividade de pontos-de-vista, assim como os discursos que se efetivam sob a premissão de representar o acontecimento perante a suposta descentralização dessas imagens.

### **Palavras-chave**

documentário; rede; manifestações; dispositivo

### **Introdução**

O filme *20 Centavos* (Tiago Tambelli, 2014) tem como eixo central as manifestações ocorridas a partir de junho 2013. O contexto retratado pelo longa-metragem pode ser observado por uma múltipla gama de olhares: o grande número de cidades e sujeitos afetados e mobilizados pelas dinâmicas políticas, seus debates e a reivindicação de pautas específicas, como a questão da mobilidade urbana; as

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 – Subjetividade, narrativas e produção de sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Gustavo Padovani é formado em Comunicação Social pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), especialista em gestão em marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e mestrando no curso de Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR). [guspado@gmail.com](mailto:guspado@gmail.com)

<sup>3</sup> Isaac Pipano é doutorando em Comunicação no PPGCOM / UFF. Professor da UVA nas áreas de estética e imagem. Idealizador do projeto "Inventar com a Diferença: Cinema e Direitos Humanos". Coordenador da Rede KINO - Rede Latino-Americana de Educação, Cinema e Audiovisual. Membro da SOCINE desde 2010. É também realizador e fotógrafo. [isaacpipano@gmail.com](mailto:isaacpipano@gmail.com)

violentas formas de ação do Estado aos manifestantes, a não menos violenta presença dos *black blocks*; e também as configurações das redes que, a um só tempo, concederam visibilidade para o empoderamento dos cidadãos como criadores e propagadores de conteúdos de mídia e, conseqüentemente, o questionamento sobre o papel das mídias hegemônicas diante desse acontecimento.

Esse último aspecto possibilita também que as manifestações ocorridas no Brasil não possam ser caracterizadas como um evento isolado em um contexto mundial: ainda que motivadas por outras diversas razões, todas as manifestações mundiais contemporâneas como o *Occupy Wall Street* (EUA), *15m* (Espanha) e *Primavera Árabe* (países do oriente médio e norte da África) foram caracterizadas pela utilização intensa de redes sociais (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*) como forma de mobilização, assim como, a propagação de imagens, vídeos, transmissões ao vivo e textos sobre aquilo que os manifestantes presenciavam nas ruas em tempo real.

As manifestações contemporâneas operam “uma transformação social e antropológica fabricando novas figuras de subjetividades” (NEGRI e HARDT, 2012, p.14) no indivíduo que por ela é atravessado. Muitas delas não são geradas, necessariamente, apenas por um movimento organizado, com líderes específicos e uma causa em comum, mas com a identificação desse indivíduo com essa *multidão* (NEGRI e HARDT, 2005). No caso do Brasil é possível observar que a nação não estava vivenciando “uma crise econômica, como na Europa, nem uma crise institucional, como nas ditaduras árabes.” (MIGLORIN, 2013, p.3). Analisando o mesmo assunto, Renato Janine Ribeiro expõe que há uma relação entre as manifestações brasileiras e outras pelo mundo, pois elas “não apenas apareceram de surpresa, mas acabaram sendo sempre bem maiores que suas causas.” (RIBEIRO, 2014, p. 104).

A causa, no contexto brasileiro, refere-se à pauta levantada pelo Movimento Passe Livre (MPL), uma organização em rede que existe desde 2003 e tem suas lutas calcadas em melhorias na mobilidade urbana em diversas cidades brasileiras. Essa

reivindicação pela redução dos 20 centavos nas passagens de ônibus foi, de fato, o principal motivo das manifestações dos primeiros dias de junho em São Paulo. Mas, rapidamente, engajou nas redes e nas ruas um número cada vez maior de indivíduos (GOHN, 2014). Mesmo com a decisão dos governos do estado de São Paulo e do Rio de Janeiro de reduzir as tarifas no valor solicitado pelas manifestações<sup>4</sup> em um anúncio realizado no dia 19 de junho de 2013, as manifestações prosseguiram e revelaram uma enormidade de reivindicações explicitadas a plenos pulmões pelas palavras de ordem ditas pelas das multidões nas ruas, nos cartazes, assim como nos vídeos, nas fotos, nos banners e nos textos circulados que circulavam pelas nas redes sociais. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha<sup>5</sup> com manifestantes em São Paulo no dia seguinte ao anúncio da redução da tarifa também demonstra essas questões. Pautas que não só apontavam para a constituição plural e heterogênea da massa civil que habitava as ruas, mas que também delineava divergências radicais nos motivos que levavam os manifestantes a ocupar as ruas e, por vezes, interesses dos mais contraditórios.

**Figura 1:** Pesquisa retirada do artigo “As manifestações de junho de 2013 a luz da opinião pública: causas, significados e mudanças de opinião” (OLIVEIRA; COSTA; NETO, 2013).

---

<sup>4</sup> In: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/06/1297883-alckmin-e-haddad-decidem-voltar-tarifa-de-onibus-e-metro-para-r-3.shtml> Acesso: 10.08.2015

<sup>5</sup> Disponível em <http://www.cenariointeligencia.com.br/files/abep14012013.pdf> Acesso: 14.07.2015

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Por quais motivos você veio participar da manifestação? (Resposta espontânea e múltipla)		
	Manifestantes no Largo da Batata 17/6/2013	Manifestantes na Av. Paulista 20/6/2013
Contra a corrupção	40%	50%
Para protestar contra o aumento da passagem	56%	32%
Contra os políticos	24%	27%
Por um transporte de melhor qualidade	27%	19%
PEC 37	-	16%
Comemorar redução da tarifa	-	13%
Por mais segurança	13%	13%
Protestar contra a violência/repressão da polícia	31%	11%
Pela tarifa zero/passe livre	14%	11%
Pela saúde	2%	9%
Pela educação	-	8%
Contra os gastos com a Copa das Confederações/ Copa do Mundo3	-	3%
Outras respostas	31%	29%

Fonte: Datafolha, 20 jun. 2013.

**Fonte:** Datafolha, 20 junho de 2013.

Perante essa irrupção de fatos, reivindicações e sujeitos afetados que não exprimem uma unidade específica e que, subitamente, provocaram diversos desdobramentos simultâneos, o filme *20 Centavos* procura se deter - trazendo em seu título a base do conflito político que disparou o processo de ocupação das ruas. Aqui é possível adotar o conceito de *acontecimento* como uma possível leitura tanto para as manifestações ocorridas em junho e, consequentemente, por sua representação na obra que é objeto central de análise desse artigo.

### Junho sob a noção de acontecimento

Dentro do campo da *Análise do Discurso*, Pêcheux (1990) e Foucault (2001) são pioneiros e responsáveis pela implementação do conceito ao defenderem o discurso como um acontecimento, mas passível de ser cooptado pelos sujeitos e por uma estrutura. Para Foucault, a produção de discursos na sociedade possui procedimentos para efetivar um controle, organizar e selecionar, ações “que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (FOUCAULT, 2001, p. 8-9). O

*acontecimento*, por sua vez, seria esse momento de irrupção que não era previsto, mas que sempre ocorre para um sujeito que, por sua vez, irá realizar operações cognitivas de compreensão e comunicação para criar um sentido e, nesta operação, o acontecimento se torna “susceptível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro” (PÊCHEUX, 1990, p. 53). Para Quéré (2005), o acontecimento está ligado a uma noção plena de descontinuidade que atravessam os sujeitos, imputando a eles novas ações.

O sujeito não é a medida do acontecimento. Do contrário, não haveria acontecimento possível, dotado de um poder de revelação e de um potencial de inteligibilidade: haveria apenas fatos revestidos a posteriori de um sentido que antes não possuíam. Não é assim que os acontecimentos se inscrevem na ordem dos sentidos: são os acontecimentos que projetam um sentido sobre as situações e reconfiguram as possibilidades, para sujeitos dotados de uma certa sensibilidade e de hábitos. O acontecimento proporciona uma transação e, a partir daí, dá lugar a uma experiência (QUÉRÉ, 2005, p. 70).

O termo também seria utilizado por Deleuze e Guattari (2003) para tratar as insurreições da população francesa em maio 1968. Os teóricos problematizam a operação de atrelar as lógicas de causa e consequências aos acontecimentos, pois essa opção sempre se instala como insuficiente ao tentar totalizar o factual. Na interpretação dos filósofos, o acontecimento é “uma ruptura ou um desligamento com relação às casualidades: é uma bifurcação, um desvio com relação às leis, um estado instável que abre um novo campo de possíveis”. Esse movimento implica no rompimento da ideia geral de que um acontecimento serviria apenas para materializar algo que antes era apenas possível, pois para Deleuze e Guattari (2003) “há sempre uma parte de acontecimento, irreduzível aos determinismos sociais, e as series casuais.” (DELEUZE e GUATTARI, 2003, p. 215).

Além dos pressupostos de transformação, irrupção e descontinuidade que estão atrelados à noção de *acontecimento*, o termo também está vinculado, consequentemente, a semiose, ou seja, a produção de sentido gerada pelos sujeitos que se apropriam de um *acontecimento*. Pensando nessa proposta, o fluxo comunicacional assume uma importância central, uma vez que o acontecimento é apropriado pelos múltiplos sujeitos e transformado em discursos para os mais diversos



meios e veículos. Essa característica também se mostra presente nas redes sociais contemporâneas, uma vez que estas são dotadas de agentes responsáveis pela circulação de informação e “esse sentido de conversação materializa a semiose e possibilita, metodologicamente, ver um processo de acontecimento em construção” (HENN, 2013, p. 40). Na concepção de Henn, essa noção de acontecimento penetra as redes sociais, pois elas caracterizam “mais do que espaços de sociabilidade: mas lugares profícuos para a eclosão de acontecimentos” (HENN, 2013, p. 40).

A convergência entre as redes e as ruas observada nas manifestações de iniciadas em junho de 2013 resultado dessa série de acontecimentos, no sentido que ele foge a uma explicação estritamente concreta e provoca, como aponta Queré (2005), primeiro uma transição para depois gerar experiências para os sujeitos em suas mais diversas formas e sentidos. Em um mesmo dia (17.06.2013), por exemplo, 250 mil manifestantes (RECUERO, BASTOS, ZAGO, 2014) estiveram nas ruas de diversas cidades brasileiras e cerca de 79 milhões de usuários nas redes sociais foram atingidos por conteúdos relacionados às manifestações. (JOIA, 2015). Para além de uma experiência vivenciada pessoalmente nas manifestações, o acontecimento é experienciado pelos agentes envolvidos nessas redes através de uma grande massa de imagens, textos e vídeos produzidos tanto pelas mídias alternativas quanto as corporativas.

Em um levantamento realizado por um dos autores, foi possível verificar que durante o mês de junho, foram publicados 334 vídeos nos principais portais de notícias no país (*G1, R7, TV Folha, Tv Estadão, Band News*). Ao pesquisar um dos termos frequentemente utilizados como *hashtags* pelos manifestantes, o *#vemprarua*”, na plataforma do *YouTube*, foram encontrados 17.812 vídeos publicados por usuários com imagens das manifestações. Esses números deixam clara a presença massiva de dispositivos audiovisuais nas manifestações, assim como a pregnância de sua disseminação nas redes. Naturalmente, perante a dimensão do evento e sua possibilidade de captura de imagem, após alguns meses surgiram filmes investigando diferentes aspectos sobre o período citado, como o documentário lançado no período

*Com Vandalismo*<sup>6</sup> (Coletivo Nigéria, 2013), *A Partir de Agora* (Carlos Pronzato, 2014), *Junho* (João Wainer, 2014) e *20 Centavos* (Tiago Tambelini, 2014).

## **20 Centavos: dispositivo e autoria no acontecimento**

O filme *20 Centavos* se propõe a construir um mosaico das manifestações de junho de 2013 em algumas capitais do país. Seguindo uma ordem cronológica, informada eventualmente ao espectador por meio de legendas, o documentário tem início com imagens dos índios ocupando o Congresso Nacional, em Brasília, dois meses antes do início das manifestações. Com a exceção dessa sequência inicial, que merece nossa atenção, todas as outras imagens e entrevistas foram realizadas nas ruas em meio às manifestações de junho de 2013<sup>7</sup>.

A imagem dos índios tomando o Congresso Nacional pode ser percebida como uma espécie de epíteto da noção de acontecimento. Do ponto-de-vista estético, a cena promove uma reordenação dos lugares e representações vinculadas aos políticos - e à política institucional - e os povos indígenas. Ao invadir a Câmara com suas indumentárias e artefatos, os índios produzem uma perturbação acontecimental da ordem política e seus modos de funcionamento - a disposição em linhas curvas e fileiras de cadeiras; o tom cinza sóbrio que caracteriza a plenária; a configuração hierárquica entre o presidente da sessão e os demais políticos, etc. Sem algo que a precede, ou algum fim que a objetiva, a cena se dá como acontecimento, como um meio sem fim. Os aspectos históricos e cronológicos que poderiam definir e atribuir sentido à tomada da plenária ou mesmo as reivindicações indígenas não são o que movem a invasão, mas a imediata tomada do espaço-tempo pelos indígenas, que lhes torna visíveis. A parte do sem parte, como coloca Jacques Rancière, a cena como criação do dissenso. O gesto, portanto, é o cerne do debate - e não propriamente sua representação. Curiosamente, ao inserir essa imagem como um prólogo das

<sup>6</sup> In: <https://www.youtube.com/watch?v=KktR7Xvo09s> Acesso em: 12.08.2015

<sup>7</sup> Um dado a se considerar, no entanto, diz respeito ao fato das condições de produção dessas imagens jamais serem expressas ao longo da narrativa. Para os fins dessa reflexão, no entanto, lançaremos mão de informações e dados extrafilmicos, sempre relativizados.

manifestações de junho, o filme *20 Centavos* parece esboçar um desejo inicial de atribuir algum tipo qualquer de relação de causalidade com o que virá. Como se a tomada da plenária pelos índios já pudesse ser diagnosticada como algum tipo de fagulha que alastrar-se-ia por todo o país. Como veremos, é justamente esse modo de organizar a narrativa que parece contradizer a própria dimensão fragmentária das manifestações, a partir de um arranjo que a constrói sob um outro prisma.

Com uma montagem realizada por fragmentos de imagens em capitais brasileiras, Rio de Janeiro, São Paulo e Brasília, *20 centavos* possui uma narrativa que coloca o espectador em um *tour-de-force* perante os acontecimentos de junho. As imagens se aproximam, em certa maneira, ao conceito que François Jost (2007) nomeia como “imagens violentas”: uma violência contida nos choques de percepção que revelam a experiência de quem opera essas imagens, possibilitando ao espectador uma tentativa de “viver o acontecimento, porque ela constrói, por sua enunciação, uma humanidade atrás da câmera” (JOST, 2007, p.101). Câmera-olho, humanidade sem face, a enunciação no filme constitui um ponto-de-vista que coincide com o anonimato dos corpos dos manifestantes. A câmera na mão, ainda, suscetível aos perigos eminentes das bombas, às agressões e à permanente ação policial, convoca o espectador para adentrar o espaço da cena. Câmera que vaga à procura do foco nos momentos de fuga, transita entre manifestantes que lançam seus discursos e olhares contundentes para a objetiva, encontrando *black blocs*, professores, moradores de ruas e diversos indivíduos que coabitam esse espaço do comum.

O documentário direto e seu tom observacional são tomados como premissas para a produção das imagens de *20 Centavos*, cuja referência data dos anos 1950 e de alguns princípios éticos, técnicos e estéticos, tais como: uma vocação do cineasta pelo olhar em detrimento da intervenção; o plano-sequência e a preferência pela duração ao corte e à fragmentação; o encontro com o outro como condição para a inscrição ; o contexto do surgimento de câmeras e equipamentos de captação de som mais leves; o cotidiano e os pequenos gestos em oposição aos discursos e narrativas edificantes. O cinema direto procura ampliar as capacidades de percepção e apreensão situando o

realizador como uma espécie de testemunha ocular, como uma "mosca na parede" (o termo é utilizado pela primeira vez por Robert Drew referindo-se ao comportamento do cineasta que permanece em silêncio, tentando invisibilizar-se, *like a fly on the wall*).

Embora haja uma presença marcante da câmera como parte das manifestações nas ruas em *20 Centavos*, sua interferência na imagem nunca se dá de forma invasiva e seu portador jamais é enunciado. Quando são endereçadas perguntas aos manifestantes, por exemplo, a voz no fora-de-quadro permanece inaudível. Em outros momentos, em alguns depoimentos, sobretudo, como o *black block* que explica suas motivações diante de outras câmeras e repórteres, o encontro é observado pela câmera do filme, sem ser o responsável direto por sua produção. Como se a todo e qualquer custo a câmera tentasse ignorar sua própria presença por meio de estratégias e *efeitos de real*. Essa ausência de interferência é revelada pelo diretor como uma escolha consciente, na montagem, para “preservar a linguagem das ruas e lidar com mais espontaneidade do que com o direcionamento”<sup>8</sup>. Algo que de alguma forma o faria se aproximar do *cinema direto*, confundido equivocadamente aqui como um cinema que, em termos de escala, estaria mais próximo da realidade, se é que ainda é possível aplicar este termo, assim.

O que nos parece sintomático, nesse sentido, onde uma crítica ao filme mais contundente pode ser localizada, é justamente no fato da ausência de posição do realizador se confundir, por vezes, com uma experiência de neutralidade discursiva. Vejamos como. Ao adotar como procedimento do *cinema direto* e suas formas expressivas, o realizador procura invisibilizar-se na cena. O que a princípio poderia soar como uma estratégia de abordagem da realidade bastante coerente com a própria concepção de acontecimento e da fragmentação espaço-temporal das manifestações de 2013 (grande parte das narrativas vinculadas a esse contexto carregam consigo, sobretudo nos instantes iniciais, certa ideia de *perturbação*, como se todos nas ruas de algum modo estivessem também confusos diante da velocidade e da incapacidade de

<sup>8</sup> In: <http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/cinema/2014-04-03/o-cinema-precisa-ir-para-a-rua-affirma-diretor-de-filmes-sobre-protestos-em-sp.html> Acesso: 14.08.2015

um diagnóstico mais distanciado do evento). No entanto, ao revestir as imagens de uma força espontânea, vista aqui como sinônimo de "genuína", o realizador acaba por negar justamente a câmera como mediação e condição de possibilidade para experimentar o acontecimento. Ao retirar da câmera o seu estatuto primeiro, o olhar, uma espécie de pura materialidade do aparato é convocado.

Sabemos, na tradição da representação ocidental, e na própria história do documentário, que a neutralidade discursiva é empregada não raramente como uma utópica transparência e objetividade narrativa. Como se flagrar o mundo de forma mais ou menos espontânea fosse a linha que define uma qualquer separação entre as imagens do campo da ficção e do documentário, ou ainda, o próprio jornalismo. Como se as imagens, ao tomar consciência de seu próprio lugar como representação, estariam como que pervertidas de algo que as não faz mais pertencer ao domínio da informação e também do espontâneo, do natural, do não-mediado ou do corpo neutro.

A esse sintoma é ainda adicionada uma última camada que duplica a incapacidade do filme em lidar com a multiplicidade das manifestações e seus regimes de representação. Esse ponto refere-se menos à representação das imagens do que aos seus modos de concepção e circulação numa rede bastante complexa constituída por aparatos sócio-técnicos, subjetividades, discursos e forças políticas. Os múltiplos olhares captados pelas câmeras-anônimas e que permanecem na montagem de *20 Centavos* se devem à utilização, em larga escala, das redes sociais: o diretor Tiago Tambelli projetou um grupo no *Facebook* para convocar cerca de 50 pessoas que trabalhavam de alguma forma com produção de imagens e sons (diretores de fotografia, técnicos de som, produtores e montadores)<sup>9</sup> para realizar filmagens durante os protestos. O procedimento adotado ao diretor ao lançar mão de uma rede na realização do filme, se aproxima da noção do dispositivo cinematográfico.

O dispositivo, pensado como uma regra para que o filme aconteça, uma prisão temporal e espacial, não constitui em si sua dimensão metaestável, não funciona como garantia para um processo de interação perpassada pelo acaso e des controle por

<sup>9</sup>In:<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/2014-03-30/manifestacoes-no-brasil-sao-discutidas-em-exposicoes-filmes-e-musica.html> Acesso: 14.08.2015



um lado e pela escritura, presença múltipla e subjetiva que constitui o trabalho, por outro. (MIGLORIN, 2008, p.27)

Mesmo sendo um dispositivo basal para a existência do filme, essa informação não é jamais revelada em toda a narrativa de *20 centavos*, o que pressupõe um processo de produção e um princípio de autoria bastante convencional. A mobilização em rede, por outro lado, vinha sendo amplamente utilizada por diversos coletivos de informação e produção jornalística, como o *Mídia Ninja*, *Coletivo Mariachi*, entre outros. A diferença dessas formas para o filme *20 Centavos* está no fato de que, lá, o produto final era disperso em diferentes plataformas de mídia, redes sociais ou em *streaming* ao vivo. Essa variação de suportes e plataformas permitia a criação de uma rede de circulação dessas imagens descentralizadas, preservando as diferenças da materialidade das imagens, suas variações de ponto-de-vista e ritmos. Em *20 Centavos*, toda a singularidade da produção de cada uma das imagens oferecidas pelos diferentes fotógrafos e operadores de câmera são dissolvidas em nome da figura metafórica de um câmera-manifestante. A circulação na rede, ao invés de permitir a construção de camadas mais porosas, abertas também às variações de percepções do acontecimento, ou a sua própria fratura enquanto imagem, tende a desaparecer em nome da cristalização de um centro estável, de onde é possível perceber o acontecimento de forma bastante privilegiada. É como se, diante de um novelo de lã, o documentário pudesse, por meio de sua presença permanente e "neutralizante", desatar os nós encontrando as pontas a cada lado. De um lado, quem a segura é o jornalismo; de outro, o próprio realizador. Ambos, convictos de uma verdade dos fatos e da imagem como aquilo que permite o nosso acesso mais direto e imediato ao acontecimento.

### **Considerações finais**

Em entrevista ao portal *IG*, o realizador do filme, Tiago Tambelli, afirmou:

O objetivo do filme é demonstrar que é possível fazer documentário de forma rápida, ágil e instantânea, é se apresentar como modelo de cinema que não seja uma análise posterior. Queremos incentivar novos realizadores, para que apareçam mais vozes nestes momentos. Durante os protestos, a gente se perguntava "Cade os cineastas de

São Paulo? Por que eles não estão na rua?” Gente filmando tinha um monte, e não tiro o mérito, mas eles faziam virais. Existe uma crise cultural também, uma falta de iniciativa da classe cinematográfica.<sup>10</sup>

Caberia nos perguntar, diante da afirmação do realizador, de quais cineastas ele se refere ou mesmo de quais imagens. A afirmação comporta uma crença de que as manifestações, sua importância para a construção da democracia recente brasileira, sua escala, seu exagero patriótico, sua aclamada vandalização, seus aspectos macros e micropolíticos, não seriam, enquanto evento, passíveis de ser captados por quaisquer uma das dezenas de milhares de câmeras que participaram da construção coletiva do imaginário de junho de 2013. Para Tambelli, há um típico específico de sujeito, mais preparado para a complexidade do evento, observá-lo e, na segurança de sua ilha de edição, encontrar o modo mais adequado de compreendê-lo oferecendo-o à massa de espectadores ávidos pela verdade a 24 quadros por segundo, 24 horas por dia, 7 dias por semana.

O que o filme *20 Centavos* parece não entender, no entanto, é que enquanto acontecimento, as manifestações só poderiam ser compreendidas a partir daquilo que lhe escapa. É na ausência de um entendimento totalizante, na incompletude de elementos para organizar uma linha de causalidade entre a situação política do Brasil e aquilo que levou à sua tomada imediata por uma multidão, que as imagens sobre as manifestações são elaboradas e encontram sua potência de desdobramento. A negação dessa permanente impossibilidade de, pela montagem, produzir um saber mais instrumentalizado das manifestações é o que confere ao filme seu aspecto mais sorumbático e, infelizmente, próximo de um jornalismo que, insistentemente, tenta nos convencer de que, na superfície do plano, mundo e imagem são a mesma coisa.

## Bibliografia

BRASIL, A; MIGLIORIN, C. A gestão da autoria: anotações sobre ética, política e estética das imagens amadoras. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n. 22, p.126-141, 2010.

---

<sup>10</sup> In: <http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/cinema/2014-04-03/o-cinema-precisa-ir-para-a-rua-afirma-diretor-de-filmes-sobre-protestos-em-sp.html>

COMOLLI, Jean-Louis. **Ver e poder, a inocência perdida: cinema, televisão, ficção, documentário**. (trad. Augustin de Tugny, Oswaldo Teixeira, Rubens Caixeta). Belo Horizonte: Editora UFMG, 373p 2008.

DELEUZE, G.. **Deux régimes de fous**. Paris: Les Éditions de Minuit, 2003

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 7.ed. São Paulo: Loyola, 2001.

GOHN, Maria da Glória. **Manifestações de junho de 2013 no Brasil e praças dos Indignados no mundo**. Petrópolis: Vozes, 2014.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Multidão**. Record, 2005.

HENN, R. 2014. **El ciberacontecimiento: producción y semiosis**. Barcelona, Editorial UOC, vol. 1, 150 p.

JOIA, Luiz Antônio. **Social Media and the “20 Cents Movement” in Brazil: What Lessons Can Be Learnt from This?** In: Information Technology for Development, DOI:10.1080/02681102.2015.102788

JOST, François . **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

MIGLORIN, Cezar As manifestações de 2013: revendo Doméstica, O som ao Redor e A Febre do Rato In: **Revista GEMInIS**. ano 4 - n. 2 - v. 2 | p. 35 - 47 São Carlos. 2013

NEGRI, A. e HARDT, M. **Declaration**. New York: Argo-Navis. 2012

OLIVEIRA, Adriano. COSTA, Simara. NETO, Luana. **As manifestações de junho de 2013 à luz da opinião pública: causas, significados e mudanças de opinião**. In: <http://www.cenariointeligencia.com.br/files/abep14012013.pdf> Acesso: 12.08.2015

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Campinas: Pontes, 1990.

PENAFRIA, Manuela. **O Filme Documentário: história, identidade, tecnologia**. Lisboa: Cosmos, 1999.

RECUERO, Raquel. BASTOS, Marco, ZAGO, Gabriela. Narrativa e violência: a cobertura do Outono Brasileiro no Twitter In: **Revista Matrizes**. 8 - Nº 2 jul./dez. 2014 São Paulo - Brasil. 2014

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

**RIBEIRO, Renato Janine O Brasil e a democracia de protesto . Revista Matrizes**  
V. 8 - Nº 1 jan./jun. 2014 São Paulo - Brasil p. p. 93-117

## **A CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA DOS “MÔFIS”:**

Uma análise sobre a influência do Programa Correio Verdade na construção de categorias sociais na cidade de João Pessoa.<sup>1</sup>

Hermana Cecília Oliveira Ferreira<sup>2</sup>

### **RESUMO**

A partir dos primeiros resultados obtidos até então pela pesquisa de mestrado desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Sociologia na UFPB o presente trabalho visa analisar a construção social e disseminação da palavra “môfi” enquanto *categoria-estigma* na cidade de João Pessoa. Tendo como foco os discursos produzidos e reproduzidos pelos meios de comunicação de massa enquanto campo produtor e reprodutor de classificações e pré-noções calcadas em marcadores sociais da diferença; raça, classe e geração, a pesquisa relaciona as principais teorias sobre *mass media* com os discursos sociais mais contemporâneos sobre violência e juventude e a ampla disseminação das classificações estigmatizantes relacionadas à juventude pertencente às camadas mais pobres da população brasileira na tentativa de elaborar um quadro não somente mais amplo, mas, que inclua a atuação dos meios de comunicação de massa no debate contemporâneo que interliga violência, juventude, raça e classe em suas intersecções e implicações no debate sobre cidadania.

**PALAVRAS-CHAVE:** Juventude; Violência; Mídia; Cultura de Massa.

### **INTRODUÇÃO**

Desde o ano de 2012 quando foram divulgados os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a cidade de João Pessoa se encontra dentre as primeiras capitais, quando não, liderando o ranking das “capitais do medo”, com uma taxa de 140

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Aluna do mestrado do Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduada em Ciências Sociais também pela UFPB. Se interessa por estudos relacionados a *mass media*, violência, cultura juvenil e sociabilidade. Atualmente desenvolve a pesquisa de mestrado intitulada: A construção midiática dos môfis. Email: [hermanaoliveira8@gmail.com](mailto:hermanaoliveira8@gmail.com)



homicídios para cada 100 mil homens negros. Os dados são referentes ao ano de 2010, mas publicados apenas em 2012 pelo Mapa da Violência que segundo a polícia militar registrou a morte de 512 jovens naquele ano. Esta estatística se torna ainda mais alarmante quando comparada à média de 4,9 homens brancos mortos a cada 100 mil, o que revela a condição de vulnerabilidade que esta camada da população sofre, 29 vezes maior do que a parcela branca da população que compõe a cidade.

Apesar do recorte racial o busco aqui é analisar o modo como a violência que acomete uma camada muito específica da população brasileira é representada em um dos programas de jornalismo policial mais popular no estado percebendo a maneira como este problema se relaciona produzindo e reproduzindo noções de estigma e representação de um tipo específico de juventude na mídia.

Para este fim tomo como prisma de análise sociológica o programa de maior audiência no estado: *Correio Verdade* do Sistema Correio de Televisão (afiliada local da Rede Record) enquanto campo que comenta, opina e repercute a vida social da população pessoense na mídia e sua capacidade de classificação de um determinado tipo de juventude. Busco pensar o processo de construção social do “môfi” enquanto forma particular de classificação estigmatizante da juventude negra e de baixa renda na cidade de João Pessoa e de que maneira elementos de uma cultura jovem negra (hip-hop, funk, etc.) foram sendo elaborados como ‘sinais’ de criminalidade.

A ideia de relacionar o índice de homicídios em série de jovens negros e de periferia da cidade com o PCV surgiu da relação entre as notícias, comentários e fofocas nos principais ambientes de socialização do bairro onde morava Ernesto Geisel, de maneira que o *insight* sociológico se deu a partir do burburinho que permeava supermercados, padarias, paradas de ônibus dentre outros locais onde os moradores do bairro se encontravam por alguns minutos em meio à rotina de seus afazeres diários.

Localizado na zona sul da cidade, o bairro Ernesto Geisel na época ganhou visibilidade dentre os bairros visados como foco de violência na cidade de João Pessoa. Os inúmeros assassinatos e execuções de jovens e adolescentes ocuparam um lugar primordial no diálogo cotidiano dos moradores do bairro e da cidade de modo que, antes mesmo que uma das semanas de fevereiro do ano de 2012 tivesse acabado três adolescentes haviam sido assassinados no bairro: um na praça, outro na Escola Municipal Fenelon Câmara e um outro no parque de diversões que ali estava instalado de modo que, vale salientar que a distância em metros entre cada um dos pontos de execução não chegou a medir 1 km (um quilômetro).

Desta maneira, ao mesmo tempo em que o PCV televisionava essas mortes, também as moralizava, responsabilizando, de maneira apelativa, o envolvimento da juventude do bairro com o uso, tráfico de drogas e porte de armas; “juventude perdida”. A centralidade do termo *môfi* no presente trabalho reside, portanto, na exposição ou justificação dessa condição pelo Programa. A condição *môfi* enquanto amálgama de significados e estigmas imbricados num tipo particular de juventude da cidade de João Pessoa. *Môfi* enquanto categoria que age enquanto marcador social de classe, raça, gênero e geração e que parte de um programa de televisão amplamente difundido e atua na cidade enquanto produto, rótulo, marca de classificação da juventude pobre, negra e vulnerável.

Umberto Eco (1993) acredita que não se pode pensar a sociedade moderna sem os meios de comunicação de massa, mas, sim descobrir que tipo de ação cultural deve ser estimulado para que esses meios veiculem valores culturais em determinado contexto histórico, ou seja, como podem ser alterados e manipulados reflexivamente.

Portanto, busquei elaborar um traçado sociológico que assistisse a influência de um determinado programa da cultura de massa na produção de discursos que responsabilizam aspectos da condição de desigualdade social a uma espécie de “patologia congênita de classe” como se determinasse a incidência da violência a um tipo específico de juventude pertencente à determinada classe social. O programa que além de naturalizar e reproduzir para além da violência real na qual estão inseridos esses jovens pela sua condição de vulnerabilidade e pelo número de mortes às quais estão relacionados, também televisa e transforma em espetáculo uma violência que além de simbólica e invisibiliza e transforma o sofrimento distante que se ramifica nos espaços públicos e mais institucionais da sociedade brasileira.

A ideia é analisar para poder desconstruir formas discursivas mais simplórias e essencializantes reproduzidas pelos aparelhos midiáticos do que se entende pela violência e suas intersecções entre classe e raça no Brasil.

## **JORNALISMO POLICIAL NO BRASIL E O ESTILO DO PROGRAMA CORREIO VERDADE**

No Brasil dos anos noventa surgiram os primeiros programas de temática policial nas principais emissoras de tevê aberta do país; Linha Direta (Globo: 1990); “Aqui Agora” (SBT: 1991); “Cidade Alerta” (Record: 1995); “Na Rota do Crime” (Manchete: 1996); “Brasil Urgente” (Bandeirantes: 2001), dentre outros. Com o passar dos anos e o

sucesso de audiência desse gênero televisivo, muitos estados brasileiros acabam ganhando sua própria versão. Na Paraíba, a TV Tambaú, afiliada ao SBT exibe até hoje o programa “Caso de Polícia”. O programa vai ao ar todos os dias às 12h e apesar de ter sido um dos primeiros a inaugurar o gênero na televisão local datando o ano de 1992 acabou sendo suprimido pela avassaladora audiência conquistada pelo PCV também televisionado ao meio dia pela tevê Correio (afiliada à Record) e na TV Clube, afiliada da Bandeirantes o “Aqui na Clube” que assim como o PCV refletem a disseminação de programas desse gênero. Reportagens de cunho investigativo e policial sempre estiveram presentes inclusive na programação de diversos programas de auditório do Brasil, com foco no exibicionismo de problemas e da intimidade da vida das classes populares da sociedade brasileira como o “Programa do Ratinho” conhecido por quadros sensacionalistas, patrocínio de “exames de DNA” e a simulações de assassinatos e crimes passionais, dentre outros aspectos mais grotescos. Homicídios, traições, tragédias, exames de paternidade, ou seja, dimensões muito íntimas da vida de pessoas comuns são transformadas em matéria prima desse tipo de produção cultural e que apesar de se sentirem importantes por “aparecer na tevê”, na maioria das vezes não possuem uma noção mais clara sobre os impactos que esse tipo de exposição pode acarretar.

Neste sentido, apesar de denunciar a escassa familiaridade da sociologia com o meio televisivo Umberto Eco (1993, p. 325; 328) afirma que a televisão é um dos fenômenos básicos da nossa civilização, o que a torna um objeto de análise inerentemente sociológico.

“É grave, de fato, não se perceber que embora a TV tenha constituído um fenômeno sociológico até agora incapaz de dar vida a verdadeiras criações artísticas, todavia, justamente como fenômeno sociológico, surge como capaz de instituir gostos e propensões, isto é, de criar necessidades e tendências, esquemas de reação e modalidades de apreciação tais que, a curto prazo, se tornam determinantes para os fins da evolução cultural. ” (ECO, 1993, p. 330).

Merton e Lazarsfeld (1990, p. 112) afirmam que o *mass media* reforça as normas sociais através de uma exposição pública do que é moralmente considerado tolerável ou não. As normas sociais publicizadas têm a função de constranger os indivíduos, e para os autores, as normas devem ser afirmadas e positivadas de maneira que fique claro seu posicionamento moral com relação a norma em questão e neste sentido, Danilo Duarte alega que:

“A relação entre o programa e o telespectador é regulada por meio de uma série de acordos tácitos. É esse pacto que dirá ao telespectador o que ele deve ver e esperar do programa. Para compreender a noção de pacto é fundamental a análise de como o programa constrói as idéias de verdade e relevância da notícia, com quais valores-notícia opera, como lida com as questões de responsabilidade social, do direito público à informação e da liberdade de expressão e opinião”. (DUARTE, 2008, p.4).

Desta maneira, é possível perceber como um programa de televisão pode arrogar para si os valores de uma parcela da sociedade, e com isso, garantir uma espécie de aval popular, no sentido de que sua opinião ao ser veiculada é interpretada como portadora da função de reificar valores estipulados como certos, bons, e condenador dos ruins, ou seja, prestar um tipo de “serviço” à sociedade, entendendo o modo como se delineiam os programas desse gênero jornalístico e como se homogeneízam e diferenciam-se entre si e como se define o estilo do programa *Correio Verdade* e de que modo esse estilo é definido a partir de alguns elementos como a atuação e o carisma do apresentador, repórter, dentre outros personagens.

Neste sentido, nota-se que a proximidade com a audiência se torna uma de suas estratégias no que diz respeito não apenas à manutenção da fidelidade com o público, mas, sobretudo, ao *feedback* que a produção do programa vai precisar no delineamento de seu estilo, ou seja, determinando então o deve ou não ser veiculado.

No campo dos meios de comunicação de massa e da indústria cultural, percebe-se que de norte ao sul do país disseminaram-se programas de temática policial em diversas emissoras da televisão aberta brasileira. Criminalidade, violência e o sofrimento resultante da exibição de fatos da vida cotidiana e do envolvimento de pessoas de baixa renda com a violência e criminalidade se constituíram enquanto matéria prima desse tipo de abordagem “jornalística”, elaborando assim, um conteúdo moralizante. O PCV, por sua vez, se caracteriza pelo carisma do apresentador e seu carisma, que no sentido weberiano de “tipo ideal irracional, extra cotidiano e singular”, enquanto algo que sugere o oposto à racionalidade e a normalidade do mundo. Como constatou Veloso (2013) acerca do apresentador Samuka Duarte:

“Por conta desse perfil descontraído no improviso da fala do apresentador pude (a partir da observação do comportamento do público no estúdio) e, principalmente, da participação em seus diálogos e comentários sobre a performance do Samuka

Duarte, perceber que participar do programa permite também uma experiência cômica, visto que os participantes dessa interação também se descontraem com a maneira improvisada do apresentador portar-se diante das câmeras”. (VELOSO, 2013, p.54).

Para além da experiência moral que o programa Correio Verdade proporciona, é importante perceber algumas características que diferenciam os programas desse gênero (policial/talk shows) entre si no sentido de que, apesar de ter em comum certa predisposição em direcionar uma centralidade maior ao carisma desempenhado geralmente pelo apresentador do programa, como por exemplo, programas bastante populares no Brasil como o “Ratinho” no Programa do Ratinho (SBT), Gil Gomes no Aqui Agora (SBT), Datena no Cidade Alerta (Record), o Correio Verdade se diferencia e automaticamente define seu estilo ao apresentar uma equivalência entre apresentador e repórter. Não diria concorrência entre Samuka Duarte (apresentador) e Emerson Machado (repórter), mas, sim parceria, cumplicidade. O protagonismo dividido entre o apresentador Samuka Duarte e o repórter Emerson Machado delinea e define o estilo do programa Correio Verdade. É comum ver o repórter invade o espaço do palco do programa ao vivo, promovendo e reproduzindo seu carisma e popularidade. A participação e notoriedade do repórter com uma imagem que além de relacionada ao programa é relacionada especialmente aos meninos denominados “môfis”, num movimento duplo de constituição de um produto midiático e definição do estilo do Programa.

Dentre a pluralidade de elementos que compõem o estilo do PCV tendo em vista sua duração de uma hora e trinta minutos permeada por comerciais diversos de lojas, medicamentos, planos de saúde, concessionárias de automóveis, etc., o programa se caracteriza também pela interação com o público, recebimento e leitura de cartas ao vivo além da relativa liberdade do apresentador para fazer chamadas utilizando de bordões populares.

### **EMERSON MACHADO OU EMERSON-MÔFI:**

“Emerson Machado: Quinta-feira, aqui na comunidade Jardim Planalto, a polícia militar,



comandada pelo Tenente Sobreira apreendeu um adolescente de 16 anos e o de maior José Ivo de 19 anos. O motivo mostra aqui, Ranieri, o motivo, olha o motivo do assalto, um chapéu. Pense num môfi sem futuro, pense num môfi barato, é uma vergonha não é não, tenente?

Tenente Sobreira: É isso mesmo, tudo começou com um chapéu, né, porém, depois que nós detivemos ele, operação pelo Cabo Josemar, a gente foi verificar, que ele tem um nome falso, mas quando a gente teve posse dos documentos e puxamos os nomes deles, é, um já era foragido da média, e o outro respondia por um homicídio, ou seja, elementos que já tinham passagem já, e de alta periculosidade”.

(João Pessoa, Programa Correio Verdade, fevereiro de 2012).

Durante a programação e a transmissão das reportagens o repórter lança seus bordões, músicas para as chamadas das próprias reportagens<sup>3</sup>.



É interessante perceber também o modo como a atuação do repórter, para além do teor moralizante do programa, representa um papel ontológico no sentido de criar através de

---

<sup>3</sup> FIGURA 1

um programa de grande audiência, um mass media, uma classificação para essa juventude de denominá-la enquanto “môfis”. Aquilo que denominamos de ‘estilo do programa’, associado à figura dos meninos, delimitado através de uma categoria estigmatizadora originada a partir de abordagens jornalística do repórter Emerson ao mesmo tempo que define o perfil deste programa também define o seu estilo, do repórter, enquanto apresentador e figura pública. O número de acesso ao seu perfil em uma das redes sociais é revelador disso<sup>2</sup>.

Desta maneira a atuação e importância do repórter contribuem tanto para com a definição do estilo do programa, quanto para a constituição de sua particularidade como repórter de maneira que bordões, gírias, dancinhas engraçadas, fazem parte do conjunto que constitui o “personagem” que o repórter representa “no ar”.

A partir de um discurso moralizante emitido por um meio de comunicação de massa acerca, não apenas, do que o delito cometido representa em si, mas, principalmente por quem o é cometido, como uma determinada categoria social e, sobretudo, moral surge e se dissemina no seio de uma sociedade. A maneira como valores sociais se dissipam e partem de mecanismos empreendedores morais como sugeriu Becker (1977) alegando o modo como esses mecanismos sociais alteram comportamentos e sensibilidades.

Pensar a vida cotidiana como arena de espetáculos sobre identidade, moralidade e normatividade como Illouz (2008) mostra em “Oprah Winfrey and the glamour of misery: an essay on popular Culture” o modo como um programa de *talk show* pode simular uma espécie de “razão comunicativa” e “esfera pública” como se fossem capazes de solucionar problemas e dilemas do cotidiano como identificou (Veloso, 2013, p 37). Hoje o repórter Emerson Machado, possui uma página no site de relacionamento Facebook denominada “Emerson Mofi”, o que transparece o grau de associação entre o programa, o repórter, e sua “invenção” o bordão/vocativo: “môfi”.

## **MÍDIA E TEORIA CRÍTICA**

Para Adorno (2003), ao invés de negar o que aconteceu em Auschwitz, é necessário identificar os mecanismos que tornaram possível o evento nos moldes como o ocorreu, ou seja, de que modo o fascismo dos mecanismos de sujeição do indivíduo à modernidade se torna uma questão, um problema e uma patologia social nos dias atuais. Deste modo, a partir da teoria crítica, podemos identificar uma espécie de tratado de busca

pelo esclarecimento e pela autonomia através da razão, de modo que o conceito de razão, trabalhado pelos teóricos de Frankfurt, problematiza a ideia de racionalidade instrumental tão característica da modernidade que se apresentou problemática durante a Segunda Guerra Mundial tendo com seu resultado mais objetivo o evento em Auschwitz, os campos de concentração e execuções em massa gerados pela via do desenvolvimento técnico da ordem, da organização e da eficiência burocrática.

Para Benjamin (1994), o uso social da técnica reproduz a dominação de maneira tal que esta subtrai o espírito das coisas, retirando-lhe assim a autonomia, ou seja, este raciocínio constitui o âmago de uma análise crítica, de modo que para que se desempenhe uma ação esclarecida e autônoma, esta deve estar refletida e calcada na experiência do acontecimento vivido e presente, e não reificado, ou obscurecido pelo deslumbre coletivo sobre o desenvolvimento da técnica, tampouco fundamentado em acontecimentos passados, encerrados e históricos.

Neste sentido, Adorno (2003) afirma que devemos fixar sujeitos refletidos na história como reflexo desta experiência que compreende o presente como curso da própria história e recusando um destino pré-determinado, na tentativa de dar-lhe um sentido emancipatório elaborado a partir da construção de um passado, que apesar de parecer fixo, faz parte de um curso que precisa romper com suas condições sociais e objetivas.

“Um mundo em que a técnica ocupa uma posição tão decisiva como acontece atualmente gera pessoas tecnológicas, afinadas com a técnica. Isto tem a sua racionalidade boa: em seu plano mais restrito elas serão menos influenciáveis, com as correspondentes consequências no plano geral. Por outro lado, na relação atual com a técnica existe algo de exagerado, irracional, patogênico. Isto se vincula ao “véu tecnológico”. Os homens inclinam-se a considerar a técnica como sendo algo em si mesma, um fim em si mesmo, uma força própria, esquecendo que ela é a extensão do braço dos homens”. (ADORNO, 2003, p.32).

Bauman (1998) também se utiliza de uma análise semelhante em seu livro Modernidade e Holocausto, alegando que a busca cega pela eficiência burocrática resultou no extermínio em massa, que dependeu principalmente disponibilidade de especializações bem desenvolvidas e da precisa divisão do trabalho, da manutenção de

um fluxo de comando e informação ou de uma coordenação impessoal e bem programada de ações autônomas e complementares. Sobre isto, (1998, p.109) ainda diz que, se havia algo em nossa ordem social que tornou possível o holocausto em 1941, não podemos ter certeza de que foi eliminado desde então.

Neste sentido, podemos relacionar o modo como o a técnica absorve do produto cultural sua essência a ponto de descaracterizar os reais determinantes sociais do que é representado enquanto *anomia* e que dialoga com uma ideia de normatividade que engloba a todas as esferas da sociedade e funciona enquanto indicadores de desvio, como por exemplo, o estigma relacionado aos meninos classificados enquanto “môfis”.

## A RALÉ NA TELEVISÃO

É necessário refletir sobre o modo como o PCV enquanto produto da indústria cultural, se apoia em processos estigmatizantes que contribuem para a exclusão, repulsa e marginalização de um estrato da sociedade brasileira, e, sobretudo, da juventude, personagens presentes no PCV como, por exemplo, na figura dos “môfis”, constituídos, em sua maioria, por adolescentes e jovens pobres e negros<sup>4</sup>.



Esse fato nos aponta para um problema estrutural de uma classe ‘historicamente repelida’, como afirma Jessé Souza ao tratar da “Ralé Brasileira”, confirmando que esses resultados, ou, seja, a situação de vulnerabilidade social e mortalidade que acomete esses meninos, são inerentes a processos ligados à condição socioeconômica de uma parcela da população e sua condição subalterna. (SOUZA, 2012, p. 16).

---

<sup>4</sup> FIGURA 2

Em programas como o Correio Verdade, a violência constitui-se enquanto matéria prima das narrativas exibidas cotidianamente, somando-se, a formas outras, como a violência sutil e construída simbolicamente a partir dos marcadores de raça, classe e geração. Nesse sentido é possível indicar que os números ou as vítimas desta violência não vêm todos os espectros da hierarquia social, mas, são parte de um estrato social que o autor define como ralé. Para Jessé Souza (2012, p. 15) a ralé é a parcela de milhões de brasileiros que constituem a população brasileira que de alguma maneira ascendeu através de programas e políticas públicas dos últimos governos e que são vistas pelas classes mais estabelecidas como a escória da sociedade nacional. Segundo o autor a abissal desigualdade social que ainda persiste fortemente no país se mantém através de meios modernos e simbólicos de manutenção dessa situação.

Naturalizada, invisibilizada e negada, essa violência simbólica, que não se apresenta enquanto violência permeia todos os ambientes de sociabilidade aonde a desigualdade exista. Programas como o Correio Verdade acabam por reforçar essa legitimação das desigualdades e inúmeras formas de violação de direitos. As formas de estigma sofridas por essa classe, a ralé, são amplas e parecem reeditar cotidianamente as formas do preconceito construídas ao longo da história de exploração da população negra no Brasil. E para entender um pouco mais sobre o modo de produção da categoria estigma pelo programa, busquei refletir o sobre como uma única palavra, “môfi”, atua como uma amálgama de significados inerentes ao processo de construção social de diferenciação e de distinção entre os diversos campos, grupos, gêneros e faixas etárias compõem a pluralidade que constitui a cidade. Dentre estes grupos e campos produtores de discursos alguns se tornam mais proeminentes que outros. Neste sentido, o campo da comunicação é um campo importante por se tratar de uma esfera produtora de opinião pública e disseminadora de valores e noções morais.

Canclini (2002), alerta para os novos significados que a ação midiática pode imprimir à sociedade, tendo em vista um público espera que a televisão os diga o que significa estar juntos. Para o autor, a cidade desde a sua origem distingue quem está dentro e quem está fora, sempre estabelecendo limites e neste sentido é importante entender como o discurso dos meios de comunicação de massa funda e estabelece os novos limites das cidades enquanto agentes construtores do sentido urbano.

Assim, os meios de comunicação de massa funcionam enquanto porta-vozes da sociedade civil no projeto de produzir saberes convencionais absorvidos pela normalidade e tudo que ultrapassa ou rompe a ordem urbana é reconstituído, em última instância, por



sínteses informativas midiáticas, como nos mostra Canclini (2002), e deste modo, a mídia, elimina as distâncias existentes entre determinadas atitudes particulares e a moralidade pública como se houvesse uma moralidade universal, única, reafirmando publicamente a norma social. Nesse sentido podemos relacionar os discursos do apresentador e pelo repórter do programa Emerson Machado, o do MPF/PB. A maneira como esses discursos emanados dessas esferas “institucionais” refletem e repercutem, de alguma maneira, na opinião pública da cidade.

## **VIOLÊNCIA, MÍDIA E MORTALIDADE**

Tendo em vista os pontos problematizados acima, os meios de comunicação de massa funcionam enquanto porta-vozes da sociedade civil no projeto de produzir saberes convencionais absorvidos pela normalidade e tudo que ultrapassa ou rompe a ordem urbana é reconstituído, em última instância, por sínteses informativas midiáticas, como nos mostra Canclini (2002).

Deste modo, a mídia, elimina as distâncias existentes entre determinadas atitudes particulares e a moralidade pública como se houvesse uma moralidade universal, única, reafirmando publicamente a norma social e nesse sentido podemos relacionar os discursos do apresentador e pelo repórter do programa Emerson Machado, o do MPF/PB. A maneira como esses discursos emanados dessas esferas “institucionais” refletem e repercutem, de alguma maneira, na opinião pública da cidade.

Entretanto, para além do que Canclini fornece acerca do paradoxo inerente entre bairrismo e desterritorialização, ou ao modo como a ação da mídia desterritorializa as formas de sociabilidade na cidade criando contribuindo para que se constituam “comunidades virtuais”, é importante analisar a forma como os meios de comunicação de massa expõem culturas juvenis particulares a cada bairro da cidade como se fornecesse as coordenadas para possíveis encontros face a face entre esses jovens dados e informações que contribuem com possíveis encontros e conflitos entre esses jovens, tendo em vista os dados sobre violência e mortalidade juvenil em João Pessoa a partir da integração bairro-cidade promovida pelo programa a partir da construção ou da reificação de marcadores sociais que cristalizam os estereótipos de marginalidade. Jessé Souza (2005, p.47) também afirma que a desigualdade passa a ser justificada e naturalizada na medida em que é percebida como resultado do mérito, e, portanto, como produto de qualidades individuais.

Por fim, é importante perceber o modo como na realidade contemporânea brasileira os indivíduos são percebidos como portadores de qualidades culturais e simbólicas enquanto qualidades inerentes aos indivíduos e não socialmente determinadas e é este tipo de pensamento que busco aqui compreender e problematizar, a partir do meu objeto de pesquisa, e ou seja, a forma como essas determinações e classificações passam despercebidas no discurso do PCV e são reproduzidas como se a sujeição ou a predisposição à delinquência fosse algo natural, um estigma ou uma marca de nascença.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao longo deste trabalho perseguimos os sentidos do termo “môfi”. Percebemos, através da análise sociológica deste termo que o mesmo representa um amálgama de significados inerentes à sociedade a qual pertence, revelando um conjunto de valores aplicados à maneira de numerar e classificar um grupo de meninos de baixa renda, que ao praticar delitos, ou serem suspeitos de praticá-los, são expostos na mídia através de um discurso taxativo e moralizante que nos fornece riquíssima chave epistemológica para se pensar a produção do estigma e de uma identidade outsider, deteriorada cotidianamente.

Apesar do objetivo inicial do trabalho ter sido o surgimento da categoria estigma “môfi” enquanto termo passível de análise sociológica a partir do programa, durante o desenvolvimento do trabalho percebo que outras dimensões e campos sociais se tornaram parte indispensável da rede que compõe o emaranhado das relações em sociedade: construções valorativas, ideais de classe, gênero, faixa etária e raça se mostraram enquanto conceitos complementares no momento da construção de estigmas.

Por fim, espero ter atendido expectativas às quais o trabalho se propôs de início, tendo em vista que meu principal esforço argumentativo e discursivo foi articular os índices de mortalidade e de vulnerabilidade de uma parcela da sociedade brasileira e alguns dos principais problemas que derivam dessa condição de desigualdade social. Portanto, me detive a explorar o abuso e a exploração da dignidade a partir da esfera midiática e automaticamente a reprodução do estigma a partir desta.

## **REFERÊNCIAS**

ADORNO, T.W. & HORKHEIMER, M. (1985) *A Dialética do esclarecimento*. Rio de

Janeiro: Jorge Zahar.

ADORNO, T. W. (2002) *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo. Paz e Terra.

BAUMAN, Zigmunt (2009). *Confiança e Medo na Cidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

BAUMAN, Zigmunt.(2008). *Medo líquido*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

BECKER, Howard S. Becker (2008). *Outsiders: estudos de sociologia do desvio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

BOURDIEU, Pierre.(2004). *O poder simbólico*. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

BRIGGS & BURKE; Asa, Peter. (2004). *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

CANCLINI, Nestor Garcia (2002) *Cidades e cidadãos imaginados pelos meios de comunicação*. OPINIÃO PÚBLICA, Campinas, Vol. VIII, nº1, 2002.

COHN, Gabriel (1973) *Sociologia da Comunicação: Teoria e Ideologia*. São Paulo: Pioneira.

COHN, Gabriel (org). (1978) *Comunicação e Indústria Cultural*. São Paulo: Editora Nacional.

ELIAS, Norbert. (2000) *Os estabelecidos e os Outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

ECO, Umberto (1998). *Apocalípticos e Integrados*. 5ª Ed. São Paulo: Editora Perspectiva S.A.

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

GOFFMAN, Erving.(2010). *Comportamento em lugares públicos: notas sobre a organização social dos ajuntamentos*. Petrópolis: Vozes.

ILLOUZ, Eva (2008) *Oprah Winfrey and the glamour of misery: an essay on popular culture*. New York: Columbia University Press

LONGHI, Marcia Reis. (2009). *'AQUI, TODO MUNDO CONSIDERA!'* Reflexões sobre consideração e reconhecimento a partir de trajetórias de rapazes de um bairro popular do Recife. POLÍTICA & TRABALHO: Revista de Ciências Sociais n. 31 Setembro de 2009 - p. 91-106.

MAGNANI, Jose Guilherme Cantor. (2002) *"De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana"*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 17.

MELO, Patrícia Bandeira de. (2010) *Histórias que a mídia conta: o discurso sobre o crime violento e o trauma cultural do medo*. Recife. Ed. Universitária da UFPE.

MISSE, Michel. (2006) *Crime e violência no Brasil contemporâneo: estudos de Sociologia do Crime e da Violência Urbana*. Rio de Janeiro: Lumen Juris.

KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. (2008). *De que João Pessoa tem medo? Uma abordagem em Antropologia das Emoções*. João Pessoa, Edições do GREM, Editora Universitária da UFPB.  
KOURY, Mauro Guilherme Pinheiro. (2005) *Medos Corriqueiros e Sociabilidade*. João Pessoa-PB. Edições do GREM, Editora Universitária da UFPB.

THOMPSON, John. (2009) *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes.

VELOSO, Wanessa Souto. (2013). *Verdade e justiça ao meio-dia: a construção da experiência moral num programa de TV* / Wanessa Souto Veloso. João Pessoa- Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCHLA.

WHYTE, William, Foot. (2005). *Sociedade de Esquina: a estrutura social de uma área urbana pobre e degradada*. Rio de Janeiro : Jorge Zahar.

OLIVEIRA, Danillo Duarte. (2008). *Jornalismo policial, gênero e modo de endereçamento na televisão brasileira*. In: Anais de: Colóquio Internacional: Televisão e Realidade – UFBA.

SOUZA, Jessé. (2009) *Ralé brasileira: quem é e como vive* / Jessé Souza; colaboradores André Grillo. [et al.] — Belo Horizonte : Editora UFMG.

SOUZA, Jessé. (2003). *A construção social da subcidadania: Para a sociologia política de uma modernidade periférica*. Minas Gerais: UFMG

SOUZA, Jessé. (2003). *Não reconhecimento, subcidadania ou o que é “ser gente”?* In: Lua Nova, n.59.

SOUZA, Jessé. (2005). *Raça ou Classe? Sobre a desigualdade brasileira*. In: Lua Nova, n. 65.

HABERMAS, J. *Discurso filosófico da modernidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ZALUAR, Alba. (2005) *Dilemas da segurança pública no Brasil*. In: ZALUAR, Alba, MISSE, Michel, BOURGOIS, Josephine, TEIXEIRA, Paulo Augusto Souza, BROWNE, Terry Crawford, PETERS, Rebecca, NARVAEZ, Leonel & BINGE-MER, Maria Clara Lucchetti. *Desarmamento, segurança pública e cultura de paz*. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, Cadernos Adenauer VI, n.3, out. 53

#### **OUTRAS FONTES:**

<http://pgr.jusbrasil.com.br/noticias/147375327/mpf-pb-ajuiza-nova-acao-contra-programa-correio-verdade>

[www.facebook.com/emersonmofi](http://www.facebook.com/emersonmofi)

[www.instagram.com/moficorreio](http://www.instagram.com/moficorreio)

<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/03/1247519-folha-lanca-serie-de-reportagens-sobre-as-capitais-do-medo.shtml>

[http://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2013/MapaViolencia2013\\_armas.pdf](http://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2013/MapaViolencia2013_armas.pdf)

## **Você é uma namorada legal?<sup>1</sup>**

Discursos sobre comportamentos adequados presentes nos testes da revista Atrevida

Isabela Lourenço Pereira<sup>2</sup> e Marta de Araújo Pinheiro<sup>3</sup>

### **Resumo**

As revistas femininas juvenis influenciam no comportamento das jovens no que diz respeito às suas ações. Neste artigo, pretendemos discutir quais são as posturas determinadas como adequadas pela revista para aquilo que ela considera a namorada legal. Para delimitar as relações de poder necessárias para a interpretação da relação entre revista e leitora, apresentamos conceitos desenvolvidos por Michel Foucault. Em seguida, através do método da Análise de Discurso Francesa vamos analisar os resultados do teste “Você é uma namorada legal?”, publicado na revista Atrevida para que assim determinarmos quais os comportamentos julgados como ideais pela publicação e sua relação com a história do comportamento feminino em relação ao amor.

### **Palavras-chave**

Revistas femininas juvenis; relações de poder; comportamento; Análise de Discurso

### **Introdução**

Dispositivos de controle sempre foram disponíveis para o controle dos corpos. Norbert Elias (1990), em seu estudo sobre o processo civilizador, delimita em algumas situações quais são os gestos autorizados por nossa sociedade e que nos fazem ser identificados em determinado grupo.

Em uma fase de descoberta como é a adolescência, o papel da revista feminina é valorizado na adequação do comportamento da mulher, com suas concepções ainda

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT3 do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Poder (UFJF), participa do Grupo de Pesquisa Comunicação e Discursos: Saúde, sensibilidades e violência (SENSUS/ UFJF). [isabela.lourenco92@gmail.com](mailto:isabela.lourenco92@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ), professora Associada 4 na Escola de Comunicação (ECO) da UFRJ, participa do Grupo de Pesquisa "Coordenação Interdisciplinar de Estudos Contemporâneos" (CIEC) da UFRJ, é professora e pesquisadora do Mestrado "Comunicação e Sociedade" da UFJF e Visiting Fellow no Centre d'Études et des Recherches Internationales (Ceri-SciencesPo). [martaarpinheiro@gmail.com](mailto:martaarpinheiro@gmail.com)



em formação. A revista feminina determina aquilo que pode ser considerado como uma má conduta da mulher, quais são os gestos desautorizados, o que deve ou não ser consumido para que haja uma aceitação social. Mira (2003) mostra que essa relação de confiança, de intimidade das mulheres com suas revistas vêm de séculos atrás e se fundiu na intimidade do lar, já que essas publicações foram as primeiras a produzir conteúdos direcionados aos interesses daquelas mulheres.

Para perceber esses comportamentos, ou seja, os gestos autorizados e as decisões tomadas que são bem vistas socialmente, optamos por trabalhar o tema amor, de grande interesse e excitação pelo público adolescente feminino. É nossa intenção examinar de que forma as revistas destacam alguns comportamentos no que diz respeito aos códigos amorosos, aqueles que são bem vistos, ditos como ideais e quais as posturas apontadas pelas revistas como inadequadas para a mulher no trato com seu parceiro.

Para esta análise, vamos utilizar os testes, muito comuns em revistas femininas e, com um texto bem direto, determina aquilo que é considerado certo e errado em meio a tantas escolhas.

Pretendemos estudar quais são as relações de poder entre a revista e sua fiel leitora e de que forma seu comportamento pode ser influenciado pela publicação.

### **Dispositivos de poder para controle do corpo**

Em uma sociedade da imagem como a do século XXI, com corpos a mostra a todo tempo nos meios de comunicação, a cultura do narcisismo, como categoriza Birman (2012), é cada vez mais acentuada. Parecer mais feliz e mais bonito são as fórmulas da aceitação social na contemporaneidade e, neste cenário, a importância do corpo deve ser considerada como dispositivo de fala e poder.

O discurso assumido pelas revistas femininas jovens pode ser compreendido a partir daquilo que Foucault denomina como *dispositivo*, isto é, “um conjunto heterogêneo de instituições e de leis, de coisas e de ideias, de atos e de práticas, de palavras e de textos, de ditos e de não ditos” (COURTINE, 2013, p. 27).

Os corpos modulados por estes dispositivos que determinam quais os comportamentos que devem ser copiados para se alcançar uma conduta aceitável dentro do seu corpo social.

A partir dos movimentos de contestação da década de 1960, o corpo passa a ter lugar de fala, ser palco de discursos que determinam a quem pertence aquele corpo e as regras que imperam sobre ele. É neste momento que o corpo passa a ser objeto de estudo das Ciências Sociais. Courtine aponta que o corpo começa a se estabelecer nas relações de poder com as transformações políticas e os movimentos que garantiam o pertencimento do corpo a si próprio. ““Nosso corpo nos pertence!”: nesta palavra de ordem na qual se reconheceram então aquelas que denominaríamos hoje minorias de gênero, de orientação sexual ou de origem, o corpo começou a exercer suas primeiríssimas funções” (COURTINE, 2013, p.15).

David Le Breton (2007, p.9) aponta que nos anos 60 há uma crise da legitimidade do corpo e sua relação com os outros. O destaque ao feminismo, a revolução sexual e as expressões corporais delimitam um novo imaginário sobre o corpo.

Sobre o conceito de poder, optamos por trabalhar metodologicamente com o conceito de *relações de poder*, desenvolvido por Michel Foucault, como forma de justificar o corpo como dispositivo de poder e disputa.

Ao falarmos sobre *relações de poder* em referência ao corpo, destacamos as disputas de sentido, os campos de confronto e de luta. Buscamos tratar dos mecanismos de domínio deste corpo, cada vez mais almejado, aparente, desejado e belo.

O corpo se tornou aquilo que está em jogo numa luta entre os filhos e os pais, entre a criança e as instâncias de controle. A revolta do corpo sexual é contra efeito dessa ofensiva. Como é que o poder responde? Através de uma exploração econômica (e talvez ideológica) da erotização, desde os produtos para bronzear até os filmes pornográficos... (FOUCAULT, 1979, p.147).

Para Foucault (1979) não há uma teoria geral do poder. O autor não procura definir uma essência, com características universais do que significaria o poder. O

poder são formas heterogêneas, em constante transformação, é uma prática social constituída socialmente. O autor ainda nega a concepção de que o poder é uma força exclusivamente repressiva:

O que faz com que o poder se mantenha e que seja aceito é simplesmente que ele não pesa só como uma força que diz não, mas que de fato ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso. Deve-se considerá-lo como uma rede produtiva que atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem como função reprimir (FOUCAULT, 1979, p. 07 e 08).

O poder não existe, o que há são relações de poder, ou seja, o poder se exerce em formas locais, em micropoderes que controlam detalhadamente minúcias como o corpo, através do controle dos gestos, das atitudes, dos comportamentos e dos discursos.

A ação sobre o corpo, o adestramento do gesto, a regulação do comportamento, a normalização do prazer, a interpretação do discurso, com o objetivo de separar, comparar, distribuir, avaliar, hierarquizar. (FOUCAULT, 1979, p. XX)

Para nosso objeto, a conceituação a respeito da legitimidade do poder é valiosa para análise. A revista feminina juvenil, ao determinar certos padrões de comportamento, sobre o que é certo e bem visto para as leitoras, estimula padrões sobre o comportamento de quem consome seu conteúdo. Vale considerar que o consumidor daquele conteúdo não é um sujeito passivo, tem suas crenças e opiniões formadas por toda a carga cultural de sua vida, mas não podemos deixar de considerar que cada vez mais os meios de comunicação ocupam espaço de influência, antes pertencentes à família e à igreja.

Para o Foucault (1979), a verdade é aquilo que é considerado como certo por determinada sociedade como sua “política geral, isto é, os tipos de discursos que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiro... o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer que funciona como verdadeiro” (FOUCAULT, 1979, p.12).

A revista feminina se encontra em uma posição de privilégio, como detentora de um discurso de verdade sobre a mulher, legítimo. Mariana Scalzo (2003) mostra que após o processo de profissionalização da imprensa feminina, com assuntos relevantes ao cotidiano de seu público, as revistas cultivaram um espaço cativo no cotidiano da

mulher, e, através disso, se apropriaram de um certo controle ao determinar o que é correto ou incorreto para as atitudes da leitora.

Esta procura por legitimidades, segundo Le Breton (2007), aponta para uma crise de significações e de valores em nossa sociedade. “O corpo, lugar do contato privilegiado com o mundo está sobre os holofotes”(LE BRETON, 2007, p.10). Assim, em uma sociedade individualista como a nossa esta dúvida sobre as referências tem como consequencia um retorno maior à individualidade.

### **O corpo feminino jovem**

A construção do feminino é um lugar que permeia diferentes discursos e que está cada vez mais no centro das discussões sobre o papel do corpo feminino no que diz respeito a sua liberdade, ao seu comportamento e a sua sexualidade.

Lucia Santaella (2008) acredita que a imprensa feminina, desde o século XX, é um importante instrumento de proliferação dos discursos sobre a identidade feminina. Para a autora, as revistas proporcionam “versões da feminilidade, padrões de moda, autoestima, autonomia e autenticidade” (SANTAELLA, 2008, p.1). As publicações destinadas ao público feminino contribuíram para a expansão dos produtos de beleza, elevando a aparência a uma importante dimensão da identidade feminina.

Esta preocupação com o comportamento e com a aparência constitui um exemplo daquilo que Foucault (2007) chama de “cuidado de si”, que se apresenta como uma intensificação das relações sociais, enfatizando o cuidado que se tem consigo e com os outros. Neste sentido, as revistas femininas, assim como a família e a escola desempenham esta função.

Mas toda essa aplicação a si não possuía como único suporte social a existência das escolas, do ensino e dos profissionais da direção da alma; ela encontrava, facilmente, seu apoio em todo o feixe das relações habituais de parentesco, de amizade ou de obrigação. Quando, no exercício do cuidado de si, faz-se apelo a um outro, o qual adivinha-se que possui aptidão para dirigir e para aconselhar, faz-se o uso de um direito, de um dever que se realiza quando se proporciona ajuda a um outro ou quando se recebe com gratidão as lições que ele pode dar (FOUCAULT, 2007, p.58-59).

A “tecnologia do eu” ou as “técnicas de si” são para Freire Filho (2007) procedimentos dados aos indivíduos para fixar sua identidade, motivar o autoconhecimento para que se atinja um determinado fim, como a felicidade, a sabedoria e perfeição. Santaella (2008) destaca que nesta fórmula, as revistas femininas traduzem em “termos mais apelativos, tais como autoestima, bem-estar físico e psíquico, desejabilidade, popularidade, celebridade etc.” (SANTAELLA, 2008, p. 3).

Mesmo considerando a influência das revistas na valorização de determinados comportamentos em relação aos outros, não podemos deixar de considerar a leitora um ator ativo de sua vida, com pensamento crítico sobre tudo o que lê. Neste sentido, Santaella (2008) aponta no comportamento feminino uma ruptura histórica da mulher da contemporaneidade com seu passado, o que a autora chama de *terceira mulher*.

Trata-se de um novo modelo que comanda o lugar e destino social do feminino e que se caracteriza por sua autonomização em relação a influência tradicional exercida pelos homens sobre as definições e significações imaginário-sociais das mulheres. Em traços sintéticos, os dispositivos que constroem o modelo da terceira mulher são “a desvitalização do ideal da mulher no lar, legitimidade dos estudos e do trabalho femininos, direito de voto, descasamento, liberdade sexual, controle da procriação: manifestações do acesso das mulheres a inteira disposição de si, em todas as esferas da existência” (SANTAELLA, 2008, p.4).

Mesmo com o novo posicionamento da mulher contemporânea, Freire Filho (2007) aponta para uma tendência das revistas destinadas a este público incentivarem um desinteresse pelo feminismo, mesmo em um mundo cheio de conquistas do movimento, como a educação, o trabalho etc.

Em sua versão corrente, o pós-feminismo representaria [...] a simultânea apropriação, distorção e trivialização de premissas e objetivos centrais da segunda onda feminista – repelida como desesperançada e repressora, interessada em submeter as mulheres a um conjunto limitado de comportamentos e crenças politicamente corretas em que todos os aspectos da vida pessoal são rigidamente prescritos e policiados (FREIRE FILHO *apud* SANTAELLA, 2008, p. 2).



Assim, considerando o discurso da mídia, no nosso caso, com ênfase para as revistas femininas jovens, e aquilo que as próprias adolescentes filtram e analisam criticamente como sendo um comportamento positivo ou negativo, chegamos ao conceito que Freire Filho (2003) chama de *estilo de vida*, que o autor conceitua como “a maneira como articulamos nosso discurso [...] nossas preferências em termos de música, cinema, TV, roupa, comida, [...] submetido a julgamento de gosto, serão avaliados como principais indicadores de nossa personalidade, de nossa individualidade” (FREIRE FILHO, 2003, p.1).

Os estilos de vida determinados por Freire Filho buscam delimitar segmentos de mercado com um esforço de pesquisadores e publicitários, com uma considerável importância dos veículos de comunicação. Para o autor, os estilos de vida influenciam nos padrões de consumo, reflete na atitude e nos modos de expressão individuais. “O termo encerra uma dimensão antropológica, sinalizando que nossa “individualidade” e nossa identidade são moldadas dentro de escolhas e estruturas coletivas mais amplas” (FREIRE FILHO, 2003, p. 2).

### **Vulnerabilidade e laços sociais**

Os perfis retratados pelas revistas femininas são muito semelhantes uma às outras. Ao determinar certos comportamentos e formas de beleza como sendo ideais, as publicações acabam silenciando outros formatos. Como afirma Maia (2010), as revistas femininas, com um conteúdo tão semelhante entre elas acabam consolidando um canal de comunicação e identificação entre as mulheres.

No que diz respeito à revista *Atrevida*, seu público alvo são meninas de 14 a 18 anos (Mídia Kit *Atrevida*, 2015). Nesta fase, as jovens leitoras estão em um período de descobrimento sobre seu corpo, seus desejos e suas vontades.

Assim, a influência das revistas ao apresentar um discurso único às suas leitoras de referenciais de beleza e comportamento acaba construindo um corpo ideal, que pode ser objeto de desejo para a maioria das adolescentes.

Mais do que informar ou entreter, a imprensa feminina passou a assumir papel relevante na elaboração do eu feminino ao trazer

matérias de comportamento, dar voz a personagens reais, abrir espaço para a comunicação das mulheres com seções de cartas e de perguntas e respostas. As revistas femininas se tornam, então, um espaço não físico de comunhão e troca de sentimentos entre as mulheres, algo como as comunidades emocionais de Weber (*apud* MAFFESOLI, 2000) ou as tribos, das quais tanto fala o francês Michel Maffesoli (MAIA, 2013, p.6).

Há um discurso nas revistas que relaciona a felicidade e autorealização à busca de um corpo belo e aprimorado pelos produtos e serviços divulgados nas revistas. Esta saga pela felicidade é capitaneada pela imagem de celebridades, sempre felizes, bem sucedidas e realizadas.

Somado a este discurso, percebemos certos traços da cultura do narcisismo que, para Birman, é “a problemática da *imagem* que se inscreve no primeiro plano na preocupação dos agentes sociais.” (BIRMAN, 2012, p.54). Neste ponto há um grande protagonismo da figura feminina que chame a atenção do outro.

Os laços sociais se restringiriam então ao campo da imagem, de maneira que a cena social se reduziria à retórica do narcisismo. Seria a produção e a exaltação desenfreada das imagens de si mesmo, para o deleite do outro, num campo sempre imantado pela sedução, o que passaria a dar as cartas do jogo na estética performática do espetáculo (BIRMAN, 2012, p.55).

Mas o que acontece com a leitora, a adolescente que não se sente representada nos discursos majoritários da revista? Quais são os traços de personalidade, estilo e beleza que a revista aponta como sendo errados ou não aceitáveis? Podemos detectar esses discursos por dois pontos: reconhecendo o que é dito negativamente sobre alguma característica pela revista ou também através do não-dito, do silenciamento, quando a publicação não fala sobre determinado comportamento ou beleza que não é considerado como positivo.

As revistas femininas, ao determinarem certos padrões de comportamento como sendo corretos também determina o que seria um padrão vulnerável, aquele que não é reconhecido, que é deixado de lado ou visto negativamente.

A presença de um discurso normativo sobre os corpos também é analisada por Judith Butler (2002) no que diz respeito ao sexo. A autoridade das normas do sexo vem do fato de que elas são citadas, assim, nos identificamos com as regras.

O sujeito está comprometido com o poder ao qual se opõe, dado que são as normas que discute as que estão implicadas em sua formação como sujeito. Butler destaca que a ação do sujeito é interna e não externa ao poder e que, por isso, a capacidade de ação não pode se conceber a partir do ângulo do sujeito voluntarista, livre para escolher incondicionalmente. Porém ele tem força para atuar. O entrelaçamento das citações pode ser desfeito em favor de outorgar significação a corpos e estilos da vida que a lógica simbólica hegemônica excluiu como abjetos para fortalecer, por esse meio, o valor daqueles corpos normativos que foram designados, materializados, como corpos que importam (DIAZ, 2003, p. 447).

Interpretando os estudos de Butler para a análise dos comportamentos exaltados pelas revistas, percebemos que os elementos discursivos presentes acabam de certa forma acompanhando à realidade. Parece haver construções discursivas, olhares sobre os corpos, os gestos e os comportamentos que são construções discursivas constitutivas, que já se encontram impregnadas em nossa história.

Sendo assim, vale pontuar que ao analisar as revistas e determinar quais os comportamentos exaltados pela mesma, não podemos desconsiderar que aquele discurso já estava presente antes, em algum lugar na nossa sociedade que o faz ser considerado legítimo.

## **Metodologia**

Para compreender quais os discursos que se relacionam ao comportamento ideal feminino, optamos por analisar o teste “Você é uma namorada legal?”, publicada em uma edição especial da revista *Atrevida*.

Na edição estudada, número 30 de 2000, a revista trata exclusivamente do tema amor, que desperta o interesse das jovens leitoras desta faixa etária. A revista é uma edição especial com vários testes, entre eles, o que será analisado neste artigo.

Nossa intenção é delimitar, através da Análise de Discurso Francesa, quais são os discursos apontados pela revista no que diz respeito ao comportamento da jovem no papel de namorada. A opção metodológica pela Análise de Discurso se justifica por ser uma disciplina que trabalha o que Eni Orlandi (2001) chama de *opacidade do texto*, ou seja, a inscrição da língua na história para que ela signifique.

Com a Análise de Discurso, não pretendemos determinar discursos como sendo verdadeiros, nossa intenção é “compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história” (ORLANDI, 2005, p.15). Assim, o discurso não pode ser assumido como o conjunto do que se diz, mas como algo que está presente na história. “Ele está outro tanto no não dito, ou no sinalizado por gestos, atitudes, modos de ser, esquemas de comportamento, deslocamentos espaciais. O discurso é o conjunto das significações coercitivas e constringedoras que perpassam as relações sociais” (COURTINE, 2013, p. 26).

Ao analisar os discursos presentes no teste da revista *Atrevida*, que pretende determinar comportamentos ideais para aquilo que ela considera ser uma namorada legal, tentamos reconstruir, para além das palavras, o regime dos olhares e a economia dos gestos que permeiam este discurso.

O termo “discurso”, portanto, não deve ser aqui uma fonte de ambiguidade ou de confusão: o problema não é senão secundariamente linguístico, e o material de linguagem nada mais que um dos rastos concretos da existência de um dispositivo muito mais vasto e complexo que Foucault denominou então “formação discursiva”, e nada de outro senão uma das vias de acesso possíveis à reconstrução dessas (COURTINE, 2013, p. 57).

Didaticamente, as formações discursivas se dividem entre processos parafrásticos e polissêmicos. Orlandi (2005) considera que processos parafrásticos “são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória.” A paráfrase representa a repetição, o retorno a espaços do dizer. Ao contrário das paráfrases, podemos também identificar os processos polissêmicos

nos discursos que podem ser entendidos como “deslocamento, ruptura de processos de significação. Ela joga com o equivoco” (ORLANDI, 2005, p. 36).

Decorre daí a afirmação de que a paráfrase é a matriz do sentido, pois não há sentido sem repetição, sem sustentação no saber discursivo, e a polissemia é a fonte da linguagem uma vez que ela é a própria condição de existência dos discursos pois se os sentidos – e os sujeitos- não fossem múltiplos, não pudessem ser outros, não haveria necessidade de dizer. A polissemia é justamente a simultaneidade de movimentos distintos de sentido no mesmo objeto simbólico (ORLANDI, 2005, p. 38).

O olhar sobre a corporeidade está sujeito a múltiplas interpretações, situadas em formações discursivas diversas. Na mídia impressa, o fenômeno também está presente. A composição da chamada da notícia, a escolha da foto, com um determinado ângulo, a escolha das cores e a diagramação das páginas produzem uma materialidade que quase sempre condiz com o texto da notícia.

Podemos tratar ainda da condução de sentidos, não do fato noticiado propriamente dito, mas da linha editorial da publicação. O não-dito é um processo de silenciamento que se traduz em múltiplos sentidos, ao qual denominamos equívoco:

O equívoco nos remete ao modo de funcionamento da ideologia: o que está presente por sua ausência necessária. O equívoco é estruturante e não de conteúdo. Todas essas características do sujeito e do sentido, funcionando ideologicamente, devem ser tomadas em conta pelo dispositivo do analista. De tal modo que o apagamento das evidências produzido pelo dispositivo sobre o olhar-leitor (a exposição do olhar leitor à opacidade do texto) trabalha a interpretação enquanto exposição do sujeito à historicidade (ao equívoco, à ideologia) em sua relação com o simbólico (ORLANDI, 2001, p. 25).

### **Você é uma namorada legal? Análise de teste de comportamento da revista Atrevida**

Para determinar qual o comportamento estimulado como correto pela revista Atrevida, optamos por analisar testes destinados às adolescentes desenvolvidos pela publicação. Os testes, muito tradicionais em revistas femininas, é uma forma simples



e direta de pontuar comportamentos em determinada situação, analisando de acordo com as respostas das leitoras, aquilo que seria correto ou mal visto.

Para análise neste artigo em específico, escolhemos a edição especial de testes chamada “Atrevida mini”. Na capa da publicação ainda a edição número 30, de 2000, aponta que esta revista é um especial sobre o tema amor.

Em meio aos diversos testes da revista, escolhemos pela análise do intitulado “Você é uma namorada legal? – Pode ser que você saiba agradar ao gato. Mas talvez esteja pisando na bola com ele.” A escolha se justifica por ser o relacionamento amoroso um tema importante no universo adolescente e na construção de laços com outras pessoas.

O teste é estruturado em 10 perguntas, cada uma com três alternativas. Após respondê-las, a leitora conta seus pontos de acordo com as alternativas que escolheu e assim determina seu resultado. Há três resultados possíveis e nossa intenção é analisar discursivamente quais são os discursos implícitos nos três resultados do teste, apontando quais seriam os comportamentos e atitudes adequadas para uma adolescente no papel de namorada.

O primeiro resultado tem o título de “Brrrr...que frieza!” com a seguinte descrição:

Seu namorado deve ser um santo por estar ao lado de uma menina tão indiferente. Veja só: você não demonstra ter um pinga de ciúme, não se esforça muito para agradá-lo e parece não se preocupar com os sentimentos dele. Será que está mesmo ligada nesse garoto? Se a resposta for sim, é hora de mudar seu jeito de agir, até porque nenhum namoro resiste a tanta frieza. Seja carinhosa, participe mais da vida do gato e não tenha medo de mostrar o que sente. Você vai ver como o romance vai ficar mais emocionante! (ATREVIDA, 2000, p.22)

A partir deste resultado percebemos que a frieza da adolescente em relação ao seu namorado não é uma atitude bem vista pela revista. Atrevida determina como frieza a falta de ciúmes e o não esforço em agradar o parceiro. Em seguida, a revista sugere que a adolescente seja mais carinhosa e participe mais da vida de seu namorado. Uma possibilidade de análise seria determinar que a figura feminina tem o controle da situação.

No momento em que ela aceita aquele comportamento, ela é bem vista, ela está no controle da situação. A preocupação seria no bem estar da própria mulher, do seu ego em relação ao parceiro por ela se ver no controle da situação.

O segundo resultado possível para o teste chama-se “Dá-lhe garota!”. Na descrição, o esforço em fazer aquilo que não se gosta para agradar o parceiro aparece novamente como sendo uma característica positiva para se tornar uma namorada legal. Segue a descrição:

Seu namorado é um sortudo, e motivos para isso não faltam. Para começar você é uma ótima companhia e até topa fazer uns programas meio bestas só para vê-lo feliz. Além disso, dá atenção ao gato quando ele está mal da cabeça, sabe a hora de pedir desculpas e não tem vergonha de dizer, com todas as letras, quanto o ama. De quebra, evita ceninhas bobas de ciúme e não descuida do visual por nada deste mundo. Com atitudes como essas, você tem tufo para deixar seu amor cada vez mais apaixonado! (ATREVIDA, 2000, p.23)

Mais uma vez vemos um protagonismo do papel da mulher no domínio da relação. Percebemos um certo narcisismo nos dois resultados em que o papel de domínio faz com que a mulher se sinta bem primeiro com ela mesma e depois com o seu relacionamento. Ao aceitar o comportamento do parceiro, a mulher toma o controle para si. Há uma margem tênue entre o narcisismo e o encontro com o outro, com o parceiro e a qualidade do relacionamento.

O terceiro resultado possível para o teste é aquele com o resultado menos positivo para o que a revista Atrevida considera como características de uma namorada legal. O texto é intitulado “É bom manear...”:

Que você tenta ser uma namorada legal não há dúvida. Mas sua fissura em agradar o gato é tão grande que o tiro acaba saindo pela culatra. É o que acontece, por exemplo, quando você muda de opinião ou finge curtir um programa só para não desapontá-lo. Quem disse que ele não percebe? Além disso, você exagera um bocado nas demonstrações de afeto, o que pode deixar o menino constrangido e até de saco cheio. Outra coisa: ciúme excessivo não é prova de amor, mas de insegurança. Tente pegar mais leve, tá? (ATREVIDA, 2000, p.23)

Neste ponto, ao analisar os três resultados possíveis no teste, percebemos uma contradição da revista em relação às características da namorada legal. No último

resultado, o mais negativo, a revista aponta que a necessidade da adolescente em estar sempre agradando seu parceiro como um defeito, que não a permite ser uma boa namorada. O exagero nas demonstrações de afeto também aparece como um defeito, a frieza era vista como algo negativo.

Em todos os discursos há um protagonismo da figura feminina que influencia diretamente na relação. Há um certo narcisismo da mulher nas decisões que refletem em sua relação com o outro.

Assim, nos três resultados, por mais que em um primeiro olhar se pareçam distantes, apresentam uma única formação discursiva (FD). Os três resultados a respeito das características da figura da namorada são parafrásticos, mantém uma estrutura comum. A adolescente, sendo ou não uma boa namorada, é aquela que tem o controle da relação, o domínio sobre suas atitudes que a permitem se sentir bem com ela mesma, em uma atitude narcisista.

Ao se privilegiar um discurso único, a revista silencia um outro perfil, a da namorada passiva, que coloca os prazeres de seu parceiro como prioridade em relação a sua própria vontade

Ao silenciar este perfil a revista reitera sua posição editorial de exaltar o empoderamento da mulher, a adolescente em formação que está conhecendo o relacionamento amoroso como protagonista desde este primeiro momento.

## Referências

BIRMAN, Joel. *O sujeito na contemporaneidade*. Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2012.

COURTINE, Jean Jacques. *Decifrar o Corpo- Pensar como Foucault*. Tradução de Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

DÍAZ, Elvira Burgos. *Desconstrução e subversão: Judith Butler*. Tradução de Magda Guadalupe dos Santos e Bárbara Bastos. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/SapereAude/article/viewFile/5543/5507>. Acessado em 15 jul 2015.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador – Uma história dos costumes*. Tradução: Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 1990.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Organização e Tradução: Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade III- O cuidado de si*. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. 9.ed. São Paulo: Graal, 2007.

FREIRE FILHO, João. *Poder de Compra: Pós-feminismo e consumismo nas páginas da revista Capricho*, in Imagem, Visibilidade e Cultura Midiática, Ana Silvia Médola (orgs.), Porto Alegre: Sulinas, pp. 113-140, 2007.

\_\_\_\_\_. *Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós – modernidade*. ECO-PÓS, volume 6, p. 72-97, 2003. Disponível em: <http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/jfreire9.pdf>. Acessado em 01 de julho de 2015.

LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. Tradução de Sônia M. S. Fuhrmann. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

MAIA, Mayara Luma Assmar. *As revistas femininas na pós-modernidade: a construção de um canal de comunicação e identificação entre as mulheres*. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0194-1.pdf>. Acessado em 01 jun. 2015.

MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revista: a fragmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho D'água, 2003.

ORLANDI, Eni P. *Análise de Discurso – Princípios e Procedimentos*. 6.ed. Campinas. São Paulo: Pontes, 2005.

\_\_\_\_\_. *Discurso e Texto – Formulação e Circulação dos Sentidos*. Campinas. São Paulo: Pontes, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. *Mulheres em tempos de modernidade líquida*. Revista Comunicação e Cultura. 6º edição, 2008, p. 105-113. Disponível em: [http://cc.bond.com.pt/wp-content/uploads/2010/07/06\\_05\\_Lucia\\_Santaella.pdf](http://cc.bond.com.pt/wp-content/uploads/2010/07/06_05_Lucia_Santaella.pdf). Acesso em 05 jul 2015.

## **Entre os nervos do Leviatã:<sup>1</sup>**

um ensaio sobre as tecnologias da comunicação nas metáforas do Estado-nação  
corporificado

João Guilherme Santos<sup>2</sup>

### **Resumo**

As metáforas utilizadas para descrever o Estado-nação como “corpo” na teoria política variam de metáforas “espiritualizadas” adotadas por Platão, Aristóteles, Cícero, Hobbes e Hegel, a metáforas biológicas como as do zoologista alemão de inspiração darwinista Friedrich Ratzel, e do geógrafo sueco Rudolf Kjellén. Nestas últimas perspectivas, unindo os diversos membros e órgãos do “Estado-corpo”, figuram os meios de comunicação e a cultura. A retomada recente de alguns aspectos destas metáforas e da figura do Leviatã em estudos sobre internet exemplifica uma leitura particular das inovações tecnológicas envolvendo a comunicação e política, particularmente presente após a invenção do telégrafo: a idéia de um corpo político global, que emerge de um sistema nervoso tecnológico e transnacional.

### **Palavras-chave**

Tecnologias da Comunicação; Leviatã; Comunicação e Política; Metáforas Estruturais

É esta a geração daquele grande Leviatã, ou antes (para falar em termos mais reverentes) daquele Deus Mortal, ao qual devemos, abaixo do Deus Imortal, nossa paz e defesa. Pois graças a esta autoridade que lhe é dada por cada indivíduo no Estado, é-lhe conferido o uso de tamanho poder e força que o terror assim inspirado o torna capaz de conformar as vontades de todos eles, no sentido da paz em seu próprio país, e ajuda mútua contra os inimigos estrangeiros.

Thomas Hobbes, Leviatã, Capítulo XVII

Diversos estudos de referência sobre internet e política recuperam a metáfora do Leviatã – monstro bíblico utilizado por Hobbes para expressar o soberano que

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido - do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, jornalista e editor do Diretório de Teses e Dissertações da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política



conjuga todos os cidadãos em um só corpo – para fazer alusão ao poder das populações conectadas “em um só corpo” através das tecnologias da comunicação. *Internet Leviathan*, segundo capítulo de *Cyberpolitics: citizen activism in the age of the Internet*, de Kevin A Hill e John E Hughes (1998), *Digital Leviathan* em *New Media Campaigns and the Managed Citizen: Communication, Society and Politics* de Philip Howard (2006) e *Images of Leviathan*, sétimo capítulo de *The Good Citizen: How A Younger Generation Is Reshaping American Politics* de Russell Dalton (2008). Na política internacional, percebendo uma clara alusão à filosofia de Hobbes no termo *Shock and Awe* (bombardeio estadunidense em Bagdá em março de 2003), Richard Drayton observa, em artigo publicado no Guardian em 29 de dezembro de 2005, que figuras importantes da política externa norte americana como Paul Wolfowitz e Richard Perle, inspirados pelo filósofo político classicista Leo Strauss, haviam se proposto a adaptar Hobbes ao século XXI difundindo o terror tecnológico para criar submissão. (GINZBURG, 2014, p. 31). O medo ou reverência em relação à onipotência tecnológica muitas vezes parece ocupar o lugar do antigo terror pela onipotência terrestre do Leviatã.

Mesmo que estes estudos não aprofundem ou busquem filiações teóricas com o Hobbes, mantendo apenas uma relação de alusão ao “Leviatã”, o estabelecimento de paralelos e metáforas pode ser indicativo de uma estrutura de pensamento, uma vez que, ao entender uma coisa nos termos de outra, deixamos de lado sentidos incompatíveis com a analogia em questão – como, por exemplo, nas expressões “investir tempo produtivamente”, “gastar tempo”, “ganhar tempo”, relacionadas à metáfora estrutural “tempo é dinheiro”, que ignoram dimensões não monetárias do primeiro termo incompatíveis com o segundo (LAKOFF e JOHNSON, 2002).

Não propomos que os pensadores citados na abertura deste trabalho estejam comprometidos com uma abordagem hobbesiana, mas julgamos que esta recorrência da margem para uma análise sobre a relação entre o pensamento de Hobbes a respeito do Estado-nação e da função da tecnologia/ciência na produção de um conhecimento “superior”, e algumas perspectivas otimistas presente em outros autores com relação ao corpo de cidadãos conectados através da internet. Para que este ensaio possa

cumprir sua proposta, cabe uma breve retomada de alguns pontos do pensamento de Thomas Hobbes.

Hobbes aceita o postulado dos estudos sobre retórica envolvendo a incerteza inerente à tomada de decisão a partir de debates, mas o utiliza contra os próprios defensores da retórica, colocando, no lugar da necessidade de constante reavaliação proposta por Cícero, a necessidade de um julgamento unívoco que não esteja subordinado às limitações individuais de cada súdito.

Ele constrói uma noção de soberania em oposição à “retórica puritana de consciência” e seus “julgamentos de consciência”. Influenciada pelo pensamento de Willian Perkins, a retórica puritana diferencia *scire* (aquilo que pode ser alcançada por um homem sozinho) e *conscire* (aquilo conhecido mutuamente por duas ou mais pessoas), para defender que, como só Deus conheceria os pensamentos do homem, a consciência – derivada de *conscire* – só seria possível entre um homem e Deus. A relação entre um homem e seus julgamentos de consciência passa a ser inviolável e, em certo sentido, potencialmente dogmática:

When Hobbes wrote about the dangers of “private judgment” He often had a particular sort of private judgment in mind – the private judgment of conscience. Appeals to conscience were the regular form of public preaching among the Puritan ministers so important to seventeenth-century politics in England. A claim of conscience was a claim that one’s judgment or opinion was inviolable, even if the magistrate should demand otherwise. Hobbes viewed appeals to conscience as subversive efforts to incite sedition (GARSTEN, 2006, p. 42).

A influência das teorias republicanas sobre os puritanos fazia com que o estímulo a controvérsias fosse misturado com o dogmatismo das opiniões baseadas em julgamentos de consciência. Para Hobbes, uma vez que pessoas que desejavam aplausos poderiam sacrificar tanto a estabilidade política quanto a verdade em nome de sua própria reputação, ou colocar suas opiniões pessoais como julgamentos de consciência invioláveis, a solução seria a transferência do julgamento público para o soberano, que se basearia em uma consciência pública e não mais privada. O julgamento de consciência privado não legitimaria a posição de pessoas que colocam seus julgamentos particulares e autointeressados como sendo uma razão pública, uma vez que esta razão precisaria se vincular à consciência igualmente pública. De acordo

com Bryan Garsten (2006), Hobbes teria sido o primeiro filósofo inglês a utilizar a expressão “razão pública” para definir uma classe distinta de argumentos que deveriam ser aceitos como legítimos na esfera das questões públicas, mesmo que não o fossem na esfera privada. Desta forma, mesmo que discordasse de uma lei, o homem que a obedecesse estaria obedecendo sua consciência, mas não sua consciência privada (GARSTEN, 2006, p. 27-44).

A oposição de Hobbes ao julgamento individual e à retórica está diretamente relacionada com o problema da verdade nas ciências e busca por unidade religiosa. Admirador da geometria de Euclides e em busca de um modelo similar para teoria política, Hobbes contrapunha claramente a variedade de verdades nas ciências distantes da lógica formal à verdade unívoca das ciências da natureza. Esta não é, contudo, a única inspiração de seu pensamento político:

Ele contrapôs várias vezes a fecundidade das ciências da natureza à inconclusão da filosofia moral, e declarou ter se inspirado, como filósofo moral, no modelo de Euclides. Mas como foi notado, é difícil acreditar que a mente de Hobbes tivesse despertado apenas aos quarenta anos, depois da leitura de Euclides (GINZBURG, 2014, p. 19).

Contrapondo-se à ótica valorizada na metáfora das ‘visões’ religiosas, Hobbes utiliza o exemplo dos fenômenos de refração e reflexão relacionados aos ângulos de incidência da luz, através dos quais pode-se fazer com que um objeto aparente estar onde não está efetivamente, separando portanto um objeto de sua aparência. Assim como pessoas atribuem cores a objetos de acordo com impressões particulares, elas também chamariam objetos de bons quando a qualidade positiva destes objetos se originaria na verdade nas próprias mentes e desejos do avaliador. As pessoas tenderiam, portanto, a atribuir erroneamente objetividade a suas respostas subjetivas, fazendo com que seus desejos em relação a um objeto específico sejam apontados como uma qualidade inerente a este. Não teríamos garantias de que eles correspondem a alguma realidade externa objetiva e que não estamos nos enganando. Opiniões seriam apenas projeções de nossas concepções internas sobre o que seria o mundo externo. Embora os cidadãos sejam igualmente capazes de sentir paixões, os

objetos de suas diferentes paixões mudam, assim como seus próprios julgamentos ao longo do tempo (GARSTEN, 2006, p. 47-50).

Neste sentido, sua objeção à inconclusividade das ciências distantes da geometria, seu repúdio a propostas democráticas e à prática da retórica, estão intrinsecamente relacionados. De acordo com Nadia Urbinati, o fato dele não reconhecer diferenças efetivas entre tradições díspares como a democracia representativa e a democracia direta é significativo:

Hobbes compreendeu que a democracia é sempre uma mistura de igualdade e aristocracia, de tal modo que ela consiste tanto no igual direito de voto como também no igual direito de fala; e o discurso é o veículo para a distinção individual, a pluralidade e a alteração que a eleição regula (URBINATI, 2006, p. 215).

Como apontado por Carlo Ginzburg, uma análise comparativa entre os trabalhos de Hobbes mostra que sua oposição irreduzível frente ao caos que decorreria da pluralidade de julgamentos individuais, levada a suas últimas consequências, está associada a experiências históricas concretas presentes em outros trabalhos do autor e não apenas a um experimento mental relacionado com o que seria o estado de natureza. Neste sentido seu trabalho como tradutor de Tucídides, particularmente o segundo livro da guerra do Peloponeso onde se descreve a anomia decorrente da peste que assolou Atenas em 429 a.C., traz indícios significativos. Sua primeira descrição da submissão do raciocínio e conduta de cada um a suas próprias paixões não decorre da inexistência de Estado, mas precisamente da insubordinação às coerções políticas e religiosas então vigentes:

O que antes se fazia, mas só às escondidas, para o próprio prazer, agora era ousado mais livremente: assistia-se a mudanças súbitas, havia ricos que morriam de repente, e gente que não tinha nada de uma hora para outra se via em posse de riquezas pertencidas àqueles; por isso as pessoas se achavam no direito de se abandonar a rápidos prazeres, voltados para a satisfação dos sentidos, considerando um bem efêmero tanto o próprio corpo quanto o próprio dinheiro [...]. O medo dos deuses ou as leis humanas já não representavam um freio, de um lado porque aos olhos deles o respeito aos deuses ou a irreverência eram agora a mesma coisa, uma vez que viam todos morrerem do mesmo modo; de outro lado porque, tendo cometido faltas, ninguém esperava se manter vivo até o julgamento ou a prestação de contas (GINZBURG, 2014, p. 20).

Expressões utilizadas por Hobbes em sua tradução de Tucídides envolvendo esta anomia reaparecem no Leviatã como solução para os problemas do estado de

natureza. Para Hobbes, Estado e religião teriam origens no medo, tornando quase natural a associação entre figuras religiosas assustadoras como o Leviatã, presentes no livro de Jó, e a estrutura do Estado monárquico centralizado. Abandona-se, portanto, o postulado de Cícero sobre a valorização da argumentação “in ultramque partem” (capaz de defender e se colocar em diferentes posições dentro de uma mesma controvérsia), relacionada com o reconhecimento de que há uma incerteza inerente a questões morais e políticas, bem como sobre o que pode ser considerado justo e bom. A função da apropriação retórica hobbesiana que volta a eloquência para estudos geométricos seria minimizar a incerteza e a existência de controvérsias, levando o homem a agir como servo da ciência. O pensamento científico seria, por definição, não controverso e, portanto, um fundamento estável e seguro para política (GARSTEN, 2006).

Reconhecido o imperativo da incerteza que serve de base para o desenvolvimento da retórica, no lugar de aceitar o postulado de que as conclusões dos debates são prováveis e nunca infalíveis, o autor propõe a solução deste problema através da subordinação da esfera política ao soberano unívoco. No entanto, Hobbes não abre mão da retórica e da utilização de metáforas, e a própria imagem do Leviatã como um gigante composto pela união de vários corpos pequenos, resultado da união e não apenas do consenso, confirma isso: “He elaborated this metaphor with series of submetaphors, trough which particular organs of the state were linked to organs of faculties of the artificial man; magistrates were the joints, punishments the nerves, laws the Will, and so on” (GARSTEN, 2006, p. 26).

O elemento de unificação através do medo recebe, no pensamento de Hobbes, o nome que no livro de Jó remete ao gigantesco animal marítimo que não encontraria “sobre a terra poder comparável ao dele” – afirmação presente na capa de algumas edições da obra – o Leviatã (GINZBURG, 2014, p. 16-25).

Nos voltamos agora para o Estado-nação e as teorias que retomaram esta ideia do Estado como corpo político, levando em consideração o modo como as tecnologias da comunicação ligariam todos os órgãos a todos os lugares e ressaltando que diversas questões importantes da área ficam em segundo plano frente a esta estruturação



metafórica. Considerando a associação entre a ideia de Leviatã e a de Estado, exploramos historicidade da configuração atual do Estado nação e sua relatividade para que tenhamos uma visão menos naturalizada, que nos permita entender alguns condicionantes das metáforas utilizadas para descrever o Estado e a função social das tecnologias da comunicação.

Seguindo as análises de Eric Hobsbawm, o conceito de *nação* como corpo de cidadãos cuja soberania coletiva e expressão política se materializam na forma do Estado tem ligação direta com a associação entre os conceitos de *nação* e *governo* a partir do final do século XIX. Antes disso a palavra nação designava grupos identitários fechados, como no caso das “nações de mercadores estrangeiros”, sem vinculações territoriais rígidas correspondentes (HOBSBAWM, 2008, p. 28-31).

O que atualmente concebemos como Estado se aproxima das definições esboçadas em 1648 no tratado Paz de Vestfália: o conceito de um Estado soberano governado por uma autoridade que controla um território e população determinados, que não estão sujeitos ao controle equivalente por outros atores, o direito a autodeterminação, e o reconhecimento de que as fronteiras e a integridade territorial destes Estados devem ser respeitadas pelos demais países (HEROD, 2011).

Uma série de jurisdições entrecruzadas e sobrepostas de nobres, autoridades religiosas, reis e imperadores se somava ao código feudal, essencialmente pessoal, o que fazia com que fosse difícil identificar uma única autoridade organizando um território rigidamente delimitado dentro desta rede de poder relativamente descentralizada. Neste sentido, é a vinculação entre o conceito de *nação* e a ideia de Estado soberano que faz com que se atribua dimensões territoriais às nações, delimitadas pelo alcance do Estado correspondente. O entendimento de que o território é um domínio jurisdicional regulado e vinculado unicamente ao Estado, com monopólio da moeda, políticas fiscais e finanças públicas, voltado para garantia da segurança de propriedade e contratos dentro de suas fronteiras, se afirmou como um dos princípios de organização política mais fortes do final do século XIX e de todo século XX (MORRIS, 2005, p. 59).

Além de tornar os conceitos de *Estado* e *nação* congruentes, esta proposta altera a própria concepção de *território*, anteriormente desvinculada do conceito de Estado e em que uma província poderia ser dada como presente de casamento de um aristocrata para outro, por exemplo (HEROD, 2011, p.180). Outros pontos de referência podem ser utilizados para apontar a aproximação entre Estado e nação, como o Congresso de Viena, a Revolução Industrial, o desenvolvimento da cartografia durante o Iluminismo, entre outros.

O reconhecimento desta historicidade não diminui a importância política do Estado nação, nem indica aceitação de propostas que afirmam a queda da relevância desta organização política em decorrência de novas formas de interação online. Não há uma oposição entre a liberdade na internet e a soberania e poder dos Estados-nação, em que estes últimos estariam supostamente em cheque devido à globalização.

Seria um equívoco pensar em soberania em termos de “mais ou menos” soberania ao invés de considerar o aumento na complexidade do conceito em uma redistribuição de poder em diferentes níveis, e não um poder absoluto que varia em uma escala numérica (HEROD, 2011, p.208). O fluxo de informações trata apenas de uma das diferentes dimensões da soberania. Além disso, a construção de redes de fibra ótica, a constituição de uma rede mundial de computadores através desta infraestrutura e a regulamentação (ou não) da internet dependem largamente de decisões dos Estados e associações entre Estados.

Por fim, Herod aponta o retorno ao contexto de lealdades complexas e sobrepostas que eram tidas como marcas do período medieval citado anteriormente – onde a lealdade a nobres, famílias e figuras religiosas se relacionava ao código feudal, realeza e seus contratos – e formas de soberania anteriores ao nacionalismo e à congruência entre Estado e nação (HEROD, 2011, p.209).

A metáfora do Estado como corpo, no entanto, retoma elementos como os advogados por Friedrich Ratzel, zoologista alemão de inspiração darwinista que advogava que a região natural destes “organismos” era diferente das fronteiras artificiais utilizadas para proteger os Estados fracos. Evidentemente, este pensamento foi uma inspiração para teóricos que justificavam a expansão nazista e a díade

cultura/comunicação estatal garantia a organicidade destes Estados corporificados. Posteriormente, o geógrafo sueco Rudolf Kjellén expande a metáfora de Ratzel para diversos domínios, sendo apropriado por ditadores como Mussolini e ainda brasileiros como General Golbery do Couto e Silva, que adota Ratzel e outros teóricos alemães usados na justificação do nazismo para definir comunistas como células cancerígenas (HEROD, 2011, p.183-190).

As metáforas em questão não necessariamente são congruentes às fronteiras propostas para Estados e sua estrutura formal, mas correspondem ao seu potencial funcionamento orgânico e supostamente onipotente. É a associação entre metáforas citadas anteriormente e a percepção de que não se pode escapar do avanço tecnológico, além da ideia de uma interconexão crescente que conjugaria cidadãos de diversos países em um só ator político, que marcam a retomada da figura do Leviatã em parte da literatura sobre internet e política. É fundamental, portanto, entender como o imaginário sobre as tecnologias eletrônicas da comunicação possibilitam – e potencializam consideravelmente – esta retomada.

A ideia de homens como servos da ciência unívoca em um corpo político absoluto – atualizando e levando parte das propostas de Hobbes às últimas conseqüências – marca algumas distopias do século XX, particularmente presente no Estado Mundial descrito por Aldous Huxley em Admirável Mundo Novo, que toma o nascimento de Ford como referência temporal (a.F e d.F), centrada no progresso técnico e na valorização da estabilidade ao preço de qualquer forma de arte individual. Por outro lado, em um extremo oposto, o advento do telégrafo elétrico e a construção de uma malha de fios conectando diferentes cidades tiveram grande repercussão tanto entre jornalistas e estudiosos da cultura quanto entre observadores leigos:

Os fios não se pareciam com nada na arquitetura e com poucas coisas na natureza. Os escritores em busca de similitudes pensaram em aranhas e suas teias. Pensaram em labirintos. E havia outra palavra que pareceu apropriada: a terra estava sendo coberta, diziam as pessoas, por uma rede de fios de ferro. “Uma rede de nervos feitos de fios de ferro, ativada pelo raio, vai se ramificar a partir do cérebro, Nova York, para os distantes membros e órgãos”, decretou o New York Tribune. “Toda uma rede de

fios”, escreveu a Harper’s, “tremendo de um extremo ao outro com os sinais da inteligência humana” (GLEICK, 2013, p. 160).

O tempo e o espaço estariam sendo aniquilados pela expansão tecnológica, que expandiria consigo o alcance de um corpo político inteligente. Como apontado no início deste capítulo, metáforas têm desdobramentos diversos que muitas vezes deixam aspectos importantes em segundo plano. Retomaremos este ponto em breve.

É dentro destas expectativas que podemos entender a chamada *tecnognose* (FELINTO, 2005) que marcaria boa parte dos estudos de cibercultura após o advento da internet. Nestes ensaios e artigos começa a se tornar perceptível aquilo que marcaria boa parte do que foi definido como o *imaginário da cibercultura*. Seguindo a proposta de Erick Felinto (2005), este imaginário estaria repleto de metáforas, comparações e conceitos que aproximariam as tecnologias digitais do universo religioso, mais especificamente com a *gnóstica* ou, neste caso, uma *tecnognose*. A associação entre tecnologia e o impulso religioso de transcendência, que atribui a esta primeira a capacidade final de transcendência das limitações humanas, se dá em uma linguagem que possui diversas analogias com o pensamento religioso: “Entre as utopias dos tecnófilos, destaca-se uma que pode ser encarada como síntese máxima de todas as outras. Trata-se da idéia da máquina suprema, capaz de estar em toda parte, conjugando, automatizando processos e reunindo informações” (FELINTO, 2005, p. 119).

Neste contexto, é compreensível que a internet tenha potencializado este discurso em diferentes esferas acadêmicas e que diversos autores apontem para o viés “estranhamente religioso” da perplexidade de autores otimistas com tecnologias online, onde o fosso entre os dados binários brutos e sua aparição animada em telas interativas é compatível com a noção religiosa de que um “universo desordenado recupera a ordem pelo poder da metáfora” (JOHNSON, 2001, p. 173), em que a tecnologia é a interface que transforma um universo incompreensível de dígitos binários em imagens, sons, vídeos, etc.

É interessante, portanto, voltar à proposta de Carl Schmitt sobre a esfera técnica como centro dominante da vida intelectual em diferentes países, onde se

depositam esperanças de resolução dos problemas da humanidade que em outras era prioritariamente atribuídas a outros centros – como o teológico, o metafísico e o humanitário-moral, sem buscar linhas de progresso ascensional. Esta crítica cabe à proposta de Hobbes, de buscar nos resultados unívocos da geometria um modelo para produção de conhecimento social. Para Schmitt, as invenções e realizações técnicas engendrariam uma “religião do progresso técnico”, segundo a qual todos os problemas da humanidade se resolvem por si só graças ao progresso técnico. Haveria a passagem da crença em uma religiosidade mágica para uma técnica igualmente mágica (SCHMITT, 1992).

Em mais um exemplo, vale apontar o pensamento do teólogo e filósofo Teilhard de Chardin, em análise de Muniz Sodré:

a rede promove uma nova integração espaço temporal de grupos de indivíduos, gerando a sensação de pertencimento a um *todo*, o império tecnológico, considerado tanto em suas dimensões político-econômicas quanto semiótico-psicológicas [...] Este todo assemelha-se ao que Teilhard de Chardin descrevia como o “ultra-humano – não um ‘Super-homem’, mas a unificação da humanidade pensante, uma espécie de organismo humano planetário, gerador de uma consciência superior, única e supraindividual, cuja rede nervosa seria constituída pelos meios de comunicação”, entendidos ainda como meios radiofônicos e televisivos (SODRÉ, 2012, p. 135).

As relações estabelecidas entre fios e nervos – citadas anteriormente em escritos sobre o telégrafo – alimentam a analogia segundo a qual o “o mundo da matéria teria se tornado um grande nervo vibrando por milhares de quilômetros em frações de segundo, e o globo terrestre poderia ser uma vasta cabeça, um cérebro, profundamente imbuído de inteligência” (GLEICK, 2013, p. 134).

Na proposta do *World Brain* de H. G. Wells, já em 1938, retomando a repetida metáfora que concebe o globo como uma cabeça e dos fios tecnológicos como nervos, Wells propõe que universidades, instituições de pesquisa e literatura internacional deveriam se unir em um cérebro mundial voltado para um governo do mundo: “Não queremos ditadores, não queremos partidos oligárquicos nem o governo de uma classe, o que desejamos é uma inteligência global e disseminada que tenha consciência de si mesma” (WELLS apud GLEICK, 2013, p. 424).



Como último exemplo, na segunda metade do século XX, no célebre trabalho *Du mode d'existence des objets techniques*, Simondon acusa o fato de que:

Ultrapassando tudo o que a experiência mostra, eles [os tecnoutopistas] supõem que por meio de um crescimento e aperfeiçoamento do automatismo se poderia chegar a reunir e interconectar todas as máquinas entre elas, de modo a construir uma máquina de todas as máquinas (SIMONDON apud FELINTO, 2005, p. 119).

Este caldo de cultura contendo “o cérebro global”, “o globo imbuído de inteligência”, “o ultra-humano”, “o grande nervo vibrando por milhares de quilômetros”, “a máquina de todas as máquinas”, nos quais se transcende as limitações dos corpos humanos tomados individualmente e superam-se os problemas políticos da humanidade através do progresso destas concepções técnicas, marca o cenário em que a associação entre as tecnologias com acesso à internet e a constituição de um Leviatã ganham coerência dentro do jogo de metáforas utilizado para dar conta das interfaces entre internet e política.

Um ponto importante – e falho – neste cenário é a ideia de que existem “tecnologias inevitáveis” que “emergem” e passam a atuar sobre a sociedade constituindo corpos políticos. Vale retomar a crítica de Raymond Williams ao determinismo tecnológico na obra *Política do modernismo*:

O pressuposto básico do determinismo tecnológico é que uma nova tecnologia – a imprensa ou as comunicações via satélite – “emerge” da pesquisa técnica e do experimento. Ela então muda a sociedade ou o setor no qual ela “emergiu”. “Nós” nos adaptamos à mudança, por ser esse o novo caminho moderno. Contudo, praticamente toda a pesquisa técnica e todo experimento são realizados dentro de relações sociais e formas culturais já existentes, tipicamente para objetivos que já são, em geral, previstos. Além disso, uma invenção técnica como tal tem uma relevância social relativamente pequena. Apenas quando ela é selecionada para um investimento visando à produção, e quando ela é desenvolvida conscientemente para usos sociais específicos – ou seja, quando deixa de ser uma invenção técnica para ser o que pode ser propriamente chamado de uma tecnologia disponível –, é que a invenção ganha relevância. (...) Logo, não se trata de uma invenção tecnológica apontando para instituições sociais e culturais. A invenção ela mesma foi desenvolvida, dentro das formas e possibilidades existentes (Williams, 2011b, p.128-130).

A ideia de que a esfera técnica resolveria os problemas políticos da humanidade em geral está associada à ideia de que o progresso da tecnologia é ditado pelas necessidades da sociedade em que estes avanços acontecem. Há uma complexa

interação entre inovações tecnológicas em diferentes campos, que vão da *diversificação*, como no desenvolvimento da televisão a partir do radar, da *aplicação* ou *transferência*, como a utilização de microprocessadores para o controle automático de câmeras fotográficas, ou *hibridação*, mistura de diferentes inovações tecnológicas em uma terceira (MAYNARD, 1997).

Este ponto também está presente na crítica de Schmitt à chamada religiosidade técnica, uma vez que nenhuma invenção técnica importante permitiria calcular quais serão seus efeitos objetivos e políticos, que de seus princípios apenas técnicos não resultariam “nem um questionamento político, nem uma resposta política” e que a “decisão sobre liberdade e servidão não está na técnica enquanto técnica. Ela pode ser revolucionária ou reacionária, servir à liberdade e à opressão, à centralização e à descentralização” (SCHMITT, 1992, p.117).

A falta de atenção a estes fatores levaria à naturalização de algumas relações e apropriações tecnológicas relacionadas a decisões políticas e econômicas como se estas fossem as formas e conteúdos *necessários* e *inerentes* àquelas tecnologias, além de dar suporte à ideia de onipotência tecnológica se sobrepondo à política, que torna tão natural os flertes com Leviatãs, ora para descrever Estados, ora os “cidadãos globais” conectados em rede ou mesmo a própria internet enquanto meio de interconexão.

Como apontado por Chantal Mouffe, que atualiza o pensamento de Carl Schmitt a respeito de antagonismos e política, a retomada da metáfora hobbesiana da sociedade enquanto um corpo paralelamente a defesa de que a tecnologia resolveria os problemas políticos da humanidade é significativa, não só por dialogar com Hobbes, mas devido ao fato de que foi a quebra da representação simbólica da sociedade como um corpo orgânico que possibilitou o reconhecimento do pluralismo legítimo interno à sociedade e que legitima seu reconhecimento na esfera política (MOUFFE, 2000, p.103).

Ao naturalizar a esfera política na forma de um corpo orgânico já constituído, há apenas um caminho certo, que supostamente ajudaria esse corpo a funcionar plenamente, e os demais são associados a enganos e disfunções orgânicas,

desconsiderando a dimensão política das escolhas em questão e da própria arbitrariedade do funcionamento e distribuição de funções entre os “órgãos” deste corpo. Esta naturalização possibilita que algumas opções no tocante a decisões políticas e apropriações tecnológicas sejam naturalizadas como conceitos universais de a tecnologia, o Estado, a política, etc. Abordando a utilização do conceito de humanidade na política internacional, Schmitt pontua que:

Quando um Estado luta contra seu inimigo em nome da humanidade, não se trata de uma guerra da humanidade e sim de uma guerra para a qual um determinado Estado procura ocupar o conceito universal frente ao inimigo, para (às custas do adversário) identificar-se com tal conceito, assim como se pode abusar de paz, justiça, progresso e civilização, para reivindicá-los para si e negar que existiam no lado do inimigo (SCHMITT, 1992, p. 81).

A ideia de corpo confere um caráter não antagônico à esfera política – há apenas uma cabeça nas metáforas expostas anteriormente – retirando da distinção política entre “amigos e inimigos” a possibilidade de coexistência em um regime de agonismo pluralista – reconhecimento de que parte de seus antagonistas em potencial tem o direito de ter seus pontos de vista apresentados à esfera política, considerados como adversários e não como inimigos a serem aniquilados, e reconhecendo a legitimidade do resultado de embates. Uma vez que inimigos do corpo não poderiam prevalecer sem comprometer a existência do próprio Leviatã – seja no reconhecimento da pluralidade de atores e plataformas políticas que se apropriam da internet, na oposição ao Estado totalitário ou na inconformidade com a cartilha política da suposta “inteligência global” conectada – as metáforas corpóreas privilegiam implicitamente relações entre um corpo e seus inimigos antagonistas e não entre adversários agonistas.

Atribuir à tecnologia uma função redentora e unívoca na constituição de um corpo político global não apenas retoma discussões sobre a pertinência e os desdobramentos conceituais da metáfora do Estado-nação e da sociedade civil como corpo, mas naturaliza tanto os investimentos e apropriações prioritárias no tocante às tecnologias da comunicação quanto às apropriações políticas feitas por grupos específicos que muitas vezes se colocam como o “cérebro” deste corpo global. Buscamos, ao longo deste ensaio, apontar possíveis postulados teóricos que

perpassam, implicitamente, algumas comparações entre as tecnologias da comunicação, o Estado-nação e o Leviatã de Thomas Hobbes.

### **Referências bibliográficas**

- DALTON, Russell. *The Good Citizen: How A Younger Generation Is Reshaping American Politics*. CQ Press, 2008.
- FELINTO, Erick. *A Religião das máquinas: ensaios sobre o imaginário da cibercultura*. Porto Alegre: Ed. Sulina. 2005.
- GARSTEN, Bryan. *Saving Persuasion: a defense of rhetoric and judgment*. Harvard University Press, 2009.
- GINZBURG, Carlo. *Medo, reverência, terror: quatro ensaios de iconografia política*. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.
- GLEICK, James. *A Informação: uma história, uma teoria, uma enxurrada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
- HILL, Kevin A, HUGHES, John E. *Cyberpolitics: citizen activism in the age of the Internet*. Rowman & Littlefield Publishers, 1998.
- HOWARD, Philip. *New Media Campaigns and the Managed Citizen*, Cambridge University Press, 2006.
- JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Ed Jorge Zahar. 2001.
- MATTELART, Armand. *A comunicação-mundo: história das ideias e das estratégias*. Ed. Instituto Piaget. 1997
- MAYNARD, Patrick. *The Engine of Visualization: Thinking Through Photography*. Ithaca, London: Cornell UP, 1997.
- MOUFFE, Chantal. *The Democratic Paradox*. Londres e Nova York: Ed Verso. 2000
- SCHMITT, Carl. *O Conceito de Político*. Petrópolis: ed. Vozes, 1992
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho*. Petrópolis: e Vozes. 2013
- URBINATI, Nadia. *O que torna a representação democrática?* Lua Nova, São Paulo. n.67, p. 191-228. 2006.
- WILLIAMS, Raymond. *Política do modernismo*. ed. UNESP, 2011

## **O Custo Público da Crença<sup>1</sup>** **Sobre Neymar como Sujeito Político**

Leandro de Paula Santos<sup>2</sup>

### **Resumo**

O trabalho comenta sentidos atribuídos por diferentes agentes da imprensa internacional a um fato recente, buscando detectar valores culturais e pressupostos políticos que fundamentam os ambientes de produção da notícia. Tomamos como ponto de partida uma polêmica envolvendo o jogador brasileiro Neymar e a publicização de sua crença religiosa em um evento de grandes proporções midiáticas. Valendo-nos de uma abordagem de conceitos como *opinião pública* e *tolerância*, propomos uma reflexão sobre imperativos de governança da experiência multicultural que se verificam hoje no plano do discurso *politicamente correto*.

### **Palavras-chave**

Opinião pública; Crença; Tolerância; Ideologia; Bertrand Binoche

\*

Sediado no Estádio Olímpico de Berlim, lotado por mais de 70 mil pessoas, o jogo final da Liga dos Campeões da UEFA (União das Federações Europeias de Futebol) aconteceu no dia 6 de junho de 2015, entre Barcelona e Juventus. A partida, que reuniu em campo alguns dos maiores e mais valiosos jogadores da atualidade, deu a vitória ao Barcelona por 3 a 1, placar que renderia ao time espanhol seu quinto título do campeonato europeu, realizado anualmente desde 1956.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestre em Comunicação Social pela PUC-Rio e doutorando em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ, realizou estágio-sanduiche na Universidade da Califórnia, em Santa Barbara, entre 2014 e 2015. Pesquisa a relação entre práticas discursivas e imaginários históricos, com foco em temas como religião, crença, esfera pública e laicidade. E-mail: [psleandro@gmail.com](mailto:psleandro@gmail.com)



Considerado um dos craques do jogo, o atacante brasileiro Neymar participou de jogadas decisivas e, ao marcar o terceiro gol de seu time já nos últimos minutos, alcançou a artilharia do campeonato, ao lado do argentino Lionel Messi e do português Cristiano Ronaldo. Durante a semana que antecedeu a partida, Neymar confessara à imprensa esportiva<sup>3</sup> estar vivendo “um sonho de criança” em Berlim, na expectativa de alcançar uma marca inédita em sua carreira. Com a vitória, o brasileiro passaria a integrar um seleto grupo de jogadores que conquistaram nove títulos da Liga Europeia e da Libertadores da América, os dois principais torneios entre clubes do futebol mundial.

Neymar e seus companheiros de time comemoraram a conquista com uma empolgada festa junto à torcida do Barcelona presente no Estádio Olímpico de Berlim. Mas, segundo um comentário postado na internet e repercutido pelo jornal francês *Le Figaro*<sup>4</sup>, o craque brasileiro também se tornara responsável pela “única nota ruim da decisão da Liga dos Campeões”: após o apito final, Neymar celebrou a vitória amarrando à cabeça uma faixa onde se lia “100% Jesus”.

Com a pragmática da linguagem numérica, a mensagem parecia servir como um manifesto das crenças pessoais do jogador brasileiro frente a câmeras que televisionaram o evento para quase 1 bilhão de pessoas em todo o mundo. O herói do Barcelona, frequentador desde a infância da Igreja Batista Peniel, em São Vicente (SP), ocuparia assim o centro de uma polêmica internacional: seria a faixa um ato de proselitismo religioso?

O gesto de Neymar não é um caso isolado no universo do futebol profissional. Na Copa das Confederações de 2005, realizada na Alemanha, o atacante Kaká já havia protagonizado uma situação parecida, ao celebrar a conquista do título pela Seleção Brasileira mostrando uma camiseta por baixo do uniforme com a mensagem “I belong to Jesus”. Já em 2009, após a partida final do mesmo campeonato,

<sup>3</sup> Cf. <http://globoesporte.globo.com/futebol/liga-dos-campeoes/noticia/2015/06/com-brilho-de-neymar-barca-supera-juventus-e-e-penta-da-champions.html>. Acesso em 16 de junho de 2015.

<sup>4</sup> Cf. <http://sport24.lefigaro.fr/le-scan-sport/buzz/2015/06/07/27002-20150607ARTFIG00082-ligue-des-champions-le-bandeau-100-jesus-de-neymar-cree-la-polemique.php>. Acesso em 16 de junho de 2015.

disputado na África do Sul, os jogadores do Brasil, novamente campeão, reuniram-se ao centro do gramado para realizar uma prece após o apito final.

O ato suscitou a reação de entidades de representação europeias, como a Associação Dinamarquesa de Futebol, que apresentou à FIFA um pedido de punição à Seleção Brasileira, sob o argumento de que o comportamento dos brasileiros poderia incentivar manifestações semelhantes de jogadores muçulmanos que atuam no continente. O dirigente do jornal *Politiken* afirmou à época: “da mesma forma que não podemos deixar a política entrar no futebol, a religião também precisa ficar de fora”<sup>5</sup>.

Em junho do mesmo ano, uma correspondência oficial foi encaminhada pela FIFA à Confederação Brasileira de Futebol (CBF), advertindo a entidade a respeito da chamada *Regra 4*, presente na regulamentação do futebol internacional. A regra determina que, em jogos e cerimônias oficiais, “os equipamentos obrigatórios básicos não podem conter qualquer mensagem política, religiosa ou pessoal”<sup>6</sup>. A carta funcionava assim como um instrumento de pressão política, com o objetivo de coibir as crescentes manifestações religiosas de jogadores brasileiros, dentre os quais se contam muitos evangélicos em atuação nos clubes europeus.

No dia 6 de junho de 2015, Neymar aguardou o encerramento do jogo e do cerimonial de entrega do troféu ao Barcelona para vestir sua faixa, espécie de amuleto que usa desde os tempos em que jogava nas categorias de base de clubes paulistas. Convocados pela imprensa a avaliar o fato, comentaristas de arbitragem confirmaram que não havia razão para punir o jogador ou impedi-lo de realizar sua manifestação após encerrada a duração oficial do evento<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> Cf. *FIFA repreende comemoração religiosa da Seleção Brasileira*, matéria publicada por O Estado de São Paulo em 1 de julho de 2009. Disponível em: <http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,fifa-repreende-comemoracao-religiosa-da-selecao-brasileira,396345>. Acesso em 21 de julho de 2015.

<sup>6</sup> Cf. Disponível em: *Keep God out of football' - Fifa tells Brazil's soccer superstars*. Disponível em: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-1199121/Brazils-football-superstars-told-Keep-faith-football.html>. Acesso em 20 de junho de 2015.

<sup>7</sup> Cf.: <http://sportv.globo.com/site/programas/redacao-sportv/noticia/2015/06/faixa-100-jesus-de-neymar-causa-polemica-n-franca-aponta-jornal.html>. Acesso em 16 de junho de 2015.

A repercussão midiática desse fato parece condensar instigantes nuanças de nossa experiência histórica, caracterizada pela globalização das formas de vida e seu correlato *multiculturalismo*. Tomamos a visibilidade de uma figura como Neymar como ponto de partida para uma reflexão sobre os princípios políticos que sustentam posições como as da FIFA e das vozes da imprensa que se levantaram para comentar a atitude do jogador brasileiro.

Nesse sentido, é preciso primeiramente sublinhar o papel desempenhado pela imprensa, bem como de determinados condicionantes culturais, na transformação do fato em *polêmica*. Segundo matérias divulgadas no dia seguinte ao jogo por veículos como SportTV<sup>8</sup>, UOL<sup>9</sup> e Jornal do Brasil<sup>10</sup>, o gesto de Neymar teria sido objeto de repúdio na França, onde torcedores teriam se manifestado contra a tentativa do jogador brasileiro de “impor sua religião” aos outros. Segundo a leitura de Juca Kfoury, um dos mais conhecidos jornalistas esportivos do país, seria “melhor se certas intimidades fossem como deveriam ser, isto é, apenas íntimas”<sup>11</sup>.

As editorias brasileiras apresentaram o fato baseando-se em um curto texto<sup>12</sup> divulgado no site do jornal *Le Figaro*, conhecido e cioso advogado da experiência pública da *laïcité*. “Neymar e a religião, uma relação forte que perdura” diz a matéria, que lista quatro comentários com críticas à faixa de Neymar postados no Twitter. O texto sugere que o proselitismo religioso do jogador já começara antes mesmo do jogo, quando utilizou seu próprio perfil nessa rede social para divulgar uma foto ao lado de Messi acompanhada da mensagem “Que Deus nos abençoe e proteja”.

Em sua versão dos fatos, os veículos brasileiros orientaram-se pela interpretação dada pelo *Le Figaro*, buscando lançar luz sobre o incômodo gerado por

<sup>8</sup> Cf.: <http://sportv.globo.com/site/programas/redacao-sportv/noticia/2015/06/faixa-100-jesus-de-neymar-causa-polemica-n-franca-aponta-jornal.html>. Acesso em 16 de junho de 2015.

<sup>9</sup> Cf.: <http://blogdojuca.uol.com.br/2015/06/menos-brilhante-neymar-menos/>. Acesso em 16 de junho de 2015.

<sup>10</sup> Cf.: <http://www.jb.com.br/esportes/noticias/2015/06/08/bandana-de-neymar-na-comemoracao-de-titulo-do-barcelona-gera-polemica/>. Acesso em 16 de junho de 2015.

<sup>11</sup> Cf.: <http://blogdojuca.uol.com.br/2015/06/menos-brilhante-neymar-menos/>. Acesso em 16 de junho de 2015.

<sup>12</sup> Cf.: <http://sport24.lefigaro.fr/le-scan-sport/buzz/2015/06/07/27002-20150607ARTFIG00082-ligue-des-champions-le-bandeau-100-jesus-de-neymar-cree-la-polemique.php>. Acesso em 16 de junho de 2015.

um ídolo nacional no jogo da Liga dos Campeões da UEFA. Destacamos esse processo de assimilação da pauta certos de que, para além do interesse potencialmente suscitado pelo assunto, determinados aspectos de nossa circunstância sócio-histórica favoreceram a apresentação do episódio como polêmica também no Brasil.

O intenso debate que presenciamos hoje no país a respeito dos limites entre religião e política desempenha, nesse sentido, o papel de catalisador de atenções sobre o tema. Desde a invenção da República, nossa sociedade civil é, como apontam estudiosos como Giumbelli (2008) e Montero (2012), atravessada por disputas entre diferentes expressões de fé, operacionalizando um arranjo político e um espaço público historicamente permissivos quanto a manifestações religiosas, especialmente as de inspiração cristã.

Com base nas declarações de jogadores que costumamos testemunhar no noticiário brasileiro - em especial daqueles identificados com o segmento evangélico<sup>13</sup> -, é bem possível pensar que a faixa de Neymar não causaria tamanho alarde se restrita apenas às lentes de nossa imprensa. Contudo, exposta no Estádio Olímpico de Berlim e televisionado para quase um bilhão de espectadores de todo o mundo, seu significado assume uma voltagem de outra ordem, como indica a repercussão dada por *Le Figaro*.

Na cena *laica ma non troppo* que caracteriza a realidade brasileira, a importação de uma polêmica parece corresponder a certo aguçamento das sensibilidades sobre as fronteiras entre religião e política, um fenômeno que, como sabemos, decorre da crescente presença de atores e discursos religiosos em nosso espaço público. Nesse contexto social e histórico particularmente suscetibilizado pelo assunto, a notícia envolvendo Neymar funciona como uma *controvérsia* naqueles termos propostos por

---

<sup>13</sup> Apenas para citar um exemplo, lembramos aqui do quadro *Artilheiro Musical*, do programa televisivo *Fantástico*. A atração se inspira nos programas de rádio e concede ao artilheiro de cada rodada dos campeonatos nacionais a oportunidade de pedir para que uma música seja tocada. Há anos, atendendo às solicitações dos jogadores, o programa passou a exibir, dentre sucessos da música popular, canções de cunho religioso, mais propriamente identificadas com o filão *gospel*. Parece-nos que a polivalente trilha sonora do quadro, transmitido em um dos principais programas da mais importante emissora do país, ilustra não apenas a numerosa presença evangélica no meio esportivo do país, mas também aquela histórica permissividade do espaço público brasileiro quanto a manifestações públicas de crenças religiosas.

Bruno Latour: uma situação em que o único acordo diz respeito ao desacordo sobre determinado tema, e cujo sentido é disputado por diversos atores de diferentes campos, na forma de um debate público que configura um problema social.

Entendemos assim que os posicionamentos que conformam uma controvérsia se expressam sempre a partir de enunciados politicamente interessados. Em termos editoriais, a escolha de uma pauta e a transformação de um episódio em notícia são sempre, de partida, decisões de cunho político, resultantes de uma determinada experiência histórica e cultural que prefigura ambientes de recepção ao fato.

Se o jornal francês *Le Figaro* traduz como “polêmica” *quatro tweets* postados em repúdio a Neymar, o *Washington Post*, um dos veículos de perfil mais progressista dos EUA, interpretaria o mesmo episódio da seguinte forma:

Obviamente, lá estavam os indefectíveis abraços, e alguns jogadores trouxeram acessórios especiais para vestir. Neymar perdeu a camisa, mas ganhou uma faixa de cabeça com a mensagem “100% Jesus”. Outros jogadores enrolaram as bandeiras de seus países na cintura. Todos gritavam, pulavam e cantavam, enquanto o técnico Luís Enrique, que teve uma das melhores temporadas de todos os tempos, era lançado ao ar pelos jogadores.<sup>14</sup>

Elencando diferentes repercussões de um mesmo fato, queremos assinalar como a cultura política de cada contexto cria suas próprias chaves de leitura da realidade social. E, avaliando tais modelos de interpretação, buscamos sugerir que parte do desafio apresentado para o imaginário democrático contemporâneo passa necessariamente pelo debate sobre a relação complexa e nunca resolvida entre *crença* e *espaço público*.

\*

<sup>14</sup> Cf. <http://www.washingtonpost.com/blogs/early-lead/wp/2015/06/06/neymar-clinches-barcelonas-champions-league-win-over-juventus-with-last-minute-goal/>. Do original: Obviously, there were the requisite hugs and some players brought out special gear to wear. He may have lost his shirt, but Neymar gained a white headband that read “100% Jesus.” Other players wrapped their home country’s flags around their waists. All players shouted, jumped and sang while team manager Luis Enrique, who had one of the best first seasons ever, was thrown into the air. Acesso em 26 de junho de 2015.



Se é verdade que vivemos um período de efervescente debate sobre os limites entre religião e política, é preciso lembrar que a separação entre essas duas dimensões da vida social consiste em um dos mais notáveis feitos do período moderno. Seguramente, um dos efeitos e instrumentos dessa fronteira corresponde à invenção da *esfera pública*, um espaço de disputa de sentidos governado pela argumentação racional, contraposto às escolhas e propensões que cada indivíduo viria a ter no âmbito de sua privacidade.

Tal aposta reflete a busca por um ambiente social lúcido e tolerante que caracterizou nossas ambições modernas, como defende Bertrand Binoche (2012b) em um valioso estudo sobre as relações entre o mundo político e a ambiguidade pública/privada da experiência religiosa. Acreditamos que aquela noção de *controvérsia* que consiste na visibilização de uma zona de desacordo encontra antecedentes históricos no conceito de *opinião pública*, tópico sobre o qual o filósofo dedica sua pesquisa a partir de uma genealogia da produção de autores dos séculos XVII ao XIX.

O trabalho de Binoche busca, primeiramente, apresentar a instabilidade histórica dos contornos dessa ideia. Seu objetivo é, assim, encontrar em uma multiplicidade de fontes – incluindo obras de pensadores tão diferentes quanto Tocqueville, Balzac, Rousseau e Voltaire – as raízes do processo que fez a expressão *opinião pública* adquirir o estatuto de um conceito.

A hipótese do estudo está intimamente relacionada aos anseios que culminaram com a Revolução de 1789, podendo ser resumida da seguinte forma: no contexto dos séculos XVII e XVIII, as guerras religiosas apresentam a ideia de *tolerância* como uma exigência histórica premente, sugerindo como única saída possível para a construção da ordem social o constrangimento das crenças ao conjunto de experiências que formam o âmbito da privacidade. É nessa compressão do papel até então desempenhado pela religião que a *opinião pública* emergirá como fenômeno e conceito.

Seguindo Binoche, essa transição pode ser exemplificada pelo pensamento de John Locke e Pierre Bayle, para quem a garantia de paz no corpo social só se

efetivaria com a renúncia à uniformidade das crenças. A gradativa aceitação dessa perspectiva tornaria obsoletas convicções como as de Hobbes, que, ao contrário, defendia a ideia de que a paz seria o resultado da comunhão de um mesmo credo.

Assim, no cenário da produção de autores ainda do século XVII começa-se a notar a idealização de certo *princípio de tolerância*, capaz de assegurar a cada indivíduo o direito de determinar sua crença e, à sociedade, a possibilidade de “coabitar no desacordo”. É a estabilização desse princípio que operará a *separação entre crença e laço civil*, apresentando um conjunto de novas demandas políticas das quais as Luzes se ocupariam.

A questão colocada para os filósofos do século XVIII que nos interessa mais diretamente é aquela que postulava sobre a qualidade da nova *reflexividade social* após a privatização da experiência religiosa, ou, noutros termos, o imperativo de se conceber uma modalidade discursiva a partir da qual o corpo social refletisse a si mesmo dentro de uma ordem pública essencialmente ateia. No contexto dessa demanda é que a *opinião pública* emerge em suas feições modernas, significando que o corpo político não mais se sustenta sobre uma autoridade dogmática, mas em um campo de contínua confrontação e dissenso.

A ideia de opinião pública pretende, em sua concepção iluminista, fazer da diferença a própria engrenagem da vida social, segundo a premissa de que o conflito de interesses seria condição *sine qua non* para o aperfeiçoamento da experiência da coletividade. Pierre Bayle se apresenta como um dos principais articuladores dessa perspectiva, delineando a questão inevitável à qual as Luzes precisariam responder, qual seja, a possibilidade de se fazer constituir um tipo de *laço social livre de qualquer crença em comum* – religiosa ou não.

Nesse momento em que a garantia de paz passa a ser entendida como a renúncia de qualquer acordo sobre o que era visto como essencial, o antigo fundamento do laço social perde importância: devidamente privatizadas e toleradas, as crenças religiosas se transformam, no espaço público, em simples “opiniões religiosas”. Binoche defende que os compromissos políticos assumidos a partir da Revolução serão aliados, a partir do século XIX, à formação do liberalismo inglês,

conspirando para a consolidação da opinião pública como chave da reflexividade social moderna.

\*

Esse processo histórico mais ou menos conhecido se revela frutífero para o debate da representação pública do tema da religião hoje quando notamos o lugar problemático ocupado pela ideia da crença no contexto da *institucionalização positiva do desacordo*. As aspirações iluministas apontavam que o nascimento do corpo político moderno seria uma das faces de um novo regime de reflexividade social, no qual as opiniões, tornadas públicas, poderiam ser confrontadas porque isentas do traço autoritário da crença. Nesse novo ambiente, é a paulatina autonomização e sofisticação do saber científico que deterá o privilégio da *certeza* na produção dos entendimentos comuns.

Chamamos atenção para dois movimentos paralelos que se desdobram desse processo histórico. O primeiro deles tem a ver com a consolidação da noção de *tolerância* como base mesma da emergente experiência democrática. Em sintonia com os ideais liberais vindos da Inglaterra, os filósofos das Luzes concebiam a indispensabilidade de um pacto civil que reservasse a toda pessoa o direito de crer ou não crer em qualquer deus.

Essa perspectiva pode ser apreendida, por exemplo, pela defesa feita por Locke, já no século XVII, da diversidade de opiniões religiosas presentes em uma mesma sociedade. Resposta às exigências da diáspora teológica que se seguiu aos movimentos da Reforma e da Contrarreforma no ambiente europeu, tal bandeira resume um fundamento central da vida política moderna: torna-se dever de Estado oferecer a garantia de que as diferentes ideias em matéria de religião sejam respeitadas. Em sua clássica *Carta sobre a Tolerância*, o filósofo inglês definia que a paz civil seria o produto mesmo da consolidação desse princípio, que, assimilado como inspiração doutrinária pelas próprias igrejas, criaria um espaço social transigente quanto às diferentes formas de crer.

O segundo ponto que destacamos da discussão sobre o nascimento da opinião pública como fenômeno histórico é a simultaneidade do aparecimento de um outro conceito: a *ideologia*. Ao mesmo tempo em que a opinião pública emerge como a *ágora* da política moderna, pensadores como Thomas Paine e Denis Diderot apontariam o perigo de se concebê-la como uma nova crença, um tipo de fé. Seus argumentos versavam sobre a premência de uma forma de conhecimento capaz de colocar a opinião pública sob permanente escrutínio, a fim de despi-la dos vestígios de qualquer credo.

Data de 1798 a criação do termo *Ideologia* por Destutt de Tracy, neologismo que sugerirá o surgimento de uma *ciência das ideias*. Essa forma de saber, opondo-se à ambição da metafísica de questionar as causas primeiras do Real, seria responsável por avaliar o processo histórico da formação das ideias, representando a expectativa – de acento positivista – pela criação de uma ciência analítica da disputa de interesses que caracteriza a esfera pública.

Contudo, um longo processo de estabilização conceitual se dá em torno desse termo, levando-o a significar, já no século XIX, o justo inverso do confronto inerente à opinião pública. Em lugar de uma ciência social lúcida, a ideologia (com i minúsculo) poderia ser também entendida como a face não expressa das relações sociais, a justificativa velada da alienação nelas inscrita. Essa concepção da ideologia, um evidente legado do pensamento de Marx, detecta o caráter oculto de todo mundo político: é a *engrenagem espiritual*, se assim podemos dizer, dos modos de produção da vida em sociedade e o alicerce de seus esquemas de dominação. (BINOCHE, 2012a, p. 37)

Dentro dos propósitos deste texto, vale destacar certo paralelismo entre os acontecimentos discursivos que, por um lado, privatizam a crença religiosa e estabelecem o princípio da tolerância como base do pacto civil, enquanto que, por outro, abrem espaço para a afirmação da ciência e delineiam o conteúdo inescapavelmente ideológico de toda experiência política. É dizer: a revolução implementada pelas Luzes, cujos princípios seguem a estruturar o ideal da democracia para o Ocidente, não se apresenta apenas como um processo de instauração de um

novo *corpo de crenças* que vem a substituir o antigo. Trata-se, antes, da inauguração de um novo *espaço reflexivo* organizado a partir da provisoriedade de três faces da Razão – a opinião pública, a ideologia e a ciência – e que, ao restringir a crença religiosa ao desacordo da intimidade, buscou suprimir seu registro passional da esfera pública.

\*

O que Neymar teria a nos dizer sobre isso? Se trabalhamos com a ideia de que toda prática discursiva é submetida a um conjunto de regras que garantem sua circulação social, nosso olhar sobre a polêmica em torno da faixa do jogador brasileiro busca levantar dicas sobre os critérios de tematização daquela experiência que, tendo sido constrangida ao foro da privacidade, continua a deslizar para o espaço público e revelar determinadas contradições do espírito da modernidade.

Arriscamos que uma suspeição se coloca sobre a noção da *crença religiosa* no âmbito do pensamento político liberal, na forma de um *trauma* sobre o qual parece se assentar a condição de possibilidade da democracia para nós, modernos. Tal interdito se reporta às circunstâncias históricas responsáveis por promoverem a ideia de tolerância como princípio moral regente da existência política, como primeiramente manifestado no plano da história social pelo Édito de Nantes<sup>15</sup>.

Reajustamos nosso enfoque para o tempo presente, buscando debater o estatuto e a pregnância desse preceito naquele contexto social e histórico que, como comentamos anteriormente, mostra-se especialmente sensível às tensões entre religião e política. Para tanto, consideramos que a faixa de Neymar se introduz como tema no terreno da opinião pública na forma de uma *controvérsia*: um problema social construído a partir do desencontro entre os discursos de atores de diferentes campos e percepções. Dentro desse quadro, opomos a polêmica atitude do jogador aos

---

<sup>15</sup> Após mais de três décadas de perseguição e do Massacre da noite de São Bartolomeu, em 1572, o documento assinado pelo Rei Henrique IV em 1598 passou a conceder liberdade de culto aos calvinistas franceses, abrindo terreno para a consolidação política do princípio da tolerância religiosa.



argumentos visibilizados sobre o episódio, mirando as nuances ideológicas não expressas nessas posições.

Insinuamos que, nesse episódio, os comentários politicamente corretos caminham junto às dinâmicas de um momento histórico no qual a racionalidade liberal se impõe como o horizonte de toda possibilidade de invenção. É nesse contexto que assistimos, ao menos desde a década de 1990, a uma gradativa “migração do imaginário político para o econômico”<sup>16</sup> e à qualificação do livre mercado não como um sistema de pensamento e práxis dentre outros possíveis, mas como a legítima e insuperável expressão da natureza humana<sup>17</sup>.

Como sabemos, no rescaldo de teses como o “fim da História” de Francis Fukuyama, a formação de uma comunidade interplanetária conectada pela produção e pelo consumo daria contornos a uma era *pós-ideológica*, na qual os mais diferentes projetos políticos e repertórios culturais confluiriam sob a lógica do mercado. O estágio do liberalismo que conhecemos como *globalização* guarda aqui um efeito relevante para nossa discussão: seu funcionamento político, mesmo orientado por interesses e compromissos tangíveis, é encoberto pela prevalência da economia como núcleo estratégico das formas de governamentalidade, fabulando o paradoxo de uma *ideologia neutra*.

Acreditamos que nesse amplo e complexo cenário se encontram pistas para o enfrentamento de uma controvérsia como aquela que envolveu Neymar. Para ilustrar nossa ideia, chamamos atenção para o texto “100% mal assessorado”, escrito pelo jornalista Marcelo Rubens Paiva para o jornal *O Estado de São Paulo*:

Deve ser idolatrado por crianças palestinas, africanas, asiáticas, árabes, eslavas, ortodoxas, judias, muçulmanas, budistas, agnósticas, xintoístas,

<sup>16</sup> Fazemos referência direta ao texto *Suspeito que estamos*, do artista Nuno Ramos, publicado na seção “Debates” da Folha de São Paulo de 28 de maio de 2014. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2014/05/1460999-nuno-ramos-suspeito-que-estamos.shtml>.

<sup>17</sup> Referimo-nos às ideias do pensamento econômico liberal encarnadas por nomes como Guy Sorman. “This lesson is doubtless one of the hardest to translate into language that public opinion will accept. The best of all possible economic systems is indeed imperfect. Whatever the truths uncovered by economic science, the free market is finally only the reflection of human nature, itself hardly perfectible.” In: SORMAN, G. *Economics does not Lie*. In: CityJournal, verão de 2008. Disponível em: [http://www.city-journal.org/2008/18\\_3\\_economics.html](http://www.city-journal.org/2008/18_3_economics.html).

hinduístas. Mas decidiu homenagear apenas um grupo religioso na sua grande conquista.<sup>18</sup>

Os argumentos trabalhados por Paiva são exemplares por sintetizarem a assimilação contemporânea do conceito de tolerância religiosa. Partindo da premissa de que todo ato público se dirige a uma *clientela*, o jornalista defende que o jogador brasileiro deveria abrir mão da publicização de sua crença como um procedimento básico da gestão de sua imagem como ídolo mundial.

A valia do princípio da tolerância parece ser elevada à máxima potência em uma circunstância histórica que não só apresenta a diversidade multicultural como destino inevitável, como também registra o recrudescimento dos sectarismos e da violência causada por motivações religiosas. Contudo, acreditamos que, embalado por uma compreensão *desideologizada* da diferença, esse preceito basilar da modernidade teria se transformado, em seus desdobramentos discursivos, em uma tática de neutralização política do multiculturalismo. (ZIZEK, 2008)

Assumimos que o princípio que pavimenta a democracia liberal atua, hoje, não apenas no imprescindível sentido de preservar o lugar à diferença no corpo social. A tolerância corresponderia, também, à aposta discursiva que viabiliza a despolitização de um *mundo de diferentes* organizado sob a lógica exclusiva do capital (*Ibid.*, p. 14). Ao ser transformada em devir hegemônico, a luta pelo reconhecimento dos diversos estilos de vida acabaria por favorecer também a cristalização de um *terreno ideológico neutro*, responsável por medir as possibilidades do mundo político pela régua do livre mercado.

Ao esboçarmos aqui uma crítica à retórica da tolerância, buscamos ressaltar a indispensabilidade política do *desacordo* para o aperfeiçoamento da vida democrática. Lembremos, pois, que a ideia de *opinião pública* sonhada pelas Luzes correspondia justamente à permanente visibilização do conflito de interesses como motor de nossa experiência política: não devemos apenas aceitar as diferenças, mas constituir um

---

<sup>18</sup> Cf. <http://cultura.estadao.com.br/blogs/marcelo-rubens-paiva/neymar-100-mal-assessorado/>. Acesso em 20 de junho de 2015.

espaço público capaz de fazer do enfrentamento entre elas o impulso de nosso desenvolvimento como sociedade.

É nessa perspectiva que a controvérsia em torno de Neymar se revela uma eficaz demonstração do funcionamento da ideologia liberal. Ela justifica aquela forma de alienação que faz de toda ocupação do espaço público um aceno às expectativas de um mercado. Nada pode ser mais ilustrativo dessa ideia do que a declaração do jornal dinamarquês *Politiken*, segundo a qual tanto a política quanto a religião “precisam ficar fora do futebol” – uma arena, como sabemos, loteada pela publicidade.

O texto “100% mal assessorado”, de Marcelo Rubens Paiva, oferece ainda outro insólito apoio para a tese de Zizek, segundo a qual a retórica da tolerância é o fundo ideológico que inverte o quadro da governamentalidade e organiza o mundo político a partir das exigências do capital. Para o jornalista, caberia a Neymar a avaliação prévia dos problemas que sua faixa poderia causar ao Barcelona, clube “patrocinado pela Qatar Airways, do Qatar, onde 80% são muçulmanos, seguidores do Islã”<sup>19</sup>. A fatura da controvérsia é assim colocada como se o único elemento blindado à disputa política fosse, no limite, o patrocínio recebido pelo clube, insinuando que

o preço que decorre da despolitização da economia é que a esfera mesma da política, de certo modo, se despolitiza: a verdadeira luta política se transforma em uma batalha cultural pelo reconhecimento das identidades marginais e pela tolerância com as diferenças. (ZIZEK, 2008, p. 59)

Como vimos, os discursos aparecidos na imprensa brasileira sobre o caso, estruturados sob certa lógica do *politicamente correto*, parecem dialogar diretamente com as suscetibilidades do momento histórico, marcado pelo avanço de expressões religiosas no espaço público e mesmo no plano da política institucional e partidária. De modo implícito, as falas apontam para a inadequação do gesto de Neymar aos pragmáticos critérios da esfera pública liberal que, como lembra John Rawls, contornam “as mais profundas controvérsias filosóficas e religiosas”, que dizem respeito a intrincadas “disputas metafísicas” (1993, p. 151-152).

<sup>19</sup> Cf. <http://cultura.estadao.com.br/blogs/marcelo-rubens-paiva/neymar-100-mal-assessorado/>. Acesso em 20 de junho de 2015.

Assim, na provável ignorância sobre os compromissos simbólicos de seu próprio papel como ícone global, Neymar parece ter realizado com sua faixa um acidental, mas oportuno, posicionamento político. Pensamos que, ao tirar proveito da mesma estrutura do *espetáculo* que transforma o jogador, a cada partida, em um objeto a ser consumido por todo tipo de audiência, a manifestação se revela um imprevisto ato político, que expõe complexas tensões de nossa experiência de reflexividade social.

Frente aos critérios de enunciação que operam a partilha da opinião pública, às exigências do livre mercado como paradigma ideológico e à orientação do discurso científico para a produção da vida qualificada, o espaço reflexivo contemporâneo reserva à noção da *crença* um papel político certamente inquietante: aquilo cujo extenso cardápio experiencial deve ser assegurado ao indivíduo como direito inalienável, mas que, ao mesmo tempo, se apresenta como um impasse a requerer contínuo controle discursivo. Com sua faixa, Neymar acabou por trazer ao centro do campo um desafio intelectual urgente: o debate sobre o indomável deslizamento para o espaço público daquela experiência que nosso espírito moderno tanto buscou domesticar.

### Referências bibliográficas

BILATE, Danilo. Resenha sobre “Religion Privée, Opinion Publique”. In: *Revista Trágica: estudos de filosofia da imanência*. Vol. 7 – nº 2. 2º quadrimestre de 2014.

BINOCHE, Bertrand. Opinion publique, Idéologie et idéologie. In: *Scienza & Politica*, vol. XXV, no. 47, Bologna, 2012a.

\_\_\_\_\_. *Religion Privée, Opinion Publique*. Paris: J. Vrin, 2012b.

GIUMBELLI, Emerson. A presença do religioso no espaço público: modalidades no Brasil. In: *Religião e Sociedade*. nº 28 (2). Rio de Janeiro, 2008.

MONTERO, Paula. Controvérsias religiosas e esfera pública: repensando as religiões como discurso. In: *Religião e Sociedade*. nº 32 (1). Rio de Janeiro, 2012.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

RAWLS, John. *Political Liberalism*. New York: Columbia University Press, 1993.

ZIZEK, Slavoj. *En defesa de la Intolerancia*. Madrid: Ediciones Sequitur, 2008.



## ***Street Photography e Impressionismo***<sup>1</sup> Inspirações, estéticas e fronteiras

Lilian Tufvesson<sup>2</sup>

### **Resumo**

Imagens do cotidiano urbano são breves narrativas das ruas que podem constituir um livre mosaico composto pelos tons históricos e subjetivos de uma época. Quando o acaso encontra a intenção de olhos atentos e cultivados com referências imagéticas, transforma-se em memória o que escaparia com a velocidade de um presente fugaz. Temporalidades, espaços e temáticas da *street photography* fluem de diversas inspirações. Algumas impressionistas.

### **Palavras-chave**

Impressionismo; *Street Photography*; Pintura; Fotografia; Cidade.

### **Corpo do artigo**

Que influências estéticas e temáticas estabelecem para a *street photography* referenciais na forma de ver e de registrar cenas de rua? Em que medida atitudes como liberdade, acaso, perambulação, atenção distraída e intuição contribuem para a percepção de imagens simbólicas que representam uma cidade?

Uma das origens destas influências, segundo o pesquisador Clive Scott, é o impressionismo, com suas cenas urbanas de Paris no século XIX. Entre pinceladas e fotogramas, observam-se intercâmbios em aspectos como estrutura da composição, tipos de personagens retratados, decisão do corte que define o enquadramento, espaços recorrentes e temáticas em comum.

A intenção de pensar as relações entre *street photography* e impressionismo remete aos debates iniciais sobre fotografia e pintura no século XIX, quando uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 – Subjetividade, narrativas e produção de sentido, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ, com especialização em Jornalismo Cultural pela UERJ e graduação em Comunicação Social pela ECO/UFRJ. Pesquisa relações entre fotografia, narrativas urbanas, memória e história.

disputa por espaço estético caracterizou a primeira convivência entre as duas expressões. Neste contexto, surge, na França, o pictorialismo, com a premissa essencial de fazer fotografia conforme os cânones das belas-artes, utilizando intervenções manuais em busca de semelhança com a pintura acadêmica.

### **Arte e fotografia: o primeiro encontro**

O lugar oficial das belas-artes, no século XIX, era o salão acadêmico de Paris. Aquelas paredes julgavam o que poderia ser chamado de arte, a partir de referenciais estéticos e temáticos bem definidos e pouco flexíveis, como sentiram os pintores que participaram do *Salón des Refusés* em 1863, quando milhares de obras foram recusadas e Napoleão III autorizou essa forma alternativa de exibição. Pouco antes, em 1855, Courbet já havia montado um pavilhão para exibir suas pinturas realistas, próximo ao salão da Academia de Belas-Artes, onde não eram acolhidas. Pouco depois, em 1874, os impressionistas fizeram sua primeira exposição, no ateliê do fotógrafo Nadar, com as pinceladas recusadas no salão oficial. Na disputa entre as pinturas pelo reconhecimento como “arte”, aparece a fotografia, com sua especificidade técnica e essencialmente vinculada ao real.

Na Exposição Universal de 1855, em Paris, a fotografia foi apresentada no Pavilhão da Indústria, bem distante do Palácio das Belas-Artes, que exibia pinturas e gravuras. Na Exposição seguinte, em 1859, quando as imagens da Sociedade Francesa de Fotografia finalmente foram admitidas no espaço das Belas-Artes, Baudelaire escreve *O público moderno e a fotografia*, segundo texto de uma série de quatro comentários para a *Revue Française*. Suas palavras exalam uma atmosfera que oscila entre a ironia e o mau-humor, para definir a fotografia como uma nova indústria que contribuiria para arruinar o que poderia restar de divino do espírito francês, pois fazia a multidão idólatra se lançar, como narciso, à contemplação de sua imagem trivial sobre o metal, considerando artístico qualquer mecanismo de resultado naturalista.

Baudelaire acusa a fotografia de ser o refúgio de pintores preguiçosos ou sem talento, além de reduzi-la ao papel de serva das ciências e das artes devido à sua

precisão material, distante do universo do imaginário. E conclui que a arte perde o respeito por si mesma quando o pintor se torna cada vez mais interessado em pintar não o que sonha, mas o que vê. Palavras radicais que deixam transparecer os paradoxos de um *flâneur* cujos escritos tinham raízes tão realistas quanto as fotografias.

Tal aversão à técnica manifesta-se também na predileção de Baudelaire por Constantin Guys, cujas imagens inspiram o ensaio *O pintor da vida moderna* e registram cenas de rua pelo traço manual em gravuras e aquarelas – e não através da câmera fotográfica. Baudelaire, paradoxalmente, também admira pintores realistas como Courbet e Manet: em 1862, ele escreve sobre “as condições que garantiam às obras deste último seu reconhecimento: [...] um gosto firme pela realidade, a realidade moderna” (ENTLER, 2007, p. 9). Além disso, Baudelaire permitiu-se retratar por alguns fotógrafos, como o seu amigo Nadar. Portanto, neste contexto de disputas simbólicas, artísticas e territoriais, Baudelaire personifica os paradoxos de uma época diante de suas novas visualidades.

Havia dois tipos de olhar materializados pelas câmeras: o fotógrafo comercial e o fotógrafo-artista. Este procurava criar imagens distantes do conceito de mercadoria, com base em escolhas estéticas para construir um discurso fotográfico fundamentado nos cânones da arte acadêmica: “a arte dos fotógrafos distingue-se das práticas úteis da fotografia por privilegiar a forma acima da função, o modo de representação acima do objeto da representação” (ROUILLÉ, 2009, p. 240). Essa intenção artística é a essência do pictorialismo.

### **Pictorialismo: imagens híbridas**

Criado nos anos 1890, o pictorialismo permaneceu como referência estética durante quase meio século para a fotografia, como expressão resultante da mesclagem de intervenções manuais e registros técnicos da câmera. No contexto de inovações tecnológicas, como o instantâneo e os dispositivos mais leves, e da imposição capitalista do conceito de mercadoria sobre as imagens, os pictorialistas direcionam

suas fotografias aos cânones das telas pintadas, para afastá-las da padronização industrial e preservar algo da aura perdida no processo de reprodutibilidade técnica.

É necessário, ainda, precisar que a pintura reclamada pelo pictorialismo não é a pintura viva de sua época: nem a dos impressionistas nem a dos pós-impressionistas, tampouco a dos artistas modernistas em 1920. Ao contrário, é a pintura oficial do Salão, de tradição neoclássica [...] que os pictorialistas se amoldam para identificar a fotografia. (ROUILLÉ, 2009, p. 253)

As imagens pictorialistas estão mais próximas das paisagens da escola de Barbizon do que dos cenários impressionistas, cuja modernidade visual inspira os mesmos ares que os instantâneos fotográficos.

A natureza dos pintores de Barbizon é silenciosa, afastada da civilização, composta de árvores nodosas, de anfractuosidades dos rochedos, de lagos profundos e escondidos. Enquanto o impressionismo aceita o mundo moderno, sem todavia exaltar a novidade, o pictorialismo desvia-se dele. (ROUILLÉ, 2009, p. 253)

Os primeiros pictorialistas delineavam fronteiras conceituais estabelecendo distâncias em relação ao realismo e ao modernismo. Para eles, a interpretação é mais importante do que o assunto, o que leva a um afastamento do realismo fotográfico. Esta interpretação é produzida através da intervenção manual, que promove uma distância subjetiva entre o real e sua imagem, em oposição à abordagem realista. Além disso, a valorização da pintura clássica como referencial estético opõe-se ao modernismo, que busca a expressão através dos procedimentos próprios da fotografia. No pictorialismo, “a intenção de querer içar a arte fotográfica ao patamar das belas-artes conduz a negligenciar a especificidade da fotografia” (ROUILLÉ, 2009, p. 250).

O choque entre arte e fotografia gerou as vanguardas históricas dos anos 1920, que utilizaram a técnica para definir as condições de uma “nova visão”, conforme analisa Rouillé. O pictorialismo começa a perder espaço conceitual a partir de meados desta década, com o surgimento da Nova Objetividade no modernismo alemão, que fundamenta sua produção de visibilidades justamente nas especificidades das câmeras, consolidando uma clara divergência em relação aos valores pictorialistas.

A fotografia tem seus próprios caminhos exteriores aos campos da pintura, que constituem objeto de inspiração e de investigação do modernismo a partir dos anos

1930. Mas um pouco antes, na virada do século XIX para o XX, buscava-se ainda no espaço conceitual das molduras e dos cavaletes o que só poderia ser percebido através dos visores das câmeras.

### **Pictorialismo: da pintura à fotografia**

Para valorizar o sentido estético da fotografia, em oposição à concepção puramente técnica de duplicação do real a partir da objetividade da câmera, a imagem pictorialista busca uma expressão artística subjetiva. O pictorialismo, primeira reflexão sobre fotografia e arte, ocorre no contexto de profundas transformações relacionadas à visualidade e, em especial, à fotografia, que experimentou novas formas de existência a partir dos anos 1870, quando inovações técnicas

colocaram a prática da fotografia ao alcance de um público mais amplo, modificando os hábitos sociais e criando novas expectativas. [...] Devido à sua popularização, a sociedade incorporará a fotografia como instrumento de registro do cotidiano. A redução do tempo de pose criou a possibilidade do instantâneo e, a partir daí, desenvolveu-se amplamente a fotografia documentária. (MELLO, 1998, p. 30-31)

Com os meios de produção fotográfica mais acessíveis, surgem novas práticas e uma nova categoria: os amadores.

No entanto, é importante distinguir essa categoria de amadores – que surge diretamente vinculada ao processo industrial – daquela [...] voltada para a fotografia como arte. A partir desse momento, a fotografia artística se afasta da fotografia amadora. Enquanto os *fotógrafos-artistas* mantêm suas pretensões estéticas, organizam-se em associações, participam de exposições e lutam para que a fotografia seja aceita no domínio da arte, os *novos amadores* se eximem de realizar qualquer tipo de reflexão sobre o automatismo. (MELLO, 1998, p. 31)

Os amadores pictorialistas formaram fotoclubes, onde realizavam reuniões para apresentar dicas artísticas e produtos fotográficos, além de exposições anuais que atraíam público e promoviam um intercâmbio permanente entre os países.

Atravessando o oceano rumo aos Estados Unidos, o pictorialismo assume outros princípios, intrínsecos à natureza da câmera. A fotografia começa a investigar suas potencialidades expressivas a partir da sua natureza técnica, constituindo-se



como campo autônomo, e não mera continuidade da história da pintura. Trata-se de uma ruptura, como observaram pensadores como Roland Barthes e Rosalind Krauss. Este novo momento tem como expoente Alfred Stieglitz, que divulga o movimento da *straight photography* (fotografia direta), cuja proposta estética fortalece o diferencial fotográfico, ao utilizar apenas técnicas da câmera e do laboratório. Até mesmo um dos princípios do pictorialismo, a oposição ao realismo fotográfico, foi relativizado:

Paralelamente, o pictorialismo americano se fortalecia e criava uma estética própria. Em 1902, um grupo de fotógrafos liderado por Alfred Stieglitz fundou o *Photo-Secession*, com o objetivo de “reunir livremente os americanos devotados à fotografia pictorialista na sua tentativa de forçar seu reconhecimento não como uma serva da arte, mas como um meio distinto de expressão individual [...] que não emprega retoques nem técnicas de pintura, mas apresenta um forte sentido de composição e um apurado trabalho técnico de revelação e impressão. (MELLO, 1998, p. 39)

Stieglitz utiliza o cenário urbano como tema, introduz novos elementos na imagem e abre caminhos para a modernidade visual e seus questionamentos em relação à prática pictorialista: concentrar-se em ampliar as fronteiras fotográficas sobre o território clássico da pintura ou investigar as potencialidades criativas do meio fotográfico? A primeira opção vincula-se ao pictorialismo francês, que defende intervenções artesanais do fotógrafo; a segunda, ao pictorialismo americano, que explora as propriedades da câmera para registrar uma interpretação das coisas. Temas cotidianos e cenas de rua passam a integrar mais diretamente as imagens fotográficas.

A *street photography* floresce neste contexto de busca pela autonomia artística da fotografia, afastando-se do pictorialismo original, mas nem por isso desviando o olhar do universo da pintura. Absorvendo, entretanto, outra estética pictórica: o impressionismo, que inicialmente provocou duras críticas e ironias nos acadêmicos das belas-artes – justamente aqueles cujas regras guiaram os pictorialistas franceses – e no público em geral. Todos caminhavam pelo mesmo momento histórico, mas foram Manet e os impressionistas que levaram o cotidiano ao espaço pictórico.

### **Impressionismo e cenas de rua**

O cotidiano é uma questão da modernidade, cujos aspectos industriais e urbanos interferem nas sociabilidades, nos estilos de vida e nas subjetividades. Novos ares que inspiram manifestações artísticas, além de estudos das ciências humanas. Para Margaret Cohen (2004, p.260), “a gênese da modernidade caracteriza-se pela concepção do cotidiano como prática. Caracteriza-se, ainda, pela conceituação do cotidiano, o reconhecimento da vida diária como um objeto válido de investigação científica”. Neste contexto, o cotidiano passou a ser objeto também da literatura, inicialmente com as descrições da vida parisiense em breves textos – denominados por Walter Benjamin como “literatura panorâmica”, em referência aos panoramas, que proporcionavam a visão ampla de uma cena representada.

A descrição minuciosa dos detalhes cotidianos é característica desta literatura realista composta por micronarrativas: “os textos panorâmicos mapeiam os contornos da Paris da época com grande precisão, e esta precisão fornece informações ‘reais’ sobre a vida parisiense do dia a dia”, analisa Cohen (2004, p. 264). Outra característica essencial é a variedade de autores, que proporcionavam às narrativas panorâmicas uma diversidade de pontos de vista sobre o cotidiano.

A heterogeneidade também aparece como característica essencial do grupo dos impressionistas, como as telas revelam: Monet, Renoir, Pissarro, Morisot, Sisley, e Degas (entre outros) criam diferentes encontros entre o pincel e a tela, com intensidades diversas nos pequenos toques e nos tons da paleta que esculpem os volumes das superfícies iluminadas na velocidade da luz. Entretanto, todos tinham um compromisso inicial em representar apenas o que era efetivamente visível e observado diretamente. Esta diretriz determinou a escolha de muitas imagens impressionistas, gerando uma inovação em relação às temáticas anteriormente pintadas.

Do mesmo modo como temas religiosos forneceram os principais objetos da representação cristã medieval e como as figuras imaginadas da história e dos mitos foram os principais temas da arte posterior, os impressionistas criaram uma imagística do seu próprio e valorizado ambiente cotidiano. (SCHAPIRO, 2002. P. 29)

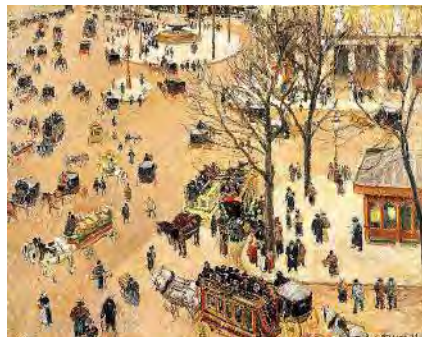


Imagem 1- J.M.W. Turner. *Rain, Great Rain*, 1829.



Imagem 2- J.M.W. Turner. *Rain, Great Rain*, 1829.

Além desta nova imagística das ruas da cidade em pinceladas rápidas e fragmentadas como a experiência urbana, os impressionistas têm em comum profundas conexões estéticas e temáticas com um certo pintor moderno, o primeiro e talvez mais ousado: Manet. A tinta preta em sua paleta e as massas nítidas em tons neutros nas telas avisam que ele não é um dos impressionistas. Mas para eles torna-se um referencial e motivo de grande admiração.

fez uma intensa reflexão sobre a vida parisiense em suas telas nada convencionais em relação aos paradigmas estéticos da época. Pintou retratos de tipos parisienses que circulavam pelas ruas: boêmios, trabalhadores e pessoas da classe econômica menos favorecida, subvertendo um espaço pictórico antes destinado apenas aos ricos. Manet não foi o primeiro ou o único a retratar esses tipos marginalizados (pintores realistas como Courbet e Daumier já haviam realizado tais registros), mas o fez muitas vezes, criando uma distinção em sua arte: “Manet sentia-se atraído por personalidades originais e marginais da cena parisiense. [...] Manet colocou na tela tipos refratários da rua, os párias da Paris *bohème*, com quem um pintor de vanguarda rejeitado sentiria afinidades” (SCHAPIRO, 2002. P. 139).

Interesses temáticos e inquietações estéticas aproximaram Manet e os impressionistas, estabelecendo uma relação de mútua influência. Em *Bar no Folies-Bergère* (1881-82) e outras realizações de Manet, são perceptíveis as pinceladas de estilo impressionista, bem como a percepção da luz transmitindo o ambiente da cena em plena captura do instante.

## Instantâneos impressionistas

No século em que pesquisas científicas revelavam o processo de visão subjetiva, Monet pintou as fugacidades da luz e das cenas, através de reflexos e de objetos que mudam conforme o ponto de vista do observador e a passagem do tempo. Antes de 1880, ele já havia representado o ambiente urbano de Paris diversas vezes, através de cenas de multidão, trânsito e edifícios. A cidade, com suas dinâmicas e personagens, constitui um dos principais temas trazidos às telas pelos impressionistas. Pintores das tradições precedentes, como a neoclássica e romântica, não perceberam as interações sociais no ambiente urbano como uma inspiração essencial.

Nas representações anteriores, em geral, a cidade era uma distante paisagem que enfatizava o contorno das construções e não mostrava personagens na rua, como a pintura *Roma: fórum visto dos jardins Farnese*, de Corot (1826). O historiador da arte Meyer Shapiro compara esta imagem a *Quai du Louvre*, de Monet (1867), em que a cena de rua preenche o primeiro plano, diante de um cenário composto por edifícios e árvores, que complementam o momento registrado como um instantâneo *avant la lettre* (pois esta técnica fotográfica só foi possível a partir de 1888). Enquanto Corot deixa o espectador distante da imagem representada, Monet o convida para passear sob aquele mesmo sol que determinava as cores da sua pintura.



Imagem 3- Corot. *Roma: fórum visto dos jardins Farnese*, 1826.



Imagem 4- Monet. *Quai du Louvre*, 1867.

O impressionismo alude às temporalidades aceleradas pelo processo de modernização, no ritmo rápido da vida parisiense, “na visão estimulante de uma cidade contemporânea com o seu alvoreço cotidiano e seu crescimento, enquanto para o artista mais antigo a mudança era um processo tranquilo que se dava em séculos, até mesmo milênios” (SCHAPIRO, 2002. P. 128). Esta nova cidade que ativa o olhar dos pintores é resultado das intervenções urbanas do barão Haussmann, prefeito nomeado por Napoleão III, que transformou Paris entre 1853 e 1870:

Em dezessete anos Haussmann refez a cidade de uma maneira sem precedentes. Segundo sua própria estimativa, os novos boulevards e espaços abertos desalojaram 350 mil pessoas [...]. Em 1870 um quinto das ruas da zona central de Paris eram criações dele [...]. No auge da febre da reconstrução, um em cada cinco trabalhadores parisienses estava empregado no ramo da construção civil. [...] Os boulevards eram o cerne da questão: eles é que devastavam a cidade, e temos fotografias, gravuras e pinturas para indicar com que dramaticidade isso se deu. (CLARK, 2004, p. 77)

O planejamento urbano de Haussmann considerava os objetivos de impedir insurreições (que teriam mais dificuldade para montar barricadas em largas avenidas) e de atrair lucros com a especulação imobiliária e os grandes magazines que ocupariam o espaço liberado pelo desaparecimento progressivo de pequenas lojas, galerias e passagens, como testemunharam Walter Benjamin e Louis Aragon.

Entre nostálgicos da velha Paris que desaparecia (com últimos suspiros nas fotografias de Charles Marville e Eugène Atget) e observadores da estética planejada e previsível das ruas, havia muitos críticos ao projeto do prefeito. T.J. Clark (2004, p. 85) cita um autor da época, Charles Yriarte, que chegou a escrever que a linha reta matou o pitoresco e o inesperado. Entretanto, justamente nessa atmosfera florescia uma nova pintura, pois os vanguardistas

adotavam os termos dos críticos de Haussmann, fazendo deles uma estética – uma estética do movediço e do indefinido, uma arte que declarava que o moderno era o marginal e que a verdade da percepção consistia em ficar na superfície das coisas e lidar com a ambiguidade. (CLARK, 2004, p. 89)

O moderno, então, manifesta-se nas ambiguidades do visível, mas não se dá a ler imediatamente, permitindo ao pintor apenas a captura das aparências algo misteriosas. T.J. Clark analisa o território que Manet considera como Paris, a partir de



suas pinturas, como baile, bar, piquenique, sacada, quarto de prostituta e arredores da Exposição Universal.

Todos parecem ser lugares feitos para a ostentação, mas também para o equívoco; lugares em que as pessoas são difíceis de decifrar, com seus gestos e expressões pouco convincentes, seus propósitos obscuros; e é por aqui que a cidade pode ser vista com maior nitidez. É isso por sua vez que modula a maneira como a nova pintura aborda o olhar em geral: o visível vem a *ser* o ilegível, e a nova cidade é o lugar perfeito para o pintor que se fia nas aparências. (CLARK, 2004, p. 91)

Contudo, T. J. Clark observa também que a obra de Haussmann conspirava, ou tentava conspirar, com a fantasia de transformar a metrópole moderna em imagens compreensíveis, ao criar “um conjunto de formas nas quais a cidade se tornava visível e até mesmo inteligível: Paris, para repetir a fórmula, estava se tornando um espetáculo” (CLARK, 2004, p. 115). Espetáculo: algo criado para ser visto, como as exposições universais, os grandes magazines e os eventos da modernidade. Clark (2004, p. 117) observa que a arte moderna inicial, principalmente com Manet, não se interessava pelos bulevares, mas pelos tipos que ali circulavam, como prostitutas, cantores de rua, mendigos e curiosos debruçados em suas janelas. Depois, os bulevares passam a ser o próprio tema da pintura, em visões amplas dos movimentos de pessoas e dos transportes, além de novidades como a iluminação pública.



Imagem 5- Renoir. *Les grands boulevards*, 1875.



Imagem 6- Pissarro. *Boulevard Montmartre*, 1897.

O capitalismo já alterava as vivências do cotidiano e estava plenamente visível nas novas dinâmicas da metrópole. As nuances dos debates sobre a haussmanização aparecem, ainda que sob a forma de alusão, nas principais imagens de Paris a partir de 1860. Há muitos registros de cenas de rua, porém poucas pinturas impressionistas sobre o tema do trabalho. Monet pintou alguns trabalhadores, mas não se tratava de uma manifestação política. Era apenas a captura de mais um aspecto transitório da paisagem das cidades, onde os movimentos convergiam para o olhar do pintor, do fotógrafo e do observador.

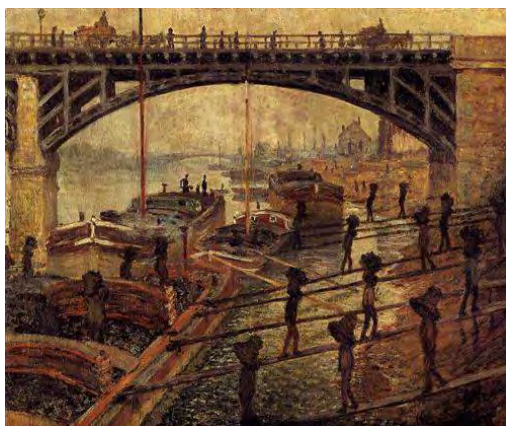


Imagem 7- Monet. *Les dockeurs*. 1875.



Imagem 8- Caillebotte, *Pont de l'Europe*, 1876.

### **Impressionistas e fotógrafos**

Na análise de Jonathan Crary (2012), a fotografia e o impressionismo, muitas vezes citados como os vetores que impulsionaram um novo olhar no século XIX, são sintomas tardios de uma transformação que aconteceu bem antes, entre 1810 e 1830, a partir da publicação de *Doutrina das Cores*, onde Goethe descreveu estudos das pós-imagens que motivaram pesquisas científicas para desvendar a visão subjetiva. Neste processo, houve a criação de diversos aparelhos ópticos, que seguiram dos laboratórios para os espaços de puro entretenimento, no contexto de transformação do estatuto do observador do modelo da câmara escura (séculos XVII e XVIII) para o

modelo do estereoscópio (século XIX). Portanto, os olhares que encontram as imagens de rua pintadas pelos impressionistas e capturadas pelos fotógrafos já haviam vislumbrado experiências ópticas de um novo paradigma de visualidade.

Entre impressionistas e fotógrafos, há muitos encontros. A velocidade do olhar e do gesto aponta a urgência comum de captar a dinâmica da luz e das cenas. Paletas e câmeras saíram dos ateliês para os espaços abertos, potencializando o uso do extracampo na imagem e experimentando estéticas. Alguns impressionistas utilizaram a fotografia em seu processo criativo, reproduzindo nas telas aspectos ópticos. E anteciparam temas fotográficos, como praças, cafés, ruas chuvosas e estações de trem.



Imagem 9- Manet. *Gare Saint Lazare*, 1873.



Imagem 10- Monet. *Gare Saint Lazare*, 1877.

Em *Street Photography: From Atget to Cartier-Bresson*, Clive Scott (2013, p.15-16) observa que o impressionismo fogue os eventos da rua com uma liberdade e uma aventura que a fotografia levou algum tempo para conseguir. Os motivos impressionistas continuaram a inspirar fotógrafos no século XX: cadeiras vazias nos parques, relação entre calçada e rua, guarda-chuvas, cafés, teatros, cenas de balé, pontes, multidão, praças, prostitutas, mercados, transportes coletivos. Entretanto, talvez as similaridades de assuntos não sejam tão essenciais (pois há um limite natural do que a cidade pode oferecer como espetáculo diário) quanto as inflexões psíquicas e perceptuais do tema, como o ponto de vista e o ângulo de visão.

Scott observa que o impressionismo instiga o “nervoso e móvel espectador, cuja relação com a imagem é fragmentada, distraída, incompleta, sempre renovada,



[com] uma velocidade do olhar, um vislumbre [...] produzindo gestos característicos somente visíveis na superfície da pintura” (SCOTT, 2013, p. 37). E conclui que o *plein air* impressionista é tão indexical quanto a fotografia, ou mais. E que, assim como a pintura impressionista, a *street photography* é provocada por um vislumbre, mas gera uma contemplação.

A relação com o visível passa a experimentar novas temporalidades. Observar uma imagem impressionista ou uma fotografia de rua permite perceber uma trama de tempos vistos por um instante, num corte transversal. Neste sentido, Scott propõe uma diferenciação entre o instante e o momento que seja paralela à distinção de Walter Benjamin entre *Erlebnis* e *Ehrfahrung*, respectivamente; ou seja, relacionando o instante ao tipo moderno de vivência de choque, que dificulta a arte de narrar (pois narrar é intercambiar experiências), e o momento ao tipo de experiência assimilada ao longo do tempo e passível de narração. Para Scott (2013, p.44), fotografar é a “tentativa de transformar um instante em momento, ou, de outra forma, de extrair do instante o momento que há dentro dele”.

Cartier-Bresson é o mestre em transformar os efêmeros “instantes decisivos” em momentos sustentados por um equilíbrio de formas e forças na composição. A Clive Scott interessa saber como o instante, privado do significado da sequência temporal do qual faz parte, constrói um novo papel para si, considerando que o “instantâneo fotográfico realiza a convergência dos ângulos, espaços, linhas, planos, figuras [...]. Mas também realiza a coincidência de diferentes temporalidades, escalas de tempo, diferentes velocidades de serem percíveis” (SCOTT, 2013, p. 46).

O faro do *street photographer* aponta para o que está latente nas ruas, nos cruzamentos, num café, em todos os lugares, pois, como diz o autor: “o espaço no qual nos movemos está cheio de fotografias que nunca vemos” (SCOTT, 2013, p.60).

O que move o *street photographer* é a curiosidade, o estranhamento, a possibilidade poética no cotidiano. Seu olhar questiona a ideia de uma legibilidade da cidade centrada em instituições políticas, hierarquia social e segmentações geográficas, ao mostrar narrativas urbanas através de vislumbres do cotidiano.

A influência do impressionismo ultrapassa a questão formal da composição e toca a escolha temática das representações dos paradoxos e das dialéticas da modernidade como contexto histórico. A dinâmica das ruas é o elemento imprevisível e essencial que define as imagens, nas infinitas possibilidades do acaso. A *street photography* não tem finalidade estabelecida e, por isso, pode ser pura contingência. Muitas vezes é realizada por amadores. Constitui um legado diferenciado daquelas imagens preservadas nos arquivos de publicações como jornais e revistas. Tem um olhar mais livre, distante de critérios de noticiabilidade ou interesses editoriais, e, portanto, um potencial para revelar outras narrativas sobre as ruas e seus personagens: um grande álbum coletivo que é espelho e memória das cidades.

#### **Referências bibliográficas**

CHARNEY, Leo e SCHWARTZ, Vanessa. *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

CLARK, T. J.. *A pintura da vida moderna: Paris na arte de Manet e de seus seguidores*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

CRARY, Jonathan. *Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

ENTLER, Ronaldo. Retratos de uma face velada: Baudelaire e a fotografia. In: *Revista da Faculdade de Comunicação e Marketing da FAAP*, São Paulo, n. 17, p. 04-14, 1º semestre de 2007.

ROUILLE, André. *A fotografia: entre documento e arte contemporânea*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

SCHAPIRO, Meyer. *Impressionismo: reflexões e percepções*. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

SCOTT, Clive. *Street Photography: From Atget to Cartier-Bresson*. Londres: I.B. Tauris & Co., 2013.

MELLO, Maria Teresa Bandeira de. *Arte e fotografia: o movimento pictorialista no Brasil*. Rio de Janeiro: Funarte, 1998.



## **Na Rua: as narrativas da mídia independente na cobertura da ocupação cearense Copa do Povo<sup>1</sup>**

A apropriação dos dispositivos tecnológicos na construção de um outro fazer jornalístico

Leonardo Vasconcelos<sup>2</sup> e Bruna Luyza<sup>3</sup>

### **Grupo de trabalho**

GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido.

### **Categoria**

Pós-Graduação

### **Resumo**

Parte da força de mobilização contra o Império e sua rede descentralizada de poder reside no próprio desenvolvimento do cenário tecnológico atual. Nessa esfera, o *ciberativista* assume uma identidade peculiar, questionando e lutando pelo acesso democrático à informação. Nesse contexto se localizam as novas práticas de comunicação alternativa e produção de informações, as quais se colocam fora da lógica “emissor-receptor” que caracteriza a comunicação de massa. O presente artigo analisa uma dessas iniciativas, a plataforma Na Rua, que propôs a realização de uma cobertura autônoma, sistemática e colaborativa da primeira ocupação do Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST) no Ceará, a Copa do Povo. A apropriação dos dispositivos tecnológicos pela mídia independente é abordada, bem como a luta pela democratização da mídia no Brasil e na América Latina.

**Palavras-chave:** Na Rua; MTST, Império; mídia independente; democratização da mídia.

### **1. Introdução**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT3 3, Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Leonardo Vasconcelos de Araújo é graduado em Direito pela Universidade Federal do Ceará, membro do Coletivo Urucum - Direitos Humanos, Comunicação e Justiça e mestrando em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará.

<sup>3</sup> Bruna Luyza Forte Lima Oliveira é graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará e membro do Coletivo Urucum - Direitos Humanos, Comunicação e Justiça.

Dada a violenta resposta do Estado brasileiro às manifestações de junho de 2013 e a postura da grande mídia em criminalizá-las e deslegitimá-las frente à opinião pública, uma organização da cidade de Fortaleza intitulada Coletivo Urucum - Direitos Humanos, Comunicação e Justiça decidiu empreender uma iniciativa, durante a Copa do Mundo de 2014, que tentasse, a um só tempo, garantir a prestação de assistência jurídica às vítimas de prisões arbitrárias e de violações ao direito de manifestação; requerer aos órgãos públicos informações acerca do orçamento e do material preparado para a repressão dos manifestantes; articular e mobilizar advogados para atuarem nos protestos; coletar e sistematizar dados para elaboração de um relatório que realizasse um diagnóstico preciso das violações praticadas; e, finalmente, criar um eixo de comunicação que se propôs a oferecer um contraponto às narrativas construídas pelos veículos de comunicação hegemônicos, os quais, abrigados sob o discurso da “isenção jornalística”, muitas vezes deturpam fatos e informações por interesses políticos e econômicos.

A essa iniciativa foi dado o nome de “Na rua não estamos sós” e o veículo por meio do qual todo o material produzido foi tornado público ganhou o nome de “Na Rua” (<http://www.urucum.org/narua/>). A seção “Quem somos” do referido sítio expõe a linha editorial pretendida pelo veículo, na qual está presente o compromisso de servir de canal para que os grupos e movimentos sociais pudessem expressar suas reivindicações, na tentativa de atuar como um “um ponto de convergências de comunicação alternativa produzida na cidade, em contraposição ao discurso da grande mídia”.

Atuando prioritariamente na capital cearense, o Na Rua se articulou com uma rede de movimentos, atores sociais e coletivos de mídia livre em Fortaleza, São Paulo e Rio de Janeiro, documentando de maneira autônoma, sistemática, horizontal e colaborativa as ilegalidades cometidas pelo Estado e suas forças policiais durante o evento da Federação Internacional de Futebol (FIFA) no Brasil.

A plataforma possuía dois objetivos principais: concentrar imagens, vídeos, relatos, opiniões e denúncias, com o intuito de fazer chegar ao maior número de pessoas informações a que, normalmente, não teriam acesso pelos veículos

tradicionais; e proteger indivíduos que foram às ruas reivindicar direitos - é sabido da importância de documentar violações. Para o coletivo Urucum, do qual os autores deste artigo fazem parte, a necessidade da criação de uma plataforma específica para o projeto se deu porque os sites de rede social como o *Facebook*, apesar de dinâmicos e com grande potencial de articulação, mostraram-se muito frágeis e suscetíveis a ataques e censura durante as manifestações de junho de 2013. A prova disso é que algumas comunidades criadas à época, a fim de articular os protestos contra a Copa do Mundo, “saíram do ar” sem qualquer explicação. Além disso, pela própria configuração de sua interface, o conteúdo ali inserido é muito volátil. Diferentes informações se sobrepõem umas às outras, dificultando a veiculação de fatos de real interesse e importância. Outra preocupação dos realizadores do projeto foi com a linguagem adequada para cada ferramenta: um site no *Wordpress*, por exemplo, dispõe de recursos específicos e se mostra mais adequado para reportagens longas do que a *timeline* do *Facebook*.

As redes sociais foram usadas pelo Coletivo Urucum como ferramentas complementares ao site, na medida em que, por meio delas, as informações eram capilarizadas, alcançando um maior número de pessoas. Além da utilização de plataformas como o *Twitter* e o *Youtube*, o site Na Rua foi trabalhado em convergência com a *fan page* Na Rua ([www.facebook.com/direitoshumanosnarua](http://www.facebook.com/direitoshumanosnarua)), na rede social *Facebook*, a qual alcançou um total de 5.168 (último acesso: 25 ago 2015) seguidores e postagens que chegaram a ter mais de 20.000 visualizações.

Tamanha capilaridade e a produção de conteúdos que denotavam uma comunicação feita no calor da rua, muitas vezes ao lado dos manifestantes e frente à frente com a linha policial, atrás da qual se colocavam em posição segura os representantes da mídia tradicional, acabou chamando a atenção desta, que chegou inclusive a citar o Na Rua como fonte em uma matéria sobre a Ocupação Copa do Povo.

A plataforma se divide nas seguintes seções: Quem somos, Notícias, Colunas (Arte e Resistência, Direitos Humanos, No Ato e Opinião), TV Na Rua, Denuncie, Manuais para manifestantes, Envie seu registro, Biblioteca e Contatos.

De maio à dezembro do ano de 2014, foram produzidos um total de 45 produtos jornalísticos para o site do Na Rua - entre notícias, colunas, fotos, entrevistas e vídeos - e o já citado manual para manifestantes. Do corpo de produção encontrado na plataforma, destacam-se as coberturas dos atos diretamente relacionados à Copa do Mundo de 2014, mas não só. Há também a cobertura de eventos que se deram no contexto da efervescência social que dava continuidade, ainda que em menor proporção, às mobilizações de junho de 2013.

Pela escala às vezes reduzida dos protestos contra a Copa em Fortaleza, ainda mais quando se toma em consideração o ano de 2013 e as manifestações na Copa das Confederações, tais mobilizações muitas vezes acabaram representando, por sua simbologia, escala e dinâmica, fatos sociais até mais relevantes do que os atos de rua contra o evento da FIFA.

Dessas, pela representatividade social dos atores envolvidos, destaca-se a Ocupação Copa do Povo, primeira ocupação levada a cabo pelo Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST) na cidade de Fortaleza, uma das capitais brasileiras com maior *déficit* habitacional do país. Esse acontecimento gerou uma série de debates na cidade e a atenção da mídia corporativa local, há muito vinculada aos interesses do capital imobiliário. Pelos motivos mencionados, a mobilização do MTST recebeu uma das coberturas mais ricas e aprofundadas do Na Rua.

Uma vez que este artigo se propõe a realizar uma análise de conteúdo da cobertura digital e audiovisual desenvolvida pelo Na Rua, com foco na apropriação dos dispositivos tecnológicos e tendo como pano de fundo as novas tecnologias da comunicação e a “guerra da informação”, para efeito de análise e pelas razões já citadas escolhemos nos deter sobre a cobertura da ocupação do MTST no Ceará.

## **2. A mídia livre no contexto da “guerra da informação”**

Há vários casos que atestam a importância do *ciberativismo* para o sucesso de protestos e movimentos sociais. O uso da Internet pelo Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN), por exemplo, foi o que fez com que as informações sobre o movimento fossem compartilhadas, tornando possível que os atos de violência

praticados pelo governo mexicano contra os zapatistas viessem à público. Em pesquisa que procurou compreender as mudanças que as mídias, especialmente a Internet, provocaram no movimento zapatista, Rosa (2013) chega a afirmar que a Internet transformou a história do movimento.

Tais experiências têm reverberado também no Brasil, com a ascensão de diversos veículos de comunicação alternativa que pretendem “ser uma opção como canal de expressão e de conteúdos infocomunicativos em comparação à grande mídia comercial e à mídia pública de tendência conservadora” (PERUZZO, 2009, p. 132 ). Esse tipo de comunicação, segundo Peruzzo (2009), ainda que com diferentes contornos, teve destaque durante a ditadura no Brasil e em outras situações de tensão social.

Atualmente, a nomenclatura usada para definir esse outro fazer comunicacional abrange

(...) uma infinidade de dispositivos e formas de comunicação, tendo em comum a inexistência de vínculos com veículos comerciais ou governamentais estruturados com objetivo de alcançar o lucro e/ou uma hegemonia político-ideológica. Seja por rádio, internet ou impressos, os veículos alternativos se constituem como um espaço de difusão de mensagens que adotam um critério diferenciado de noticiabilidade, que incorpora valores que claramente buscam ser difundidos em prol de determinado grupo. Além disso, esses canais buscam, claramente, se opor ao que é realizado pelos media tradicionais (FERNANDES, 2014, p. 4).

O que a Internet trouxe de novo para esse cenário foi a possibilidade de que a produção de comunicação alternativa ganhasse mais visibilidade, na medida em que a informação passou a circular também fora da estrutura industrial tradicionalmente adotada pelos grandes veículos mídia. O acesso às ferramentas gratuitas de compartilhamento de dados nos mais diversos suportes - vídeo, áudio, fotografias e textos -, bem como a popularização de dispositivos móveis de comunicação, tornou possível o surgimento de um modelo de comunicação horizontal (*peer-to-peer*) e colaborativo, que, segundo Fernandes (2014), apresenta as seguintes peculiaridades:

- a) enfoque na cobertura de manifestações populares com as mais diversas bandeiras;
- b) cobertura audiovisual ao vivo transmitida via Internet, a partir da experiência dos



manifestantes; c) representação positiva dos manifestantes, em oposição tratamento que geralmente é dado a eles pela mídia corporativa.

Nesse cenário, o ciberativista e as mídias livres assumem uma identidade peculiar, compartilhando, questionando e lutando pelo acesso democrático à informação, apesar da dificuldade ainda presente nos movimentos sociais em geral de ultrapassar a barreira *on-line/off-line* na participação dos indivíduos, embora Rosa (2013) reconheça que a Internet se apresenta como uma realidade nova, e que a tendência, com o tempo, é que as redes de solidariedade entre os indivíduos cresçam, transformando a sociedade em que vivemos.

A conquista dessa rede de solidariedade não vem sem um embate ferrenho, uma disputa de narrativas entre aqueles que constituem os movimentos e a grande mídia, que tradicionalmente adota uma postura criminalizadora de suas ações, invariavelmente escudada pelo discurso técnico da isenção jornalística. Estabelece-se, então, uma verdadeira “guerra” da informação”, embora esse seja um confronto bastante assimétrico, tendo em conta a presença massiva da mídia corporativa em todos os meios de comunicação, inclusive na Internet.

Como Castells afirma,

Num mundo caracterizado por interdependência global e moldado pela informação e a comunicação, a capacidade de atuar sobre fluxos de informação, e sobre mensagens da mídia, torna-se uma ferramenta essencial para a promoção de um programa político. De fato, movimentos sociais e ONGs tornaram-se muito mais competentes em agir sobre as mentes das pessoas no mundo todo mediante a intervenção na noosfera; isto é, no sistema de comunicação e representação em que as categorias são formadas e os modelos de comportamento, constituídos (CASTELLS, p. 132, 2003).

De fato, se antes era praticamente impossível que movimentos sociais e demais atores políticos que buscassem algum nível de transformação social tivessem sua voz ouvida sem interferências ou deturpações, o novo cenário possibilitado pela Internet e pelas tecnologias da informação propiciou um contexto mais favorável à diversificação de narrativas, enfraquecendo a hegemonia midiática fundada na

televisão e nos jornais e revistas impressos, os quais demandam grande aporte de recursos e organização administrativa.

A importância da autocomunicação para os movimentos não é algo recente, mas ganha uma nova dimensão com a Internet. Concordando com Castells (2003), acreditamos que uma das fronteiras possíveis de poder no cenário mundial, uma a qual temos acesso, é a moldagem de ideias “de forma tão propícia quanto possível a um dado conjunto de interesses nacionais ou sociais” (p. 132).

Para tanto, é necessário que movimentos e coletivos adotem como método o desenvolvimento de estratégias de comunicação que disputem não só as mentes, mas o coração das pessoas, mobilizando corpos e desejos para a ação, uma vez que a capacidade real de combate às forças hegemônicas - representadas pelo capital e suas ferramentas de captura simbólica - depende da capacidade real de se fazer frente ao processo de representação mental com o qual consegue influenciar a opinião pública e o comportamento político coletivo, e por meio do qual fabricam poder e angariam suporte.

Foi percebendo isso que o Na Rua elegeu a Internet e as redes sociais como seu campo privilegiado de luta, debate e mobilização, ao se colocar como um veículo de comunicação a serviço da promoção dos direitos humanos, que é claramente contra-hegemônica, associando-se de maneira aberta a um lado, ou seja, em oposição aos grupos detentores do poder político, econômico e cultural.

O capital produz seus instrumentos de poder e dominação, mas no mesmo processo acaba por desencadear as forças e os meios possíveis para ameaçar seu controle hegemônico. Certamente, será preciso mais do que a Internet para levar a cabo o processo de transformação que nosso mundo necessita. Por outro lado, não é mais possível imaginar que isso possa acontecer longe das redes de comunicação virtuais. O caminho que nos levará a sua superação é repleto de obstáculos e barreiras quase intransponíveis. Afinal, o que podemos nós quando o Estado se tornou o próprio capital, emprestando sua forma e suas armas para que a ordem estabelecida não possa jamais ser derrubada?

Mas a verdade é que podemos muito, e os meios para realizar nossa potência transformadora estão aí, ao nosso alcance. Basta, como Galeano, acreditar que “Este mundo de merda está grávido de outro mundo”.

### 3. “MTST, a luta é pra valer!”

“O direito à cidade é definido como o usufruto equitativo das cidades dentro dos princípios de sustentabilidade, democracia, equidade e justiça social”  
(Carta Mundial de Direito à Cidade, 2005)

Criado no ano de 1997 a partir da demanda urbana compreendida pelos integrantes do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST), o Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST) é uma organização que luta pela efetivação do direito à moradia digna. Segundo o site do grupo, o MTST é um movimento de

Operários, informais, subempregados, desempregados que, como mais de 50 milhões de brasileiros não tem sequer moradia digna. Vivemos de aluguel, de favor ou moramos em áreas de risco pelas periferias urbanas do Brasil. (...) Nosso objetivo é combater a máquina de produção de miséria nos centros urbanos, formar militantes e acumular forças no sentido de construir uma nova sociedade. A ocupação de terra, trabalho de organização popular, é a principal forma de ação do movimento. Quando ocupamos um latifúndio urbano ocioso, provamos que não é natural nascer, viver e morrer pobre e oprimido. Não aceitamos a espoliação que muitos chamam de sina. (QUEM SOMOS?, *Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto*. Disponível em: <[www.mtst.org/index.php/o-mtst](http://www.mtst.org/index.php/o-mtst)>. Acesso em: 20 ago 15)

O MTST tem atuação direta em estados como Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Pará, Pernambuco, Amazonas e, mais recentemente, Ceará. Em sua cartilha de princípios, também disponível no site da organização, o movimento se identifica como territorial - e não apenas de moradia, como se poderia supor -, pois se organiza em sindicatos (nas empresas) e em movimentos populares (nos bairros periféricos), ou seja, busca atuar onde os trabalhadores vivem e exercem suas atividades laborais. O direito à moradia é a principal bandeira do MTST, mas não é a única: os integrantes defendem também a construção do poder popular por meio do estímulo às iniciativas autônomas e às formas de organização colaborativa, reforçando o princípio de que “só os trabalhadores podem resolver o problema dos

trabalhadores”; e a reforma urbana, uma transformação no modelo organizacional das cidades, derrubando os muros reais ou simbólicos que demarcam a desigualdade social.

Essa desigualdade, aliás, é expressa em números cada vez alarmantes. No relatório bianual *State of the World Cities* de 2013, publicado pela agência da Organização das Nações Unidas para assentamentos humanos *United Nations Human Settlements Programme*, a capital cearense foi apontada como a quinta cidade mais desigual do mundo. Tal colocação é reflexo de um cenário desenhado ainda em 2010 pelo censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): segundo a pesquisa, seis dos dez bairros com menor renda média por habitante estão na Secretaria Executiva Regional VI, enquanto nove dos dez bairros mais ricos se localizam no entorno privilegiado da Secretaria Executiva Regional II. Isso significa que apenas 7% da população de Fortaleza concentra 26% da renda pessoal total da cidade.

Os indicadores do IBGE de 2010 demonstram também a precariedade da nossa situação habitacional: Fortaleza é a quinta cidade brasileira a concentrar o maior número de domicílios em aglomerados considerados subnormais — ou seja, um conjunto de, no mínimo, 51 unidades habitacionais carentes, em geral de serviços públicos básicos como água encanada e energia elétrica, ocupando ou tendo ocupado terrenos de propriedade alheia e dispostas desordenadamente. Em toda a cidade, mais de 100 mil casas, barracos e palafitas encontram-se nessas circunstâncias.

“Se morar é um privilégio, ocupar é um direito”. O lema mora na boca de muitos integrantes não só do MTST, mas de outros movimentos que questionam a especulação imobiliária e reivindicam direito à cidade, à terra e ao território. O presente artigo se debruça sobre a ocupação Copa do Povo, a primeira do MTST no Ceará, mas a luta por moradia digna é muito mais antiga. Desde as ocupações desenvolvidas a partir de processos de remoções, como é o caso das comunidades Alto da Paz e o Raízes da Praia, aos protestos contra a construção de um estaleiro no Serviluz, todas essas movimentações sociais fazem parte de um histórico de disputa de cidade.

Mais recente, o MTST Ceará foi construído a partir da Caravana da Periferia, a qual foi dissolvida e todos os seus núcleos e setores passaram a compor tanto o Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto quando o sindicato CSP-Conlutas e a frente Resistência Urbana. Os sujeitos envolvidos no movimento já acompanhavam a luta por moradia na capital e na região metropolitana, mas, como já dito anteriormente, a Copa do Povo foi a primeira ocupação que o MTST coordenou no Ceará.

Localizada na Paupina, no bairro Grande Messejana, a ocupação do MTST começou na madrugada de 5 de julho de 2014, um sábado. Cerca de 600 famílias, divididas em três ônibus, chegaram ao local e rapidamente montaram simples barracas de bambu e lona, material transportado por um caminhão. No escuro, algumas frases ecoavam na multidão: “Aqui não tem lote, tudo é coletivo!”, “Quem precisa de lona?”, “Ajuda?”. A primeira assembleia geral da ocupação, até então ainda sem nome, foi realizada naquela madrugada mesmo e, pela manhã, as barracas provisórias deram lugar aos abrigos característicos. O terreno ocupado, que estava vazio há anos, possui uma extensão de cerca de 350 mil metros quadrados. “Aqui poderia morar gente”.

Cerca de dez integrantes do coletivo Urucum, entre eles advogados e jornalistas do Na Rua, acompanharam todo o processo de ocupação já na madrugada do sábado. Evidentemente, isso se deu por uma aticulação prévia da ONG com o MTST, assim como demais atores sociais. Ao longo do tempo de atuação do coletivo, que existe desde 2011, construiu-se uma relação com movimentos sociais pautada na afinidade de pautas ligadas aos direitos fundamentais das pessoas, como o direito à cidade.

É importante ressaltar que nós, autores do artigo e também integrantes do coletivo, não acreditamos em uma disputa maniqueísta entre mídia tradicional e mídia alternativa. Sabe-se que até a escolha da pauta é orientada por fatores também subjetivos, pois o jornalista, como qualquer outro ser humano, também é afetado pelo meio. Logo, envolvimento do jornalista com o que o objeto de sua cobertura é natural - o importante é que o profissional da mídia mantenha ceticismo sobre os fatos, como frisa o pesquisador Cláudio Abramo na obra A Regra do Jogo. A imparcialidade



jornalística, jargão tão recorrente nos grandes veículos, não é desejável na comunicação independente: o Na Rua, por exemplo, colocou-se como interessado em construir uma narrativa a partir das vivências dos manifestantes tanto nos protestos quanto na ocupação, pois esses sujeitos são frequentemente invisibilizados nos jornais devido aos interesses políticos e econômicos envolvidos. O texto jornalístico é escrito por pessoas, e são esses olhares que nos interessam. Será que é mesmo mais importante o congestionamento causado pela manifestação do MTST que fechou a BR ou o motivo desse protesto? Delimitar claramente um foco não prejudica a excelência da cobertura, pois o leitor é orientado nesse sentido, o que dificilmente acontece na mídia tradicional. Afirmo Abramo que

A posição que considera o jornalista um ser separado da humanidade é uma bobagem. A própria objetividade é mal administrada porque se mistura com a necessidade de não se envolver, o que cria uma contradição na própria formulação política de trabalho jornalístico. (ABRAMO, 1988, p. 109).

A cobertura do Na Rua sobre a ocupação do MTST foi composta por oito publicações na *fanpage* do veículo, dois vídeos, uma reportagem aprofundada no site e um ensaio fotográfico. As postagens contemplam a trajetória da Copa do Povo: a primeira é sobre o instante da ocupação, no qual foi publicada uma nota com uma foto, ainda de madrugada, diretamente da casa de um dos apoiadores do movimento que cedeu o ponto de Internet para a divulgação da notícia no site e do release para a imprensa. No decorrer dos dias, atos e passeatas foram divulgados, assim como informações sobre a reunião do MTST com o poder público e uma nota oficial do grupo acerca desse encontro. A reportagem, por sua vez, abordou aspectos factuais, apresentou uma contextualização histórica e elucidou os leitores acerca do direito humano à moradia digna, previsto na Declaração Universal de Direitos Humanos de 1948 e promulgado na Constituição Federal de 1988. Intitulada “‘Aqui vamos construir nosso sonho’: ocupação do MTST em Fortaleza”, a matéria foi escrita e revisada colaborativamente e está disponível em: <<http://www.urucum.org/narua/aqui-vamos-construir-nosso-sonho-ocupacao-do-mtst-em-fortaleza/>>.

A produção audiovisual, por sua vez, compreende um vídeo que os repórteres do Na Rua gravaram e editaram sobre a escolha do nome da ocupação, assim como uma entrevista com representantes do movimento. Vale ressaltar que os colaboradores do site, nesse momento, tiveram acesso a uma reunião fechada das lideranças, onde aspectos organizacionais e uma proposta de nome foram debatidos. O outro vídeo mostrou o cotidiano da Copa do Povo e a reação dos ocupantes assistindo a uma partida de futebol da Copa do Mundo. O resultado pode ser verificado na TV Na Rua, canal na plataforma *Youtube*, por meio do endereço <<https://www.youtube.com/user/urucumnarua>>. O ensaio fotográfico, por fim, é de autoria do estudante de Comunicação Social Eduardo Oliveira. Os fotógrafos Gabriel Gonçalves e Davi Pinheiro, parceiros do Na Rua, também cederam suas fotos para a publicação pelo coletivo.

Nota-se, ao analisar o conteúdo do material publicado pelo Na Rua acerca do MTST, que algumas características se repetem, como a utilização de integrantes de movimentos sociais como fontes principais, o uso do termo “ocupação” em vez do criminalizador “invasão”, o foco na personagem. Outra especificidade dessa produção é o tempo despendido para a cobertura: ao contrário do que acontece nos veículos corporativos, onde o número de pautas ultrapassa a capacidade de repórteres, o Na Rua cobriu os desdobramentos da ocupação, revezando colaboradores no local.

É importante ressaltar que toda a cobertura do Na Rua foi realizada por meio de dispositivos móveis e ferramentas facilmente acessíveis. Com exceção do domínio no *Wordpress*, todas as ferramentas utilizadas foram gratuitas. Apropriando-se da linguagem jornalística e dos recursos também em uso pelas mídias tradicionais, o Na Rua encontrou na Internet e na rede de colaboradores uma forma de criar um outra comunicação.

Assim como a ocupação paulista que inspirou o seu nome, a Copa do Povo foi vitoriosa e, ainda em julho de 2014, o MTST conquistou o compromisso público de desapropriação do terreno para a construção de duas mil unidades habitacionais. Em março de 2015, o movimento protagonizou outra ocupação no Ceará, a Bandeira Vermelha.

#### **4. Conclusão**

Em seu 19º artigo, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, publicada em 1948, garante que “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”. Reconhecida como instrumento para acesso a outros direitos, a comunicação, ao longo dos últimos anos, passou a ser reconhecida também como um direito humano fundamental e o fomento de políticas nacionais para essa área é apoiado até mesmo pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Todo ser humano tem direito à comunicação e à informação, mas nos cabe questionar: atualmente, é possível falar em uma comunicação plural? A quem serve essa mídia vinculada a interesses particulares? Quais são os empecilhos que devemos superar para garantir uma comunicação justa e efetivamente popular?

A democratização da comunicação e a regulamentação midiática, acreditamos, são fundamentais para modificar o atual cenário relacionado aos veículos de imprensa. O monopólio e a concentração da mídia são os principais obstáculos enfrentados, atualmente, para a efetivação de uma comunicação pautada em questões sociais. Isso porque esses conglomerado midiáticos, nome dado à forma organizacional dominante nas indústrias da informação a partir do final do século XX e começo do XXI, são verdadeiros cartéis ligados a poucas famílias que possuem influências sociais, políticas e econômicas. Não é possível exercer uma comunicação livre quando o interesse de poucos prevalece sobre o que é publicado, quando e como divulgar informações.

Resguardados sobre o discurso de “censura”, os oligopólios midiáticos evitam a todo custo que o debate sobre regulamentação da comunicação ganhe força, reforçando a ligação que a ditadura militar estabeleceu com a mídia no país. O que é

intencionalmente ignorado por esses atores é que regulamentação e censura são bem diferentes, principalmente no aspecto de criação desses marcos regulatórios. Pena aborda censura e regulamentação, afirmando que:

A primeira é exercida de forma abrupta, sem critérios, enquanto a segunda segue preceitos formulados por agentes representativos da população. Toda a nossa vida em sociedade é regulamentada: temos código civil, leis de trânsito, estatuto de condomínio etc. Por que a televisão, que exerce influência direta na vida social, não deveria ter? (PENA, 2012, p.98)

Um exemplo para o Brasil e demais países da América Latina é o caso da Argentina, que em 2013 aprovou a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual, popularmente conhecida como *Ley de Medios*. Essa regulamentação estabelece um limite para as concessões públicas de rádio e televisão, evitando que esses veículos sejam controlados por um mesmo grupo, o que ainda acontece no Brasil. A construção da *Ley de Medios* foi um processo com participação da sociedade civil, decorrentes da luta social chamada *Coalición por una radiodifusión democrática*, organização que soma mais de 300 entidades sociais argentinas. Após anos de entraves com o governo e com grandes corporações midiáticas, como o *Clarín*, a aprovação da *Ley de Medios* representou uma vitória popular.

No Brasil, o cenário da regulamentação midiática se desenha prioritariamente nos espaços de esquerda. O Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Comunicação Social Eletrônica, conhecido como Projeto de Lei da Mídia Democrática, é apoiado por mais de 260 organizações da sociedade civil propõe a regulamentação dos artigos. 5, 21, 220, 221, 222 e 223 da Constituição Federal, determinando o fim dos oligopólios e monopólios de mídia, a transparência nas concessões de canais de rádio e televisão, o fortalecimento da comunicação pública e comunitária e a diversidade e a pluralidade de conteúdo nos meios de comunicação nacionais. Até 2014, a iniciativa já tinha recebido mais de 50.000 assinaturas em sua petição online. A luta pela liberdade na comunicação floresce.

### **Referências bibliográficas**

ABRAMO, Cláudio. *A Regra do Jogo*. 4 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

DIÓGENES, Carolina do Areal Barra. *O processo de democratização da comunicação argentina na visão da imprensa brasileira*. 2015. 67f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

FERNANDES, Kamila Bossato. *Estratégias discursivas do jornalismo de guerrilha: o caso da Mídia Ninja*. In: XII Congresso ALAIC, 2014. Pontifícia Universidad Católica del Perú: PUCP.

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. *Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço*. São Paulo: Galáxia, 2009. Disponível em:  
<<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2108>>

ROSA, Iara Bethania Rial. *Os movimentos sociais conectados - a voz Zapatista que ecoa na Internet*. 2013. 121f. Dissertação (Mestrado em Sociedade, Cultura e Fronteiras) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu.



## **Vlogs, superfícies de vigilância concedida<sup>1</sup>**

Lorena Risse<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo tem como foco problematizar os vlogs como práticas de publicização da vida e pensar sobre como eles se tornaram fontes de uma espécie de vigilância que se diferencia de outras já estabelecidas em regimes de visibilidade de outros contextos. Partimos das reflexões de autores como Félix Guattari (2011) Bruno Latour (1994), Erick Felinto (2005), Sheryl Turkle (2007) e Lúcia Santaella (2008) para pensar na subjetividade como algo que se fabrica no atravessamento de esferas diversas e que na contemporaneidade provoca o chamamos de vigilância concedida, um processo que parte da cristalização do desejo da publicização da vida até desembocar em um estímulo constante à observação da vida cotidiana midiaticizada.

### **Palavras-chave**

Vlogs; Audiovisual; Vigilância; Publicização; YouTube.

Este artigo tem como foco discutir acerca de como superfícies imagéticas funcionam como fontes disseminadoras do que se entende por *vigilância concedida*, apreciação a ser problematizada e construída ao longo deste artigo. Olhamos o desenvolvimento deste movimento como resultado de uma subjetividade que engendra necessidades específicas como a do exibicionismo e a do voyeurismo, práticas que ao mesmo tempo são resultado e contribuem para a estabilização de regimes de visibilidade como o contemporâneo.

Para iniciar nossa problematização é importante esclarecer de onde surge este conceito de *vigilância concedida*. Nossa interface com as discussões sobre regimes de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Lorena de Risse Ferreira é mestra em Comunicação e Informação e doutoranda em Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). [lorenarisse@gmail.com](mailto:lorenarisse@gmail.com)

visibilidade é construída a partir das contribuições da pesquisadora brasileira Fernanda Bruno sobre *vigilância distribuída* (2013), conceito amplamente discutido em obras que se dividem entre artigos e livros da autora, e que iluminou nossa discussão como ponto de partida para os avanços da problematização. Neste artigo, debruçamo-nos sobre um tipo de vigilância que provém da proposta por Bruno e que é mantida e alimentada por uma produção puramente informativa dos sujeitos, que entrega nuances importantes sobre como a produção midiática da sociedade está sendo pensada também por meio das produções “amadoras” e que exploram a esfera do cotidiano. O vlog, nosso objeto empírico é um dos materiais que funciona como uma materialidade na qual observamos este processo de remodelação vigilância condensado e com especificidades interessantes que tentaremos abordar aqui.

A *vigilância distribuída* (BRUNO, 2013) é construída sobre a seguinte égide piramidal: a observação, o conhecido e a intervenção. Vejamos como este trio funciona e nos leva ao objeto que estudamos. O primeiro eixo, a observação, acontece por meio da inspeção regular dos indivíduos podendo ser efetuada a partir de diversos modos, o visual, o sonoro e por meio de diversos aportes como o mecânico e o digital. A observação serve como uma forma de captação de dados, de informações que podem dar a ver um estado, padrões, regularidades, irregularidades, que ao serem decodificadas se transformam no segundo eixo desta pirâmide, o conhecimento. Com o armazenamento e a formalização dos aspectos que emergem da observação é possível produzir um conteúdo sobre aquele ou aquilo que se vigia, que se olha de perto e atentamente. É daí, dessas características descobertas, que o terceiro eixo surge, fazendo-se presente, na maioria das vezes, pela atuação de um sistema maior e detentor do poder e da intenção que deu origem à vigilância. Com o conhecimento adquirido, proveniente das decodificações, o interessado pode agir de diversas formas, desenvolvendo políticas e modos de conduzir o observado.

Esta vertente da vigilância se diferencia de outras no que tange a sua dissolubilidade na sociedade, de modo que foge dos locais instituídos como fontes deste sentimento de observação e se espalha pelo território social, configurando uma espécie de estado, de ambiência. Destacamos que esse processo de incorporação é

sutil e eficaz por conta da sua forma de sistematização que se infiltra em dispositivos, serviços e ambientes que são utilizados diariamente e até mesmo intimamente, desvirtuando um poder ou um olho absoluto que lançaria seu olhar de um ponto de vista superior e hierárquico. Aqui, há a descentralização da vigilância e, portanto, uma diversidade de intenções, propósitos e significações (BRUNO, 2009).

Desta forma o poder passa de um centro detentor de todo o processo e passa a existir de forma descentralizada, sendo instituído em cada prática particular desenvolvida pelos diversos de usuários de redes sociais, por exemplo, que são peças centrais nesta organização. Esse modo rizomático que fortalece os regimes de vigilância contribui para fabricações subjetivas únicas, nevrálgicas para a harmonia dos processos, que estimulam hábitos, práticas e que obscurecem outros. É sobre essas criações de desejo que falaremos no tópico a seguir.

### **Subjetividade Publicizada**

Aqui começa nossa aproximação teórica com a obra do filósofo francês Félix Guattari acerca da subjetividade. Segundo ele (2011), ela seria um devir coletivo que perpassa os sujeitos de forma única e que dá a ver modos de ser e de perceber o mundo. Além disso, o autor afirma que podemos enxergar a subjetividade como algo de “natureza industrial, maquínica, ou seja, essencialmente fabricada, recebida, consumida” (GUATTARI & ROLNIK, 2011, p. 25). Essa perspectiva é interessante pelo fato dela nos mostrar que a subjetividade é algo que surge e é fabricada com o contato constante dos indivíduos com a natureza, com as instituições, com as mídias, com outros seres humanos, com a tecnologia, entre outros elementos.

Na obra *Caosmose* (1992), o autor afirma que os estudos desenvolvidos pela psicanálise, área de origem do filósofo, eram voltados para o entendimento das constituições subjetivas e apresentavam limitações, já que reduziam as discussões aos mecanismos psicológicos apenas, deixando de lado outros aspectos que podiam funcionar como fortes influenciadores nessa formação. Sendo assim, vendo outras possibilidades de observação, além das “faculdades da alma”, o filósofo propôs uma

visão mais *transversal*, reconhecendo que a subjetividade é algo plural, polifônico, e que se constitui a partir do que ele chamou de “amarrações territorializadas idiossincráticas (Territórios Existenciais) e de sistemas de valor (Universos Incorporais)” (GUATTARI, 1992, p. 14). Assim, “as máquinas sociais, *mass* mediáticas, linguísticas aliadas a outras que podem não ser qualificadas como humanas” (GUATTARI, 1992, pg. 20), têm a capacidade de incidir sobre a constituição desta subjetividade.

Nesta reflexão sobre os componentes dos processos de subjetivação, Guattari ainda faz a seguinte questão: “devem-se tomar as produções semióticas dos *mass* mídias, da informática, da telemática, da robótica etc. fora da subjetividade psicológica?”. Ele responde, “penso que não” (1992, p.14). Esta reflexão do autor tem grande importância, pois é a partir dela que se fundam os avanços dos estudos psicanalíticos, apontando para uma percepção além da psique. Pensamos que os estudos subjetivos não podem separar fatores ditos humanos dos não humanos, pois mesmo que exista essa diferença, estas duas esferas podem ser tratadas com as mesmas medidas tendo em vista o seu fim, que é a formação subjetiva. Essa reflexão vem da teoria das multiplicidades (2011), cunhada por Guattari em parceria com Gilles Deleuze.

Vemos a teoria das multiplicidades conectando-se ao pensamento do filósofo Bruno Latour (1994), quando este apresenta o *princípio da simetria*, que diz respeito à superação das dicotomias, entre elas a separação entre humanos e não humanos no processo de constituição da sociedade. Pensemos, nas interações que ocorrem entre humanos é muito comum que existam objetos mediando esses contatos, principalmente quando falamos em comunicação, onde há uma produção incessante de dispositivos provedores e facilitadores deste contato. No caso dos audiovisuais que damos maior atenção aqui, os *vlogs*, percebemos que na sua formação há uma rede de elementos que independem da classificação humano e não humano e que acabam modificando as formas de nos relacionarmos com o mundo. Sendo assim, os meios tecnológicos não podem ser vistos como meras ferramentas e sim como elementos que tem a capacidade de modificar interações.

Assim, entendemos que a tecnologia tornou-se um dos equipamentos coletivos de subjetivação fulcrais para a constituição de um tipo subjetivo próprio do contexto em que vivemos e que se caracteriza pelo estímulo constante à reflexão da vida a partir de um ponto de vista particular e individualista, voltado para o hedonismo e, principalmente, para a exploração de momentos banais, corriqueiros da vida, de modo a angular o foco tanto midiático como social para pessoas comuns e, claro, para a vida comum que elas possuem. Sobre este tipo subjetivo chegamos à definição de *subjetividade publicizada*, apreciação que difere de uma subjetividade que se exterioriza apenas, por ter como elemento fundamental<sup>3</sup> a tecnologia imagética que é capaz de proporcionar este universo de produções múltiplo.

O principal é que entendamos como o uso constante destes objetos acabam criando uma cultura tecnológica que funciona a partir de diversos regimes, entre eles o de visibilidade. Logo, as contribuições de Guattari, trazidas até agora constituem essa estratificação sobre a fabricação subjetiva, agora, nosso interesse é problematizar como a exploração da subjetividade, da sua imagem, instituem uma vigilância que confunde o sujeito, fazendo-o refém de um olhar que parece trazer um reconhecimento social, ao passo de que instaura uma autovigilância.

Aqui retomamos nosso esclarecimento sobre não tomarmos nem uma posição apocalíptica e nem integrada sobre as tecnologias, mas sim entender que elas agem em nossas vidas de maneira incisiva e acabam mudando consideravelmente nossas práticas cotidianas. Um exemplo claro dessas modificações e que ficam evidentes nos materiais que falaremos adiante, é a mudança de vivenciarmos duplamente a realidade, vivendo-a e ao mesmo tempo registrando-a. Quantas vezes já não vimos fotos tiradas em shows, concertos, peças teatrais que revelam que ao invés dos indivíduos verem o que se passa nesses palcos eles “visualizam” o que se passa através das lentes de câmeras que registram estes instantes e simultaneamente publicam-nos, publicizando-os.

---

<sup>3</sup> Dizemos que essa é a fundamental tendo em vista que a subjetividade, como dito anteriormente, se constitui a partir de diversos elementos, neste caso, como a realidade digital, as redes sociais, as influências econômicas, entre outras.



Não é por meio da criação de uma esfera separada que isso se dá, mas pela abertura de modalidades diferenciais de práticas que se inserem à sua maneira na vida cotidiana, refletindo e condicionando novas formas de acesso à informação e ao conhecimento. Os espaços eletrônicos estão firmemente situados na experiência vivida, motivados por ela e tomam forma em resposta às suas demandas. (SANTAELLA, 2008)

É importante destacar que a subjetividade publicizada realiza-se em diversos campos da vida, mas o que nos detivemos ao longo deste texto diz respeito ao campo da comunicação, especificamente nas formas audiovisuais por meio das quais esses indivíduos respondem a esta subjetividade. Partimos para o campo empírico observando audiovisuais do YouTube específicos que dão vida a um gênero que se realizava de forma coerente aos contornos da subjetividade publicizada, os vlogs. Sobre eles falaremos a seguir.

### **Conhecendo os Vlogs**

Como material empírico para observarmos tanto a subjetividade publicizada, que falamos anteriormente, quanto a criação da necessidade e desejo de vigilância, adotamos os vlogs como territórios de observação. A primeira coisa a esclarecer é que o termo “vlog” é empregado em muitas situações e também é reconhecido como equivalente de outro termo semelhante, o videolog. Explicamos: estas duas palavras, desde o início da prática da postagem de audiovisuais na internet, representavam a mesma coisa, um espaço no qual um usuário poderia postar, em forma de vídeo, suas histórias. Vejam que eles possuem o mesmo raciocínio do Blog, são um diário que o indivíduo pode acionar todas as vezes que quiser registrar algo, só que por meio do audiovisual.

Esta definição acima está correta, mas ela diz respeito apenas ao sistema operacional que abriga o vídeo. A partir da nossa coleta de dados, notamos outra perspectiva sobre os vlogs que nos chamou atenção e que diz respeito a outro aspecto, o audiovisual. Ele surgiu no momento em que vimos que os usuários do YouTube

chamavam de vlog um gênero específico de vídeo e não mais se referiam ao espaço videolog como vlog. Em outras palavras, o termo vlog passou a adquirir um uso específico que diz respeito ao modo e o que o vídeo mostra.

Vlogs são construtos que, acima de tudo, têm como objetivo mostrar momentos da vida, como uma festa infantil, um dia no parque, uma refeição em família, uma conversa, ou ainda um dia inteiro de atividades, depende da temática que o produtor escolher. Além disso, percebemos que o que os diferencia de outros gêneros de vídeos é a constante busca pelo que é ordinário, pelo que é comum a todos nós. Descobrimos que se trata de um compartilhamento das vivências entre aquele que realiza o vídeo, que se exhibe e aquele que vê. Vale ressaltar, desde agora, que esta “definição” sobre o que é um vlog foi concebida a partir das nossas experiências de visualização, nas quais ficaram evidentes algumas características que dão conta da nossa problematização. Sendo assim, outras definições sobre este gênero podem surgir tendo em vista um modo de olhar diferente do nosso.

Vamos partir para a desconstrução pela diferença. Usamos como exemplo oposto ao vlog o vídeo tutorial, produto audiovisual que tem como objetivo compartilhar informações, dicas de como fazer algo específico, seja maquiagem, comida, artesanato, entre outros. Há, nos tutoriais, também o compartilhamento de momentos, afinal há alguém ali ensinando-nos a realizar uma atividade que ele sabe fazer, assim como há o compartilhamento de momentos nos vlogs. Mas, entendemos que estes instantes dos tutoriais correspondem a algo muito mais “programado” ou com um objetivo mais prático e técnico sobre determinado assunto, ou seja, a finalidade é mostrar como se faz. Nos vlogs, pode até haver o devir técnico sobre algo, no sentido de em uma passagem do dia estar-se fazendo o jantar e mostrar o processo desse evento, pode acontecer, mas a técnica não era o objetivo do vídeo em si, como acontece com os tutoriais.

Sabemos que não há como afirmar que um vídeo foi pré-programado ou se foi inteiramente “espontâneo”, nem é essa nossa intenção. O que nos dá fôlego é observar o que o vídeo nos diz, é ele o ponto de partida para qualquer interpretação. Por isso, vimos que, com os vlogs, a configuração é diferente, há um paradoxo entre o que ele é

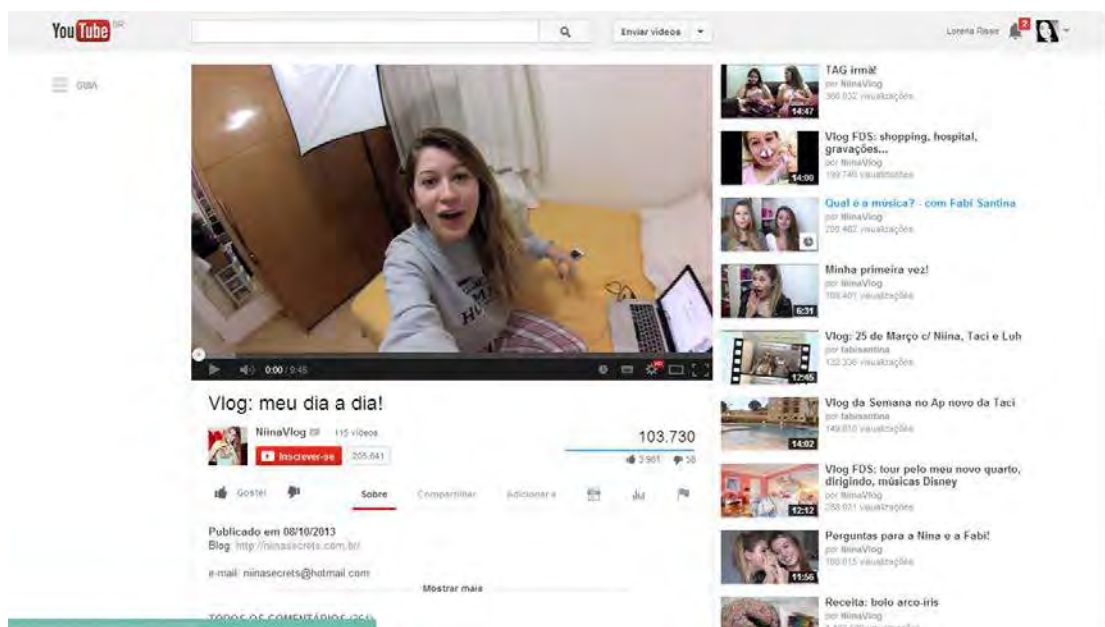
e o que ele quer que vejamos dele. Da mesma forma que nos tutoriais, identificamos neles uma tendência à pré-produção daquele que se mostra, no que tange ao cuidado em elaborar um pré-roteiro (apenas para organizar as informações); um cuidado com a própria aparência (mesmo que em alguns vídeos as pessoas aparentem estar de “cara limpa”, sem maquiagem) e até um cuidado com a mínima edição dos vídeos. Mas, paradoxalmente, o que esse vídeo quer mostrar (o que quer que vejamos dele) é algo que pareça casual, que não mostre preparação, que se assemelhe a realidade da vida cotidiana, portanto, algo que se constitui sem estes “filtros” que a natureza do vídeo permite construir.

Vlogs, em especial, admitem introduções e a permanência de instantes que suscitam a casualidade, a normalidade, como códigos que sinalizam que este tipo de vídeo é um construto do que conhecemos como “real”, da nossa vida comum. Isso só faz com que ele aproxime-se da nossa vivência e de nós mesmos, pela presença deste elemento em especial, o acaso. Dizemos isso porque o que também o difere de um vídeo tutorial, por exemplo, é essa abertura, essa possibilidade de abranger momentos que surgem ao longo da realização da filmagem que são da ordem do inesperado, da *natureza da vida* e não da *natureza do vídeo* e, o mais importante, ainda assim parecer completo e coeso. Não que um vídeo tutorial não possa incluir momentos inesperados, como um erro com a câmera ou até mesmo quando a maquiagem dá errado, por exemplo, ele pode, mas não é da sua natureza explorar estes momentos. Dentro dos tutoriais que acompanhamos para chegar a esta conclusão, vimos que quando havia essa inserção dos momentos inesperados, do acaso, eram alocados ou para os “erros de gravação” ou eram moldurados por um filtro preto e branco, ou outro tipo de código que sinaliza que isto não faz parte do vídeo ou que não é da sua natureza. Os vlogs, por outro lado, fluem, funcionam em torno deste fluxo mais aberto que se atualiza a partir dos acontecimentos da vida cotidiana, mesmo que estes estejam minimamente preparados por um roteiro, por exemplo.

### **Constituição do olhar que vê e que é visto**

Para visualizarmos todas as características citadas sobre a nossa definição de vlog, tomemos como exemplo o caso do vídeo “Vlog: meu dia a dia”, postado no dia 08/10/2013. Nele, a videologger Niina explora diversos instantes do seu cotidiano desde momentos em casa, até interações realizadas fora dela. Logo no início do vídeo, aos 17 segundos, Niina ainda está em casa, de pijamas, no quarto, e esclarece aos espectadores o que eles verão: “Acompanhar um dia típico meu, o que eu tenho pra fazer, o que eu faço”. E mais, mesmo com a agenda cheia de compromissos, ela diz “Ué, já estou cheia de coisas para fazer, porque não gravar mais um vídeo para vocês? Vou gravar um vlog”. E, assim, o vídeo ao mesmo tempo em que mostra o cotidiano da jovem, configura-se como um evento que faz parte dele.

Figura 1 - Vlog: meu dia a dia!



Fonte: YouTube, 2015<sup>4</sup>.

O que notamos mais expressivamente é a via de mão dupla entre o cotidiano em si, que possui acasos e momentos que surgem com o passar do dia (mostrados no vídeo) e o cotidiano que Niina quer produzir com o audiovisual, como dissemos há a

<sup>4</sup> Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=MsmtQEi9vE8> >.

natureza da vida e a natureza do vídeo. Aos 1 min 46 s, Niina aparece no carro, como mostra a figura 2, com a câmera posicionada no para-brisa e realmente parece conversar com alguém (espectador), pois fala tranquilamente enquanto dirige. Neste momento o incitamento da ausência de um roteiro completo (unificado), que já destacamos como característica dos vlogs, fica evidente, pois, com o carro em pleno movimento, os gestos e a sua feição de atenção, de preocupação com os outros carros, e com os semáforos destaca-se.

Figura 2 - Vlog: meu dia a dia!



Além deste momento, identificamos outro instante em que o acaso, a natureza da vida, parece influir sobre a produção e passa a ser explorada por ela. Niina está em um elevador, dirigindo-se ao banco e conta que teve que começar a gravar com o iPhone porque o cartão da máquina estava cheio. Essas inclusões dos acontecimentos não previamente imaginados, ou simplesmente que acontecem sem uma “aparente importância”, fazem deste gênero um captor de momentos comuns.



Nos minutos seguintes, fica ainda mais clara essa mistura entre o cotidiano de fato e aquele que a videologger quer expor, pois Niina explica e mostra como ela prepara-se para as gravações com os tutoriais de maquiagem que ela também produz, já que, naquele dia, estava no seu roteiro também gravar um tutorial para postar no seu próprio canal.

O que percebemos é que quando um indivíduo coloca-se em trânsito com diversas coisas e resolve documentar, gravar e disponibilizar, configura-se este tipo de vídeo, pois ele se constitui como a vida sendo mostrada, em todos os graus de ocorrência. E quando nos colocamos no *entre*, no movimento, a vida realiza-se e estes vídeos têm o objetivo de captá-la.

Tomamos como segundo objeto o vlog “Meu Parto Normal – Nascimento da Baby V”. Nos 26 min 15 s de produção (Figura 3), a protagonista, Flavia Calina e a mãe narram todo o período de trabalho de parto, desde o momento em que saem de casa até o ápice do dia, quando a criança nasce. Começamos nossa inserção observando o que se passa a partir dos 02 min 18 s, quando a família chega ao hospital: Flavia fica sentada na cama, rodeada por equipamentos de monitoramento, já vestida com a roupa de paciente, ao mesmo tempo em que está fazendo sua maquiagem. Ela explica que como a criança ainda está longe de nascer: “Dá tempo de fazer minha maquiagenzinha!”.

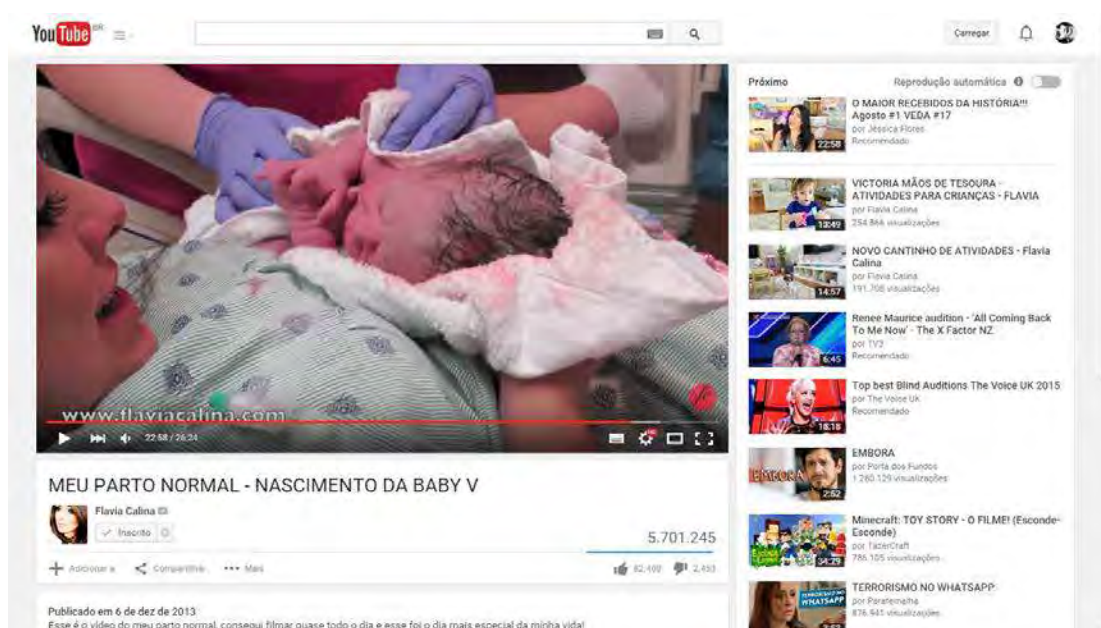
Este fato revela que apesar deste material ser um vlog, ou seja, um vídeo que realmente acompanha o cotidiano dela, ele nos evidencia a preocupação da protagonista com a aparência e um cuidado com o preparo da própria imagem, o que incita a ideia de construto, da *natureza do vídeo* que incide sobre a *natureza da vida*.

Essa constante vigilância acontece principalmente pela reputação e abrangência que o canal de Flavia alcançou com mais de 790.000 pessoas inscritas (até esta data, 21/08/2015). Em outras palavras, ao mesmo tempo em que tantas pessoas assistem-na, por conta das informações concedidas, há claramente a constituição de uma vigilância múltipla, agindo intimamente no incitamento à participação e também coagindo-a à reproduzir uma subjetividade que se publiciza e

“ensina” que quem quer ser visto tem que parecer bem apresentado, de modo a ser “digno” dessa visualização.

Essa vigilância detectada em relação ao como se mostrar só faz com que a ideia da subjetividade fabricada, propague-se mais, pois Flavia acaba sendo uma agente reprodutora deste desejo de boa aparência e de publicização. Na verdade, todos os que fazem e aparecem nos vídeos que habitam nosso universo de observáveis - e constituem-se como nodos desta rede do fluxo de acontecimentos da vida que buscamos apreender – colocam-se, de alguma forma, como *clusters* disseminadores do exibicionismo, ou seja, são figuras-chave na constituição de uma vigilância que parte de uma ideia de consentimento.

Figura 3 - Meu Parto Normal – Nascimento da Baby V



Fonte: YouTube, 2015<sup>5</sup>.

Estes vídeos são exemplos de vlogs e nos mostram claramente uma vontade em se expor comum do regime de vigilância que vivemos agora e os trazemos como exemplos de vigilância concedida por justamente serem território onde há a evidência

<sup>5</sup> Acessado em 21/08/2015. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=7jydpn0j2AE>>.

da vontade de exposição e, além disso, por se tornarem “exemplos”, ou melhor, imagens que com o passar do tempo e do capital social agregado passam a funcionar como disseminadoras do desejo de observação da vida alheia (voyeurismo) e, por consequência da própria exibição daquele que assiste.

### **Considerações Finais**

Este artigo teve como foco discutir a fabricação de uma subjetividade específica, a *subjetividade publicizada*, e, como ela é um dos sintomas de uma sociedade que está embebida em um contexto de vigilância. Iniciamos nossa problematização demarcando nosso lugar de falar que está ligado ao pensamento do filósofo francês Félix Guattari e suas contribuições sobre a fabricação subjetiva. A partir de então ficou clara a nossa intenção em ver como a subjetividade, que definimos como publicizada, se constituía em meio a um universo múltiplo, constituído por elementos humanos e não humanos, comprovando nossa visão transversalista acerca dessa fabricação.

Assim, fizemos nossa primeira aproximação teórica com o filósofo Bruno Latour (1994) tendo em vista sua perspectiva não hierárquica sobre as relações e constituições de redes por elementos humanos e não humanos, se conectando com a teoria das multiplicidades cunhada por Guattari e Gilles Deleuze (2011). Nossa intenção é dizer que até mesmo as esferas midiáticas e tecnológicas, esferas compostas por objetos e ferramentas não humanas, são capazes de influir na formação subjetiva.

Além de Latour, problematizamos questões vindas de Felinto (2005), Turkle (2007) e Santaella para visualizarmos, mais uma vez, a tecnologia como um fonte rica de estímulos e incitamentos que influem a formação subjetiva. Como material empírico apresentamos o vlog, o conceituamos e destacamos alguns momentos de dois vídeos nos quais ficaram claros alguns sentidos sobre a exibição de instantes comuns da vida, característicos deste gênero audiovisual. Neles, o sentido de vigilância concedida toma forma ao passo que vemos a publicização de momentos

comuns, cotidianos sendo divulgadas e sendo cada vez mais introduzidas ao nosso cotidiano seja por meio destes materiais ou outros como, informações em redes sociais (Facebook), fotografias (*Instagram*), entre outros.

### **Referências Bibliográficas**

DELEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Vol.I. São Paulo, Ed. 34. 2011.

DUBOIS, Philippe. *Cinema, Vídeo, Godard*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

FELINTO, E. Por uma crítica do imaginário tecnológico: novas tecnologias e imagens da Transcendência. In: *A Religião das Máquinas*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

GUATTARI, Félix. *Caosmose: um novo paradigma estético*. São Paulo: Ed. 34, 1992.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

LATOUR, B. On Technical Mediation. In: *Common Knowledge* 3 (2), 1994, pp. 29-64.

SANTAELLA, Lúcia. *Mídias Locativas: a internet de lugares e coisas*. Revista FAMECOS, 35, 2008, pp. 95-101.

TURKLE, S. *Fronteiras do real e do virtual*. Entrevistador: Frederico Casalegno. Entrevista concedida no Massachusetts Instituts of Tecnology/MIT. Revista Famecos, Porto Alegre, nº 11, dezembro, semestral, 1999.

\_\_\_\_\_ (org) *Evocative Objects: things we think with*. Cambridge: MIT Press, 2007, pp. 5-10 (Introduction); 102-109 (Radio); 178-183 (World Book); 194-207 (Death-Defying Superheroes); 286-292 (Foucault's Pendulum); 307-326 (What Makes an Object Evocative?).



## **O corpo fragmentado<sup>1</sup>** Do devaneio à hiperconexão

Louise Ferreira Carvalho<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo busca realizar uma reflexão sobre certas transformações ocorridas nas últimas décadas, na sociedade ocidental, com foco nas configurações subjetivas e corporais que se produzem em diálogo com as imagens e os discursos midiáticos e artísticos. Nesse sentido, a intenção é desdobrar o caráter histórico da atenção através de um estudo sobre a fragmentação social, psicológica e metafísica que marcaram a experiência moderna, recorrendo a algumas obras do universo artístico da época. A partir desse estudo, busca-se contextualizar brevemente a intensificação do regime fragmentado da percepção na cultura da imagem e do espetáculo, atentando para as novas formas de consumo do corpo no ambiente midiático. Aposta-se na ideia de que houve uma intensificação nos regimes fragmentados de percepção, e isso é algo que o método genealógico poderá detectar em todas suas nuances.

### **Palavras-chave**

Corpo humano; fragmentação; atenção; subjetividade; genealogia.

### **Introdução**

Para contextualizar o esgarçamento da atenção e da dispersão suscitado por um modo de vida crescente *online* e *nonstop*, este artigo explorará as representações do corpo fragmentado em sua forma literal e metafórica numa perspectiva genealógica, retomando as transformações pelas quais passou a percepção nas últimas décadas do século retrasado. Durante o século XIX, uma época em que as crescentes capitais europeias produziam novos apelos e fascínios ancorados à incipiente sociedade espetacular e à lógica do consumo, o corpo humano foi alvo de desconstrução e de desmembramento nos campos artístico e científico. Em meio aos perigos provenientes das novas tecnologias industriais, de transporte e de armamento,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 – Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ), graduada em Estudos de Mídia pela Universidade Federal Fluminense (UFF)

atrelados às novas demandas por atenção no trabalho e na vida cotidiana, a fragmentação do corpo foi um tema recorrente na arte pictórica em sua forma tanto violenta quanto alegórica; ambas, contudo, muito emblemáticas para pensar sobre os modos de ser e estar nos tempos modernos.

Já o século XXI, pautado no regime de vida digital hiperconectado e multitarefado, o corpo é despedaçado de maneiras inéditas: pela não-linearidade e/ou coesão do pensamento, da escrita e da fala; pelo salto entre tarefas múltiplas e simultâneas, como se todas elas fossem igualmente urgentes; através, também, da visão digitalmente purificada do corpo e de sua imagem nas mensagens comerciais, que tende a separá-lo em pedaços para mostrar suas partes lisas e reluzentes; até mesmo pelo esquecimento de possuir um corpo unificado, com cabeça, coluna, pernas, mãos e dedos que deslizam pelos teclados cada vez menores, conectando-nos à atraente imensidão do mundo cibernético. Nesse universo, a atenção e o seu par disperso enfrentam novos problemas e demandas. Assim, o corpo humano encara seus limites orgânicos, revelando sua origem não técnica e fatalmente mortal.

Daí algumas questões. Como se deu a passagem de um regime de vida pautado na interioridade e na antipressa inscrito na temporalidade da cultura letrada às vivências cada vez mais visíveis e hiperconectadas típicas dos tempos atuais? De que forma as evidências do corpo fragmentado nos ajudam a pensar sobre certos modos de ser e estar no mundo em determinada época? Seria o problema da atenção uma novidade contemporânea ou herdamos de tradições mais antigas? Se porventura a dispersão e as suas variações já se alojavam nas sociedades europeias no final do século XIX, quais seriam as mudanças em relação aos regimes de contemplação moderno e contemporâneo? O presente trabalho convida a uma suspensão dos corpos inquietos para problematizar o nosso tempo através da visão genealógica, apostando nas pistas que a cultura letrada do longínquo século XIX tem a oferecer acerca do que estamos nos tornando no veloz século XXI.

### **A subjetividade moderna e o corpo em pedaços**

Em um ensaio intitulado *Pensar e ensinar hoje: da ruminação à avaliação*, Maria Cristina Franco Ferraz invoca o filósofo alemão Friedrich Nietzsche na discussão sobre ensinar, aprender e pensar em meio ao turbilhão de hiperestímulos e hiperconectividade nos tempos atuais. Intuindo certa tendência à dispersão nas sociedades europeias do século XIX, Nietzsche remete a arte da leitura, da interpretação e do pensamento não à razão ou ao cérebro, mas ao *corpo*, particularmente, ao estômago (FRANCO FERRAZ, 2015, p. 17). “O espírito é um estômago”, afirma o filósofo no parágrafo 16 do capítulo “Das velhas e novas tábuas”, de *Assim falou Zaratustra III*. Colocando em xeque a velha separação dualística corpo/espírito, o pensar diz respeito ao corpo em sua função mais espiritual, uma digestão que não exige apenas um, mas vários estômagos. Mastigar e remastigar, ruminar. E isso, conclui a autora, demanda atenção e concentração, duas características que solicitam uma temporalidade em extinção – porém muito estimada – nos regimes de vida *online* e multitarefado.

É válido ressaltar que tal pensamento estava no âmago de uma cultura letrada da sociedade europeia do século XIX, em que a leitura e a escrita são importantes práticas na construção de si. Tanto o hábito da leitura silenciosa quanto o florescimento da literatura foram dois elementos fundamentais na lenta edificação da subjetividade moderna, interiorizada e psicologicamente tramada. Tal “interioridade psicológica”, combinada ao universo da ficção literária, caracterizou-se como um espaço interior, localizado “dentro” de cada um, gradativamente cultivado através da escrita dos textos introspectivos com forte inspiração nos personagens dos romances e folhetins. Há, nesse sentido, uma mudança radical em relação ao que se considera “interior” hoje: entram em declínio os velhos conflitos e dilemas da vida subjetiva em favor de uma ênfase na materialidade somática e na bioquímica do corpo, entrelaçada por um processo de “externalização” do eu nas imagens digitalmente limpas, lisas e, sobretudo, visíveis.

Para dimensionar de modo mais preciso algumas mudanças, é necessário lembrar como se constituiu o sujeito moderno. A escrita íntima e confessional de outrora, transbordada de sentimentos e segredos, foi uma prática fundamental no

cultivo da própria subjetividade. É interessante notar, por exemplo, a enorme desvantagem que as mulheres sofriam nesse território pela falta de tempo e espaço para exercitar a escrita íntima. “Uma mulher precisa de dinheiro e um teto todo dela se pretende mesmo escrever ficção”, observa a consagrada escritora Virginia Woolf em dois artigos sobre “as mulheres e a ficção” lidos perante a Sociedade das Artes, em Newnham, e a Odtaa, em Girton, no ano de 1928 (1990, p. 53). “Se uma mulher escrevesse, teria de escrever na sala de estar comum. E, como se queixaria tão veementemente Miss Nightingale – ‘As mulheres nunca dispõem de meia hora. . . que possam chamar de sua’ –, ela era sempre interrompida”, continua a autora (*Ibidem*, p. 83). Ou seja, ter um *espaço* próprio e gozar de *tempo* ininterrupto eram privilégios preciosos não apenas para escrever romances, mas principalmente para tornar-se alguém.

Estava em construção, durante esse período, um tipo de sujeito que seria objeto de investigação das novas disciplinas científicas fundamentais nos contornos da subjetividade moderna: as ciências do homem, a psicologia e a psicanálise dentre elas. Segundo o psicanalista Benilton Bezerra Jr., as referências a diversos escritores e suas obras nos textos de Freud não são meras ilustrações de suas teorias; pelo contrário, a literatura moderna está presente no nascimento da psicanálise. Nas palavras do autor: “A partir do século XVI, a literatura se constituiu progressivamente num dos mais poderosos instrumentos de criação do universo imaginário que ajudou a moldar a sensibilidade e a subjetividade modernas” (2002, p. 230). Muito parece ter mudado nesse cenário. Com o declínio da cultura letrada e do modo de subjetivação moderno, o quadro histórico que viu a clínica psicanalítica nascer sofre imensas transformações. Na ascensão da cultura do espetáculo e da imagem, a palavra, a leitura e a interpretação parecem ter perdido sua antiga potência. Entra em cena, em seu lugar, a circulação intensa de breves textos e de imagens de si, bem como o rápido esquecimento desses materiais, gerando novas formas de se lidar com o espaço, o tempo e até mesmo o corpo.

Embora as tecnologias da virtualidade tenham radicalizado noções como a materialidade do espaço e a linearidade do tempo, tais vetores já anunciavam

transformações intensas nas capitais europeias em expansão no século XIX, sobretudo com o advento dos novos meios de comunicação, de transporte e de entretenimento. Além disso, conforme explicou Maria Cristina Franco Ferraz, certos traços muitas vezes associados à “pós-modernidade” – como a fragmentação da atenção, a perda de referências tradicionais e o descentramento do sujeito, por exemplo – já se encontravam plenamente presentes no século XIX, tanto no âmbito da experiência quanto no da reflexão teórica (2010, p. 22). Nesse ambiente em plena ebulição, o corpo em toda sua organicidade carnal, assim como a percepção e a cognição, foi marcado pela emergência de formas industrializadas de contemplação e pelo acelerado processo de produção e de consumo nas metrópoles em construção na virada daquele século.

“Fragmentar, decompor, dispersar”, destaca Eliane Robert Moraes, “essas palavras se encontram na base de qualquer definição do ‘espírito moderno’”. (2002, p. 56). Afinal, entre a Revolução Francesa e o início da Segunda Guerra Mundial, de fato, a cultura irradiada pela Europa foi profundamente abalada por um sentimento de instabilidade, causando fortes impactos na política, na moral e na estética, efeitos que atingiram particularmente as imagens e as vivências corporais. Em meio às revoluções, às guerras e ao árduo processo civilizador – e, portanto, já desde os primórdios da modernidade – o corpo humano fragmentado se posicionou não apenas como uma metáfora significativa, mas também como uma maneira de representar a realidade mais crua do momento. Ou seja, o sofrimento, a dor e a morte estão presentes de forma literal em muitas representações visuais.

Foi precisamente no “período entreguerras”, nos anos de 1930, que Walter Benjamin exprimiu perfeitamente o silêncio de quem testemunhou as atrocidades humanas, sobretudo pela visão de corpos fragmentados por conta das mudanças nas tecnologias de armamento: “Uma geração que ainda fora à escola num bonde puxado por cavalos se encontrou ao ar livre numa paisagem em que nada parecera inalterado, exceto as nuvens, e debaixo delas, num campo de forças de torrentes e explosões, o frágil e minúsculo corpo humano” (1994, p. 198). Contudo, fora dos campos de batalha, o perigo também era iminente. A nova situação urbana a todo vapor nos



séculos XIX e XX – a que Ben Singer irá chamar de “modernidade neurológica” – foi explorada exaustivamente pela imprensa e pelos caricaturistas, que expunham de forma sensacionalista a fragilidade do corpo humano diante dos perigos provenientes das novas tecnologias industriais e de transporte (SINGER, 2001, p. 95).

Para além da fragmentação social, psicológica e até mesmo metafísica que marcaram a experiência moderna, passando pelos novos regimes de atenção suscitados pela modernização da percepção, a fragmentação atingiu, de forma literal, as representações do corpo humano no universo artístico. “Não é de todo estranho que o homem perca a cabeça no limiar da Segunda Grande Guerra”, afirma Moraes, referindo-se ao famoso “acéfalo” teorizado pelo filósofo Georges Bataille e pelo artista André Masson em 1936 (*op. cit.*, p. 27). Esta alegação é acompanhada de uma suspeita: vestígios da decapitação do homem moderno já vinham sendo anunciados bem antes, desde o final do século XIX, quando um tema bíblico se tornou exaustivamente reproduzido na arte europeia: Salomé e a cabeça de João Batista.

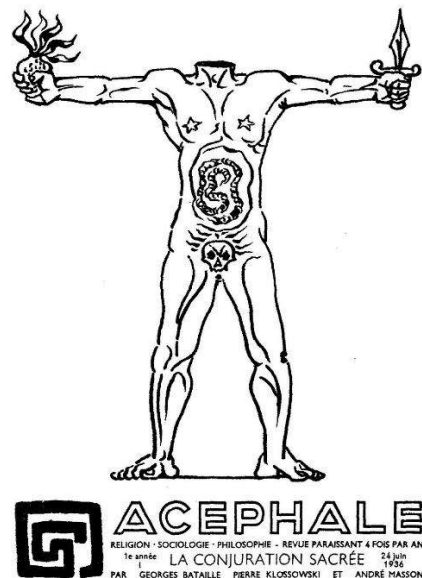
O tema causou uma verdadeira “febre” por volta de 1870. O marco começou com a obra do pintor francês Henri Regnault e não tardou a contagiar diversos outros artistas, dentre eles Gustave Moreau (que dedicou mais de setenta quadros e desenhos ao tema), Pierre Puvis de Chavannes, Aubrey Beardsley, Gustav Klimt e Salvador Dali, por exemplo (*Ibidem*, p. 27-28). Na literatura, o mito inspirou Stéphane Mallarmé no poema *Hérodiade* (1864-67), foi fonte de Gustave Flaubert no conto *Hérodias* (1877), mais tarde transformou-se no romance *À Rebours* (1884) por Joris-Karl Huysmans, e também influenciou Oscar Wilde na peça *Salomé* (1893). De forma quase obsessiva, as inúmeras recriações desse episódio no final do século XIX é apenas um dos indícios da insistência de uma época em representar a sexualidade e a agonia humana. Deslizando sobre a superfície plana de um prato, a cabeça decapitada revela ao homem moderno as evidências de sua finitude, que desembocará no tema artístico modernista da perda da unidade do corpo.

Contudo, um dos indícios mais potentes da desconstrução da figura humana durante a modernidade apontado por Moraes encontra-se no primeiro volume da revista francesa *Acéphale*, criada por Georges Bataille, Pierre Klossowski e André

Masson em 1936. No interior da publicação, os autores propõem que a imagem do homem decapitado seria a síntese daquela época, alertando que “a vida humana está exausta de servir de cabeça e de razão ao universo” e, em seguida, que “o homem escapou da sua cabeça como o condenado da prisão” (BATAILLE *et al.*, 2013, p. 3). Para enfatizar, ao lado do texto se encontra a emblemática imagem assinada por André Masson: um homem decapitado embora vivo. Essa figura do “acéfalo” sintetiza todo o processo de fragmentação do corpo na modernidade. Símbolo da razão, da lógica e do intelecto, a cabeça não se encontra nem mesmo próxima ao corpo do acéfalo: ela é abandonada por completo, o corpo se livra dela. Para realmente “desumanizar” o homem da forma que os artistas modernistas vislumbraram – e confrontando o ser humano com tudo aquilo que não se conforma à sua imagem idealizada –, o desenvolvimento orgânico é destruído para, eventualmente, ser reconstruído e atingir novos horizontes.



**Figura 1:** *The kiss* (1894), Aubrey Beardsley



**Figura 2:** *Acéphale* (1936), André Masson

## **A percepção fragmentada: Jonathan Crary e Édouard Manet**

É nessa época, entre o final do século XVIII até meados do século XX, que se firmaram nos principais centros urbanos europeus determinadas organizações sociais e políticas que tinham como foco precisamente o corpo humano. Refiro-me à formação histórica conhecida como “sociedade disciplinar”, teorizada por Michel Foucault (2009). Como assinalara o filósofo, os dispositivos de poder característicos da sociedade moderna agiam sobre os corpos de cada indivíduo, visando a discipliná-lo e a normatizá-lo para compor o complexo maquinário industrial por meio de suas “instituições de confinamento”. Foram duas as vertentes dessas “tecnologias de biopoder” voltadas para a modelagem moderna dos corpos tendo em vista a sua produtividade: a disciplina e a biopolítica. Segundo Foucault, a primeira delas se dirige ao “homem-corpo” e a segunda, ao “homem-espécie”, configurando os impulsos da anatomia política em seus aspectos individualizantes e massificantes, respectivamente. Ao longo da modernidade, esses mecanismos de poder agiram regularmente sobre a vida humana, moldando cada corpo individual ao mesmo tempo em que o massificava para torná-lo membro de uma determinada população nacional.

Nesse sentido, baseado nas ideias sobre “biopolítica” e “biopoder”, o historiador da arte Jonathan Crary (2012) discorre sobre as rigorosas exigências do maquinário disciplinar e das tecnologias de controle e sujeição desenvolvidas nessa composição social e política. Antes de adentrar a esse tópico específico, porém, o autor percorre em sua obra *Técnicas do observador* o importante caminho da história da visão, salientando uma ruptura que teria ocorrido no século XIX, época em que o corpo moderno esteve cada vez mais sujeito às novas formas de investigação, regulação e disciplina. Apostando na perspectiva genealógica, as teses de Jonathan Crary propõem um afastamento do determinismo tecnológico, ao distinguir radicalmente o regime óptico e epistemológico que preside ao dispositivo da câmara escura nos séculos XVII e XVIII dos modos de perceber e de conhecer no século seguinte, balizados sobretudo pelo modelo do estereoscópio.

Essa ruptura foi de extrema importância para compreender a fragmentação do campo visual e o problema da atenção, por isso vale a pena relembrar algumas considerações do autor. Numa época em que a visão era garantida através das mediações tecnológicas, a câmara escura foi o modelo mais amplamente utilizado para explicar a visão humana e representar um sujeito perceptivo numa posição não-problemática em relação ao ambiente exterior. Nos séculos XVII e XVIII, as leis da física óptica newtoniana certificavam a objetividade e a verdade de um mundo imediatamente apreensível, dado por um Deus bom e universal. Nesse contexto, o observador isolado em uma introspecção e auto-observação reflexiva dentro da câmara escura testemunhava o mundo tal qual ele é, numa relação de imediatez, de presença e de transparência. Em suma, a produção de imagens independia do corpo humano, pois nesse momento não é o corpo que percebe e sente, e sim a alma.

Durante o processo da modernização da percepção, compreendido em contraposição à objetividade e à transparência do mundo no modelo da câmara escura, o olho é remetido à corporeidade. O marco desse processo é a publicação do livro *A doutrina das cores* de Goethe, publicado em 1810. Contra Newton, o autor afirma que as cores não são apenas físicas e químicas, mas também fisiológicas. O filósofo Arthur Schopenhauer, que acompanhava de perto as descobertas científicas de sua época, radicalizou ao sugerir que as cores são exclusivamente fisiológicas. Nesse segundo momento da modernidade, que o pesquisador alemão Hans Ulrich Gumbrecht chama de “modernidade epistemológica”, o observador passa a ser condenado – mais do que privilegiado – a observar a si mesmo no ato da observação (2010, p. 62).

A partir do momento em que a percepção é inserida no corpo humano, ela está sujeita a todo tipo de investigação e controle. Para Crary, a produção do observador do século XIX coincidiu com novos procedimentos de disciplina e regulação. As novas ciências em expansão entre as décadas de 1820 e 1840, dentre elas a fisiologia óptica e a psicofisiologia, não tardaram a investigar os novos fenômenos relacionados à visão subjetiva, como a pós-imagem retiniana, a disparidade binocular, as imagens entópticas e a paralaxe, por exemplo. Nesse âmbito, a fisiologia passa a explorar,

mapear e dominar, cada vez mais, esse novo continente que é o corpo, estudando quantitativamente o olho em termos de atenção, tempo de resposta, limiar de estimulação e fadiga. Esses estudos relacionavam-se com as exigências de conhecer a adaptação de um sujeito às tarefas produtivas da produção em série em que a atenção máxima era indispensável para racionalizar e aumentar a eficiência do trabalho humano.

Da década de 1820 em diante, os estudos experimentais das pós-imagens retinianas e sua relação com o tempo levaram à invenção de uma variedade de técnicas e aparelhos ópticos. Crary esclarece que, inicialmente, essas “técnicas do observador” tinham como propósito a observação científica, mas não tardaram a se tornar forma de entretenimento popular das massas (*Ibidem*, p. 105). Dentre os diferentes aparelhos ópticos que surgiram naquela época, a forma mais significativa de imagem visual do século XIX – com exceção da fotografia – foi o estereoscópio. Este aparato esteve interligado com as pesquisas sobre a visão subjetiva nas décadas de 1820 e 1830 e sobre o campo da fisiologia. O problema da disparidade binocular (se um observador percebe uma imagem diferente em cada olho, como elas são apreendidas de maneira única e unitária?), junto às medições bem-sucedidas de Wheatstone em 1833 da paralaxe binocular, é entendido como operação de reconciliação da disparidade através da proximidade física no estereoscópio (*Ibidem*, p. 117). O “realismo” desse aparelho, portanto, pressupõe que a experiência perceptiva seja essencialmente uma apreensão das diferenças.

O efeito desejado com o estereoscópio não era apenas o de semelhança, mas sobretudo de tangibilidade aparente. No entanto, o autor enfatiza que a sua profundidade aparente e o seu relevo não possuíam uma lógica ou ordem unificadora, mas revelava um campo desunificado e agregado de elementos separados. Visto que a ciência e a arte constituem campos entrelaçados de saberes e práticas, Crary encontra em uma série de pinturas do século XIX algumas das características das imagens estereoscópicas, tais como a descontinuidade entre grupos e planos, sugerindo o espaço agregado presente nesse tipo de imagem. É o caso, por exemplo, da célebre obra de Georges Seurat *Un dimanche après-midi à l'Île de la Grande Jatte* (1884-86).

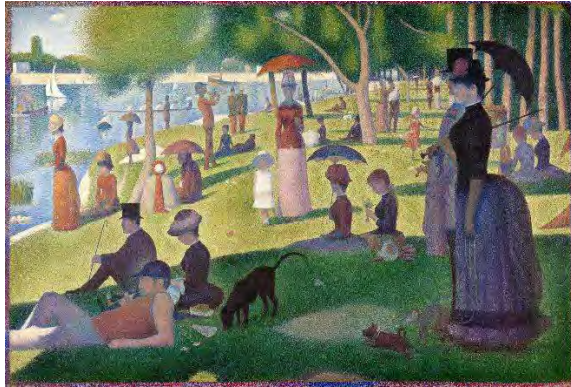


Nela, pessoas da classe burguesa relaxam no domingo em uma ilha do rio Seine, sentados ou em pé na grama, fitando uma paisagem que está além do quadro. O efeito, porém, é de uma área disjunta, sem coerência espacial, de profundidade modelada e com uma superfície recortada (*Ibidem*, p. 124). Nesse caso, a sensação não é a de um campo unificado, mas fragmentado, com cada figura separada e isolada em seu próprio espaço.

Assim, os novos dispositivos ópticos fizeram parte de uma ampla mutação de cunho epistemológico, tornando-se compatíveis tanto com a visão subjetiva quanto com algumas características da sociedade moderna no século XIX, como, por exemplo, o horror aos espaços vazios, a disjunção dos objetos na cena e a fragmentação dos regimes de percepção. Numa visada genealógica, Crary argumenta que o declínio de aparelhos ópticos como o estereoscópio não foi parte de um simples processo de invenção ou de aperfeiçoamento tecnológico, mas sinal de que essas formas mais antigas de apreensão de mundo deixaram de ser adequadas às necessidades e aos usos da época.

Quando a imagem passa a fazer parte de um corpo vivo, aquilo que se vê pode ser desreferencializado com algo existente fora do sujeito, ou seja, o visível pode estar exclusivamente vinculado a um corpo afetado por estímulos internos e externos. Nesse novo modelo, a percepção humana, condicionada pelo tempo e pelo dinamismo de processos físicos e psicológicos, é capaz de oferecer apenas uma aproximação instável de seus objetos. Em *Suspensões da percepção*, Jonathan Crary explica que a atenção passa a funcionar como uma capacidade relativa de um sujeito para isolar certos conteúdos de um campo sensorial em detrimento de outros, a fim de manter um mundo ordenado e produtivo (2013, p. 39). Para o autor, o capitalismo industrial impulsionou a atenção e a distração a novos limites e limiares, com o intenso fluxo de novos produtos, novas formas de estímulos e informações, respondendo a esses mesmos estímulos com métodos de regulação e administração da percepção. Durante sua pesquisa, mais uma vez Crary entrelaça o campo da ciência e o da arte, e nesse percurso encontra no quadro de Édouard Manet chamado *Dans la serre* (1879) o

potencial do espectador tanto para a máxima atenção quanto para o mais profundo devaneio.



**Figura 3:** *Un dimanche après-midi à l'Île de la Grande Jatte* (1884-86), Georges Seurat

**Figura 4:** *Dans la serre* (1879), Édouard Manet.

A obra de Manet está inserida em um contexto mais amplo de um conflito essencial dentro da lógica perceptiva da modernidade: por um lado, a integridade da visão e a obsessão com a unidade da percepção, a fim de garantir o mundo real em funcionamento. Por outro, a dinâmica da troca psíquica e econômica, de equivalência e substituição, de fluxo e dispersão. A obra exala toda a dinâmica que envolve os estudos sobre a atenção no século XIX: mais do que compreendida como uma simples oposição entre estados atentos e estados desatentos, a atenção passou a ser entendida em uma ampla e contínua escala de graus de variações maiores e menores, percorrendo os estados de absorção, desatenção, devaneio, transe, e até mesmo sonambulismo e hipnose. O próprio fato de a figura feminina na pintura estar toda comprimida e amarrada pelas roupas e acessórios revela a relação recíproca entre as exigências da época de imobilizar a atenção e o problema da dispersão perceptiva (*Ibidem*, p. 116).

Para refletir sobre a mulher sentada em *Dans la serre*, portanto, Crary recorre aos estudos empíricos da percepção e da cognição que emergem no final da década de 1870 até o início da de 1880. Nesse cenário, uma importante personalidade no final da década de 1880 foi o psicólogo francês Pierre Janet. Para ele, a chamada “função de

realidade” estava presente em toda atividade mental “normal” e consistia na capacidade de sintetizar diversas ideias ou percepções em um conjunto mais amplo. O psicólogo examinou pacientes que pareciam ter deficiência nas habilidades sintéticas, ou seja, sistemas fragmentados de resposta sensorial, por ele descritos como uma capacidade reduzida de adaptar-se à realidade. Um dos sintomas-chave dessa perda da função de realidade era um colapso ou um enfraquecimento do comportamento atento normativo (*Ibidem*, p. 118). Essa perda de consistência de realidade elaborada por Janet mostra que o que antes se apresentava como assegurado e autoevidente – como no modelo da câmara escura – passa a depender de uma função psíquica e fisiologicamente determinada, por isso sujeita a todo tipo de variação e descontrole.

Como, então, se caracteriza o estado perceptivo da mulher em *Dans la serre*? Pelo seu rosto e seus olhos, não se sabe se ela está num estado de reflexão profunda, absorção vazia, ou até mesmo numa forma de atenção ou dispersão interrompida, próxima do transe. William James, em *Principles of psychology*, descreveu como tais estados são inseparáveis do comportamento atento, precisamente pelo fato de a atenção ser um processo dinâmico, variado em graus. A própria distração, de acordo com Crary, poderia ser um elemento constitutivo das diversas tentativas de produzir a atenção nos sujeitos modernos (*Ibidem*, p. 74); não é raro, por exemplo, entrar em um estado de devaneio quando tentamos ao máximo nos concentrar em alguma atividade. Por isso, é possível sugerir tanto que ela fixa o olhar no vazio, como em um estado de transe ou devaneio, quanto que ela encara, atentamente, algo além do campo de visão do espectador. Qualquer uma das hipóteses evidencia a exigência da época de uma síntese atenta imobilizadora, em meio a um campo cognitivo de subjetividades fragmentadas.

### **Considerações finais: Novas formas de fragmentação corporal**

Conforme nos mostrou a perspectiva genealógica utilizada neste trabalho em relação às práticas envolvendo o corpo fragmentado, algumas linhas de continuidade são evidentes, ainda que seja perpassada por alterações que dizem respeito à intensificação de certos fenômenos envolvendo a atenção e a fragmentação. Afinal,

em tempos de dispersão, nunca pareceu tão difícil ler um livro inteiro, escrever um trabalho e se concentrar em uma atividade por um longo período de tempo. Essa dificuldade inclusive parece ter culminado numa estranha “epidemia” conhecida como TDA (Transtorno de Déficit de Atenção), cujo tratamento envolvendo medicalização não conhece limites de idade. Não é de se estranhar que, em meios às pressões da hiperconectividade e da multitarefa, os corpos não aguentem a velocidade imposta, pelo menos não sem ajuda de pequenas tecnologias como a *ritalina* ou o *rivotril*. Até mesmo características como a timidez e o pudor, tão valorizadas pela sociedade burguesa moderna, ganham conotações patológicas na atual cultura da imagem.

Nesse sentido, embora seja mais fácil responsabilizar certos aparelhos pelo processo de dispersão da percepção – como os computadores, *tablets* e *smartphones* conectados à internet –, a genealogia encara as invenções tecnológicas como efeitos de certos regimes de vida com temporalidade específicas e também como instrumentos que alavancam e intensificam os processos em curso. Nessa lista também se encontram outros tipos de técnicas, como aquelas que prometem melhorar – ou até mesmo ultrapassar – o corpo e a vida humana, interferindo diretamente no orgânico, como a medicalização e os cosméticos, por exemplo. Além da percepção fragmentada, não é raro que a própria carne humana seja exposta em pedaços na publicidade – sem os fluidos corporais que a torna, precisamente, *orgânica* –, revelando suas partes digitalmente cobertas por camadas limpas, lisas e polidas.



**Figura 5:** Propaganda do creme *Cicaplast Baume B5*, da marca La Roche-Posay.



Ainda que este assunto renda outras páginas de reflexão, estas considerações revelam novos modos de ser e outras reviravoltas nas vivências corporais, na passagem da modernidade para a contemporaneidade. Seja em seu estado mais “limpo” ou despedaçado, e apesar de todas as transformações ocorridas no plano das reflexões filosóficas, artísticas e científicas, bem como nas próprias existências encorpadas, o corpo permanece como um problema e um enigma. Ele ainda é um tema emblemático para as ciências humanas e da natureza, para as artes e para a filosofia, todas elas com sua intensa repercussão midiática que convida a contínuas pesquisas na área e a novas ruminações.

### **Referências bibliográficas**

BATAILLE, Georges; KLOSSOWSKI, Pierre; MASSON, André. *Acéphale*. Florianópolis: Editora Cultura e Barbárie, 2013.

BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas vol. 1*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CRARY, Jonathan. *Suspenções da percepção*. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

\_\_\_\_\_. *Técnicas do observador*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

FRANCO FERRAZ, Maria Cristina. *Ruminações*. Rio de Janeiro: Garamond, 2015.

\_\_\_\_\_. *Homo deletabilis*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Produção de presença*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2010.

MORAES, Eliane Robert. *O corpo impossível*. São Paulo: Iluminuras, 2002.

SINGER, Ben. Modernidade, hiperestímulo e início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa (Org). *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naif, 2001.

\_\_\_\_\_. *Um teto todo seu*. Rio de Janeiro: Círculo do livro, 1990.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

**Vogue África e Humanae:  
Imagens e discursos contemporâneos contraintuitivos na desconstrução  
de estereótipos raciais?<sup>1</sup>**

Luana de Souza Martins Génot<sup>2</sup>

**Resumo**

Neste artigo temos como objetivo analisar projetos audiovisuais que tenham como proposta a desconstrução do imaginário que retroalimenta o senso comum e reforça a marginalização do negro, lidos aqui como contraintuitivos por seu caráter questionador do senso comum. Para isso, será feita a análise dos discursos de Mario Epanya e Angélica Dass criadores dos projetos audiovisuais Vogue África e Humanae respectivamente. A intenção, portanto, é a de investigar, através dos discursos dos criadores dos projetos de que maneira, e em qual contexto social os mesmos se empenharam em contrapor estereótipos pré-estabelecidos ou a marginalização de grupos “raciais” não dominantes.

**Palavras-chave**

imagem; discurso contraintuitivo; estereótipos ; raça.

**Introdução**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT3 Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em publicidade pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2014). Foi bolsista Capes durante a graduação pelo programa Ciências Sem Fronteiras no curso de Comunicação Social da University of Wisconsin - Madison (2012). Atualmente, é mestranda em Relações Étnicorraciais pelo CEFET-RJ (2015). Atuante nas seguintes linhas de pesquisa: Mídia e repertórios culturais na construção de identidades étnicorraciais, Imagens e performances contemporâneas na desconstrução de estereótipos raciais; Empoderamento e protagonismo da juventude marginalizada através de novas referências imagéticas. É orientada pelo Prof Dr Fábio Sampaio. Coordena o projeto ID\_BR que retrata temas como identidades étnicorraciais, de gênero e feminismo através da moda e audiovisual. Tem experiência em redação publicitária e marketing de estratégia de desenvolvimento de produtos no mercado da moda e beleza. Atua também como palestrante principalmente nos seguintes temáticas: raça e etnia na mídia brasileira, imagem e representação na moda e empreendedorismo feminino no contexto sul-americano.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Refletir sobre discursos de produtores audiovisuais e projetos que tenham como proposta a desconstrução do estereótipo negativo e inferiorizado do negro, isto é, que colocam o negro em situações diferentes das já vistas relacionadas à submissão; ao sexo; à pobreza; violência ou escravidão é a intenção deste trabalho.

Esta análise, por sua vez, dialoga com o termo contraintuitivo, mencionado por Peter Fry (2002) no artigo no qual o antropólogo introduz o pensamento sobre “cartazes contraintuitivos” ao analisar alguns exemplos de anúncios da década de 1990. Fry traça uma reflexão que relaciona raça, publicidade e produção da beleza no Brasil, e, como salienta o próprio autor, seu artigo traz a voz do mercado, “em particular produtores, fornecedores e consumidores de bens e serviços dirigidos explicitamente a pessoas de pele mais escura e cabelo mais crespo” (FRY, 2002, p. 305). Ao analisar o papel de negros ao longo do século XX na publicidade, o antropólogo inglês observa uma tendência cada vez mais evidente de levar os negros a abandonarem a posição de criados sorridentes e humildes em troca de posições de maior prestígio ou, simplesmente, de modelos. O que segundo ele “tem sido uma tentativa deliberada de romper os antigos estereótipos” (FRY, 2002, p. 308) e a este tipo de produção com tal finalidade transgressora de imaginários limitados a estes papéis que chama de cartazes contraintuitivos. O termo foi recuperado por outros autores engajados na produção de textos sobre publicidade, mídia e questões raciais, como Francisco Leite (2009) e Rosane Borges (2012). Francisco Leite dedicou sua dissertação de mestrado ao estudo da propaganda contraintuitiva a partir de um viés cognitivo. Segundo Leite (2009), o efeito de sentido contraintuitivo do discurso publicitário pretende estimular um processo de deslocamento cognitivo dos conteúdos que moldam os estereótipos<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Estereótipo: I- um processo ordenador, II-um atalho III-Uma referência de mundo IV-Nosso modo de ver o mundo de acordo com nossos próprios valores. O autor destaca ainda que Walter Lippmann ao

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

tradicionais relacionadas a grupos minoritários. Rosane Borges (2012), por sua vez, menciona a comunicação contraintuitiva como uma possibilidade de deslocamento discursivo, visando a desconstrução dos arquétipos negativos, cristalizados num passado escravista e colonial em relação à imagem da mulher negra. Vale ressaltar que em ambos os casos, o termo serviria para abranger não somente os negros, mas grupos marginalizados socialmente de maneira geral como mulheres e não heterossexuais, por exemplo, mas este foco de análise para grupos negros foi escolha dos autores, como salientado por Leite (2009). Neste artigo, o termo também é empregado com a mesma proposta semântica, uma vez que também é aplicado numa discussão analítica do mercado audiovisual também voltada aos negros à medida que tais projetos em suas descrições se pressupõem transgressoras do senso comum em relação ao discurso e práticas raciais na sociedade.

Sobre a noção de raça, serão articulados os pensamentos de Munanga (2006) e Hall (2006) que apontam para o uso discursivo do termo; sua aplicação social, que separa, agrupa e hierarquiza indivíduos baseando-se em seus fenótipos, bem como a forma como reforça uma relação intrínseca entre o biológico (cor da pele e traços morfológicos) e as qualidades psicológicas, intelectuais e culturais. Nossas análises dos discursos dos criadores dos projetos audiovisuais *Vogue África*, de Mario Epanya; *Humanae*; de Angélica Dass, presentes nos fragmentos de entrevistas que ambos os criadores dão a sites e blogs, descrevendo a trajetória, o contexto e a motivação que os levaram à concepção de seus projetos, visam, portanto, a partir dos conceitos desenvolvidos pelos autores supracitados e outros correlacionados, questionar como estes constroem ou não sua proposta contraintuitiva.

---

definir o termo, não necessariamente o via como negativo, como é conotado hoje na sociedade. (DYER, 1997, p.1)

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## Vogue Africa?

Será que algum dia existirá uma Vogue África? Esta pergunta inicia uma matéria que saiu no site da Vogue Itália<sup>4</sup> sobre o projeto de Mario Epanya. O fotógrafo e maquiador camaronês, de Douala, baseado em Paris, criou em 2010 a Vogue África, uma série fotográfica de capas de revista fictícias cuja tipografia e enquadramento eram inspiradas na revista Vogue<sup>5</sup>, no entanto, continham o título Vogue África e eram protagonizadas exclusivamente por modelos negras.

Ao iniciarmos a análise do discurso de Mario Epanya, percebemos que, segundo a entrevista, anteriormente mencionada, da Vogue Itália, Mario declara:<sup>6</sup> “Eu li minha primeira Vogue em 1979 e tenho comprado a revista regularmente desde então. Eu sempre senti que a criatividade africana não era representada”. Em outro trecho de entrevista relata<sup>7</sup>:

“Eu percebi que as mulheres negras das revistas ocidentais não correspondiam à beleza africana.(...) Mulheres ocidentais, em geral, têm frequentemente de pele clara, traços finos e cabelo longo. Hoje, acho que mulheres negras querem se reapropriar da sua imagem e não deixar com que outros ditem o que é bonito e o que não é a beleza é diversa e queremos ter mais opções. Então, quando eu tive a ideia de criar as capas me disse por quê não?”

---

<sup>4</sup> <http://www.vogue.it/en/vogue-black/the-black-blog/2010/05/vogue-africa-mario-epanya> acessado em 10/08/2015 (tradução livre)

<sup>5</sup> Vogue é uma revista americana que foi criada em 1892 e foi comprada pelo grupo Condé Nast em 1909. O braço internacional da empresa está em Londres e a sede é em Nova York. A Condé Nast é uma editora que publica 126 revistas em países da América, Europa, Ásia e Oceania. São revistas dedicadas a assuntos como moda, design de interiores, decoração, sociedade, celebridades, casamento, viagens e tecnologia. Entre os títulos estão Glamour, Vanity Fair. Fonte: <http://www.condenastinternational.com/heritage/history/> acessado em 10/08/2015 (tradução livre)

<sup>6</sup> Fonte: <http://www.vogue.it/en/vogue-black/the-black-blog/2010/05/vogue-africa-mario-epanya> acessado em 10/08/2015 (tradução livre)

<sup>7</sup> Fonte: <http://fashionbombedaily.com/2010/05/16/vogue-africa-creator-mario-epanya-responds-to-critics/> acessado em 10/08/2015 (tradução livre)

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Fica aqui mais demarcadamente a seguinte pergunta: como o discurso de Mario Epanya e, consequentemente, seu projeto Vogue África estariam agindo de maneira contraintuitiva, isto é questionando e desconstruindo o senso comum do que seria a imagem estigmatizada do homem e, principalmente, da mulher negra? Algumas marcas do discurso de Mario, como sobre a frequência com a qual comprava a revista são relevantes aqui. Mario reforça que o fascínio pelo título norteamericano já durava mais de 30 anos, e que havia começado bem antes do fotógrafo sair de Douala e ir morar na capital francesa da moda em 2000<sup>8</sup>. Apesar de comprador assíduo, a falta de frequência de mulheres negras, em sua diversidade, como o próprio aponta, nas páginas da revista chamaram a atenção e aparecem como uma das motivações para Mario construir seu próprio projeto. Vale ressaltar que, como foi observado pelo antropólogo brasileiro Gilberto Velho (1978), a frequência com a qual somos expostos às imagens pode influenciar nos discursos de familiaridade ou diferenças que construímos ao longo da trajetória individual e coletiva. Por isso, o autor aponta a mídia, em sua capacidade de transpor barreiras geográficas no período da globalização, como executora de um forte papel da demarcação do que será conhecido ou desconhecido do público ao qual se direciona, a partir da frequência na qual veicula determinadas imagens e mensagens. Um público que é exposto, frequentemente, a determinadas imagens, por exemplo, poderá ter um conhecimento muito maior deste conteúdo, enquanto outras referências que forem veiculadas com menor frequência tenderão a ser vistas com certo estranhamento e distanciamento uma vez que são menos conhecidas deste público:

“A comunicação de massa - jornal, revista, rádio, televisão, traz fatos, notícias de regiões e grupos espacialmente distantes, mas que podem se tornar familiares pela frequência e intensidade com que aparecem. Basta pensar, por exemplo, no Jet-set internacional e nos artistas de Hollywood como grupos com que um gigantesco número

---

<sup>8</sup>Fonte: <http://afritorial.com/mario-epanya/> acessado em 07/08/2015 (tradução livre)



Essas representações incutiram na cabeça de todos que as negras eram são corpo, sem mente. A aceitação cultural dessas representações continua a informar a maneira como as negras são encaradas. Vistos como “símbolo sexual”, os corpos femininos negros são postos numa categoria, em termos culturais, tida como bastante distante da vida mental. Dentro das hierarquias de sexo/raça/classe dos Estados Unidos, as negras sempre estiveram no nível mais baixo. O status inferior nessa cultura é reservado aos julgados incapazes de mobilidade social, por serem vistos, em termos sexistas, racistas e classistas, como deficientes, incompetentes e inferiores. (HOOKS, 1995, p. 13).

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Quanto à inferiorização do negro na sociedade, Kabengele Munanga (2006) traça uma linha cronológica em relação ao uso do conceito raça e observa que o conceito de raças “puras” foi transportado da Botânica e da Zoologia para legitimar as relações de dominação e de sujeição entre classes sociais e, posteriormente, usado para explicar a variabilidade fenotípica humana. No entanto, apesar da máscara científica, a classificação da sociedade em raças tinha um conteúdo mais doutrinário do que científico, pois seu discurso serviu mais para justificar e legitimar os sistemas de hierarquização racial. Isto é, estabeleceu-se uma escala de valores entre as chamadas raças erigindo uma relação intrínseca entre o biológico (cor da pele, traços morfológicos) e as qualidades psicológicas, morais, intelectuais e culturais. Assim, os indivíduos da raça “branca”, foram decretados coletivamente superiores aos da raça “negra” e “amarela”, em função de suas características físicas hereditárias, tais como a cor clara da pele, o formato do crânio (dolicocefalia), a forma dos lábios, do nariz, do queixo, etc. que segundo pensavam, os tornam mais bonitos, mais inteligentes, mais honestos, mais inventivos, etc. e conseqüentemente mais aptos para dirigir e dominar as outras raças, principalmente a negra mais escura de todas e conseqüentemente considerada como a mais estúpida, mais emocional, menos honesta, menos inteligente e portanto a mais sujeita à escravidão e a todas as formas de dominação.

No caso de Mario sua frequente exposição às imagens veiculadas pela revista norte-americana Vogue possivelmente influenciaram a maneira como o imaginário do fotógrafo foi construído, considerando a maneira como a revista fazia como um ideal da beleza e luxo, que ele quis copiar anos depois. A percepção da não existência da publicação que fosse dedicada ao continente Africano, nem fizessem referências tão frequentes às mulheres africanas mais próximas geograficamente de Mario na época que ainda vivia nos Camarões, parecem ter incomodado Mario e lhe motivado a copiar a icônica revista adaptando a da sua forma. Uma possível interpretação da fala do

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

fotógrafo é a de que ele apreendeu a hierarquização racial evidenciada pela ausência de mulheres negras e viu que ele poderia corrigi-la através de seu projeto. Nesta ótica, Vogue África luta contra todo um senso comum que fora construído a respeito da inferioridade das mulheres negras, transplantado, como vimos, das ciências para as relações sociais até os dias atuais.

Outro ponto em destaque no discurso de Mario é o contexto social que permitiu a reverberação do projeto. Além de sua percepção de uma necessidade de representação da mulheres negras e africanas que não se viam representadas nas páginas das revistas de beleza ocidentais, majoritariamente, ocupadas por mulheres de cor de pele branca, o espaço que encontrou nas redes sociais foi crucial para a reverberação do seu projeto. A postagem e compartilhamento do resultado da série na internet foram fatores fundamentais para que a Vogue África ganhasse rapidamente popularidade e causasse uma série de discussões em diversas páginas da web. É importante ressaltar que se por um lado, sites de beleza como o Madame Noire<sup>9</sup> e o Huffington Post<sup>10</sup> fizeram matérias que explicitamente apoiavam a ação, por outro, também recebeu críticas, como a feita por Uduak Oduok fundadora da revista nigeriana Ladybrille magazine. Uduak defende em entrevista<sup>11</sup> que a África não precisaria de uma Vogue uma vez que já contaria com revistas como Arise e Canoe que já ofereceriam aos consumidores uma moda ocidental (citada nas entrevistas como “western”) e africana. No entanto, ainda com estas publicações locais, segundo ela, muitos africanos e designers do continente ainda sentiriam a necessidade da validação ocidental, como a iniciativa da Vogue África, em

<sup>9</sup> Fonte: <http://madamenoire.com/10939/surprise-surprise-conde-nast-says-no-thanks-to-vogue-africa/> acessado em 07/08/2015 (tradução livre)

<sup>10</sup> Fonte: [http://www.huffingtonpost.com/getrude-matshe/vogue-africathe-work-of-a\\_b\\_3005632.html](http://www.huffingtonpost.com/getrude-matshe/vogue-africathe-work-of-a_b_3005632.html) acessado em 07/08/2015 (tradução livre)

<sup>11</sup> Fonte: <http://afritorial.com/mario-epanya/> acessado em 07/08/2015 (tradução livre)

A partir destes trechos de entrevista, ao retomar a reflexão sobre o termo contraintuitivo, percebemos que num viés discursivo, o mesmo não poderia ser aplicado de maneira absoluta. Mario pode ser visto, por um lado, como o fotógrafo africano que, deslocado de seu continente, morando atualmente na europa, é fortemente influenciado pelas imagens produzidas pela Vogue e se submeteu a estética dominante do ocidente e, por isso coopera para a preservação do status quo. Por outro lado, o fotógrafo e os adeptos ao projeto Vogue África, apesar de terem conhecimento de publicações locais de moda, apontam para a necessidade de uma publicação icônica, fixa ocidental, de abrangência global, como a Vogue, no entanto adaptada ao local de sua distribuição no continente africano. Isto é, valorizando e favorecendo a aparição de mulheres negras africanas e talentos criativos locais. Discursivamente isto pode ser visto como contraintuitivo por, historicamente, questionar o senso comum sobre as notícias sobre África, em geral associadas ao exótico, à pobreza, e impulsionar a frequência de produção de imagens, diferentes das já vistas, sobre o continente.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## **Vogue África negada**

Mario chegou a usar esta série de capas fictícias para uma negociação oficial com a Condé Nast no intuito de obter uma licença para publicar a Vogue África. Enquanto a negociação ainda estava acontecendo, intitulou as publicações como Winkler magazine<sup>12</sup> por não ter o direito de usar o título da editora e continuou a postagens das fotografias nas redes sociais. A proposta foi rejeitada pela Condé Nast, o que gerou ainda novas repercussões na internet entre os entusiastas do projeto de Mario que acreditam que a Vogue iria continuar se safando ao publicar edições esporádicas com algumas poucas fotos de modelos africanas ou afroamericanas. Apesar das críticas e da resposta negativa da Vogue ao licenciamento da Vogue África, Mario investiu no projeto da Winkler e a transformou numa revista que rendeu algumas edições físicas que compartilhou virtualmente e distribuiu localmente em Paris, no entanto, o projeto não foi estendido neste formato, sendo transformado numa exposição que rodou países como a França, Estados Unidos e Brasil, edição que aconteceu na Pontifícia Universidade Católica do RIO, em 2011. Mario continua seu trabalho como fotógrafo e se define como profissional independente e militante pela valorização da beleza negra. Fica, então, a curiosidade em relação ao porquê da Vogue ter negado a extensão de uma franquia Vogue no continente africano, já que em todas as entrevistas aqui apresentadas não foi encontrada uma resposta oficial à não aceitação do projeto. Aqui restam algumas questões concernentes a atitude da Vogue: seriam somente fatores de numéricos de uma área que mercadologicamente não gera lucro ou a questão da hierarquização e inferiorização estética de um continente negro ainda seria a grande

---

<sup>12</sup> Fonte: <http://www.jewanda-magazine.com/2011/05/apres-vogue-africa-voici-winkler-magazine-de-mario-epanya/> acessado em 07/08/2015 (tradução livre)



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

agravante? A inclusão de uma Vogue África realmente ajudaria a ampliar o espaço de representação de mais perfis de mulheres no espectro do que considera como beleza ou descanonizaria e enfraqueceria o padrão hegemonicamente branco que tanto a Vogue e outras revistas de moda ocidentais se empenharam a construir e manter?

### **Humanae em andamento**

“As cores de pele sempre foram um problema pra mim desde criança. Eu suspeito que o mesmo acontece com você seja se você vive numa cidade densa de 15 milhões de pessoas ou numa cidadezinha de 10 mil habitantes que percebeu que a cor de pele é como uma “capa” pela qual o livro inteiro muitas vezes é julgado.” Estas são as palavras de Carren Jao<sup>13</sup> na introdução de um texto sobre Humanae da artista plástica brasileira, baseada na Espanha, Angelica Dass. A série fotográfica consiste num inventário cromático dos diferentes tons da pele humana, usando como referência o sistema de cores PANTONE<sup>14</sup>. Humanae categorizado por sua autora como um trabalho em constante produção, em andamento, reúne uma série de retratos, cujo fundo é tingido no tom exato extraído de uma amostra de 11x11 pixels, via software de manipulação de imagens, do próprio rosto das pessoas retratadas. As fotos tiradas de pessoas de diferentes partes do globo são postadas online e geralmente expostas em galerias de arte, ou locais inusitados no mundo inteiro. Assim como no projeto Vogue África no qual a postagem e compartilhamento das imagens nas redes sociais foi

---

<sup>13</sup> Fonte: <http://hyperallergic.com/55846/angelica-dass-humanae-pantone-series/> acessado em 07/08/2015 (tradução livre)

<sup>14</sup> Pantone Inc. é uma empresa sediada em Carlstadt, estado de Nova Jérsei, Estados Unidos. É mundialmente conhecida por seu sistema Pantone de identificação, comparação e comunicação das cores de cor, largamente utilizado na indústria das artes visuais.(...) Em teoria, a ideia do sistema Pantone é escolher as cores desejadas dos guias e então utilizar os números para especificar de que forma é que se vai imprimir o output. Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Pantone> acessado em 07/08/2015

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

fundamental para a reverberação do projeto on e off-line, Humanae acontece neste mesmo contexto social de uma sociedade conectada. Em declaração mencionada no site de Jao, Angélica relata sobre fatores que a motivaram a elaborar o projeto: “A inspiração para este projeto vem da minha origem familiar. Eu sou neta de negro com indígenas e filha de um pai negro adotado por uma família branca. Então, sou uma mistura de diversos pigmentos”. Ao analisarmos o discurso de Dass nesta passagem e cruzarmos com o fato de sua origem brasileira, percebemos o quanto a menção da mistura de cores de pele traz vozes como a de Gilberto Freyre e sua teoria racial do Brasil baseada na miscigenação.

“Todo brasileiro, mesmo o alvo, de cabelo louro, traz na alma quando não na alma e no corpo, (...) a sombra, ou pelo menos a pinta, do indígena e ou do negro.” (FREYRE, 2009, p. 307).

Este trecho reforça uma das interpretações da obra de Freyre em concordância à chamada democracia racial baseada na defesa de que as relações entre indivíduos de diferentes raças na época colonial se deram de maneira amigável. Freyre enfatiza que a miscigenação que aconteceu aqui, “ajudou a corrigiu a distância social que de outro modo se teria conservado enorme entre a casa grande e a mata tropical; entre a casa-grande e a senzala”. (FREYRE, 2009, pág. 33). Os efeitos desta teoria, segundo Kabengele Munanga, influenciariam diretamente nos dias de hoje as práticas raciais no Brasil, que se caracterizariam com um racismo implícito, às vezes sutil.

No site de Humanae<sup>15</sup> está registrado que sua intenção é catalogar, através de uma medição sistemática, todos os possíveis tons de pele humana. Dass assemelha o processo que faz através de Humanae ao de uma taxonomia fotográfica. A artista se inspira de personagens do século XIX que, por diferentes motivos – policiais, médicos,

---

<sup>15</sup> Fonte : <http://humanae.tumblr.com> acessado em 13/08/2015

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

administrativos, antropológicos, pretendiam usar as fotografias para estabelecer, a partir do poder, diversos tipos de controle social. Com destaque aos retratos de identidade iniciados por Alphonse Bertillon<sup>16</sup> e utilizados agora universalmente. Ainda segundo o site do projeto, Humanae se diferencia da taxonomia de Bertillon, através da utilização do formato das Guias PANTONE, que intencionam desativar qualquer pretensão de controle ou de estabelecimento de hierarquias em função da raça ou da condição social. Ao mesmo tempo, a artista defende em seu projeto que os pantones seriam uma forma de detalhar com maior especificidade a cor da pele dos indivíduos versus os sistemas de identificação globalmente usados por censos demográficos que reduzem as cores de pele a uma gama restrita de raças (branco, amarelo, negro e vermelho) como Angélica reforça neste trecho de entrevista<sup>17</sup>:

“Humanae quer destacar que nossos tons de pele representam mais igualdade do que diferenças, nossas cores reais em vez de vermelho, amarelo, preto e branco.(...) É como um jogo subversivo(...) a meta é usar a internet como uma plataforma de discussão sobre identidade étnica criando imagens com as quais nos identificamos independente de fatores como nacionalidade, origem econômica, idade e padrões estéticos.”

Se a intenção de Angélica aponta para a subversão da lógica racista através da reprodução de um sistema de cor existente (Pantone) na classificação da cor dos indivíduos e, desta maneira, excluiria os discursos sociais de hierarquização existentes, sob esta ótica, ele pode ser considerado como contraintuitivo. O projeto também

---

16 Alphonse Bertillon foi um criminologista francês. Em 1870 fundou o primeiro laboratório de identificação criminal baseada nas medidas do corpo humano, criando a antropometria judicial, conhecida como «sistema Bertillon», um sistema de identificação adotado rapidamente em toda a Europa e os Estados Unidos, e utilizado até 1970. Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Alphonse\\_Bertillon](https://pt.wikipedia.org/wiki/Alphonse_Bertillon) acessado em 12/08/2015

17 Fonte: <http://www.visualnews.com/2014/03/11/every-human-pantone-color-angelica-dass-finding/> acessado em 13/08/2015 (tradução livre)

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

valoriza a igualdade, condição essencial de uma sociedade que deseja maximizar as vantagens da diversidade genética de seus membros (MUNANGA 2006). Entretanto, vale ressaltar que estudiosos como Hall, por exemplo, propõe um modelo para análise do termo raça e sua aplicabilidade mais próximo do funcionamento de uma linguagem do que do funcionamento de nossa biologia ou de nossas fisiologias. Ele enfatiza que a tarefa de excluir os discursos raciais da sociedade, tal como intenciona *Humanae* é praticamente utópica. Isto acontece pois a raça apesar de não ser comprovadamente uma categoria biológica, é uma maneira discursiva usada como base nas classificações e, conseqüentemente, hierarquizações sociais:

“Embora a raça não exista biologicamente, isto é insuficiente para fazer desaparecer as categorias mentais que a sustentam (...) O que importa não é que contenham a verdade científica sobre a diferença, mas que funcionem como fundamento do discurso sobre a diferença racial. Fixam e estabilizam o que de outra maneira não haveria como ser fixado ou estabilizado. Asseguram e garantem a verdade das diferenças discursivamente construídas.”  
(HALL, 2013, p.14)

Por outro lado, a proposta de *Humanae* como projeto global pode ser lida de certa forma como uma desqualificação da luta pela afirmação das diferenças locais e individuais uma vez que suplanta diferenças entre indivíduos através da omissão de suas narrativas étnicas e culturais individuais e coletivas. Esta visão é desenvolvida a partir da reflexão de Munanga (2006) sobre os movimentos negros do século XX, por exemplo, que exigem o reconhecimento público de sua identidade para a construção de uma nova imagem positiva que possa lhe devolver, entre outro, a sua autoestima rasgada pela alienação racial, histórico cultural. Além disso, quanto à identidade etnicorracial que é a mais evidente em *Humanae*, em casos específicos como no Brasil, há pensadores como Munanga (2006) que defendem que a ideologia dominante é, justamente, aquela que prega uma identidade unificadora, ou seja, a identidade mestiça, que além de buscar

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

a unidade nacional visa também a legitimação da chamada democracia racial brasileira. Sob esta visão, o discurso de Humanæ o aproximaria à conservação do status quo. Outra questão a ser levantada é: até que ponto o projeto realmente subverte as classificações fenotípicas, uma vez que as hierarquias na prática também podem ser aplicadas aos pantones? Será que assim como nos sistemas de hierarquia racial, não haveriam facilmente pantones que poderiam ser positivados ou negados discursivamente?

### **Diálogos, coincidências e Conclusões Provisórias**

Ao analisar brevemente as trajetórias, os projetos e os discursos de Mario e Angélica via trechos de entrevistas, podemos perceber que ambos apresentam pelo menos três características em comum. São discursos desenvolvidos por artistas e produtores audiovisuais afrodescendentes que decidiram morar na Europa (Mario saiu dos Camarões para viver na França e Angélica saiu do Brasil para viver na Espanha), o que por si só já renderia uma discussão sobre a influência cultural e poder de atratividade exercida pelo continente Europeu em relação aos outros que não será estendida aqui; Segundo, tanto Mario quanto Angélica criaram espaços virtuais que foram cruciais para a difusão de seus projetos, sendo ambos relacionadas de alguma forma à temática étnicorracial. Terceiro, em ambos, os protagonistas das imagens produzidas abarcam personagens não brancos.

Vale observar que o fato de os projetos de Mario e Angélica estarem associados a temática étnicorracial segundo a interpretação aqui feita a partir do pensamento de Hall (2013) não é mera coincidência. Segundo o autor, “os méritos de uma produção literária ou musical, ou a adequação de uma atitude ou crença — pode ser atribuído ou explicado e sobretudo fixado e garantido em sua verdade pela identidade racial da pessoa envolvida”. Hall afirma ainda que africanos e afrodescendentes têm o que chama



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

de ancestralidade racial em comum porque “têm uma história em comum, sofreram um mesmo desastre e têm uma única e longa memória de desastre”. Isto se daria porque a cor, embora pouco significativa em si, é importante — Du Bois (apud Hall, 2013, p. 7) afirma — “como um distintivo da herança social da escravidão, da disseminação e do insulto dessa experiência”. Assim, ao aplicarmos aqui o pensamento de Hall (2013), interpretamos que o fato de ambos os produtores dos discursos aqui analisados serem negros, apesar em localizações geográficas, nacionalidades e contextos culturais diferentes faz com que suas inspirações projetadas nos seus projetos audiovisuais esteja associada a uma bagagem histórico cultural. E isto os teriam motivado tanto na concepção como na escolha de personagens para seus projetos ligados a temática etnicorracial e mais especificamente à quebra de paradigmas, do senso comum em relação a imagem do negro na sociedade. No entanto, é importante ressaltar que o caráter subversivo destes discursos e projetos, isto é, como se apresentam num viés contraintuitivo ou não, pode ser relativizado a partir do ponto de vista de quem vê e das articulações que faz, tal como fizemos aqui, ainda que brevemente.

### **Referências bibliográficas**

BLOMMAERT, Jan. Contexto é/como crítica. In: SIGNORINI, Inês (org.). Situar a linguagem. São Paulo: Parábola, 2008.

BORGES, Rosane. Mídia, racismo e representações do outro. In: BORGES, Roberto C. S. e BORGES, Rosane (Orgs). Mídia e racismo. Petrópolis: Depetrus, 2012. Disponível em <<http://www.abpn.org.br/novo/attachments/article/92/M%C3%ADdia%20e%20Racismo.pdf>> acessado em 13 jan. 2015.

DYER, Richard. White: Essays on Race and Culture. London: Routledge, 1997

FREYRE, Gilberto. Casa-grande & Senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. São Paulo: Global, 2009.

FRY, P. Estética e política: relações entre “raça”, publicidade e produção da beleza no Brasil. In: GOLDENBERG, M. Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

HALL, Stuart. Raça, o significante flutuante. Tradução de Liv Sovik, em colaboração com Katia Santos In Revista Z Cultural. Publicado em: 02, Ano VIII, 2013. Disponível em <http://revistazcultural.pacc.uff.br/raca-o-significante-flutuante%EF%80%AA/> acessado em 14/08/2015

HOOKS, Bell. Intelectuais Negras. Revista Estudos Feministas, v.3, nº 2, p. 454-478, 1995. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/16465/15035> acessado em 14/08/2015

LEITE, Francisco Vanildo. A propaganda contraintuitiva e seus efeitos em crenças e estereótipos. Dissertação apresentada ao Programa de Pós- Graduação da USP. 2009. Disponível em: [www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde.../FranciscoLeite.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde.../FranciscoLeite.pdf) acessado em 09/08/2015

MUNANGA, Kabengele,. Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia In Cadernos Penesb. Niterói: Eduff, nº5, p.15 -34, 2004 Disponível em <http://www.uff.br/penesb/images/publicacoes/Penesb%205%20-%20Texto%20Kabenguele%20Munanga.pdf> acessado em 11/08/2015

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: NUNES, Edson de Oliveira – A Aventura Sociológica, Rio de Janeiro, Zahar, 1978.

## **O diário de Anne Frank: da produção ao consumo da experiência <sup>1</sup>**

Milena Gomes Coutinho Pereira<sup>2</sup>

### **Resumo**

O Diário de Anne Frank é um livro escrito por uma menina judia assassinada em um Campo de Concentração na 2ª Guerra Mundial. Conhecido mundialmente como uma narrativa em prol do não esquecimento dos horrores da guerra, o diário foi publicado em mais de 70 idiomas, foi transformado em filme e em peça de teatro e preservado dentro do Museu Anne Frank – criado no prédio em que a menina se refugiou por anos. A proliferação em diversas plataformas e acessos da narrativa íntima produzida durante o período da guerra leva-nos a refletir acerca do delicado viés que separa o desejo da memória da espetacularização e consumo da tragédia.

### **Palavras-chave**

Narrativa; Consumo; Experiência; Infância; Guerra.

### **Introdução**

Em 12 de junho de 1942, uma casa em Amsterdã, capital da Holanda, vivia um momento de celebração: Annelies Marie Frank, uma menina judia de origem alemã, comemorava seu aniversário de 13 anos. Entre diversos presentes, um pequeno diário de capa estampada em xadrez vermelho, que tinha tudo para ser apenas mais um mimo, um espaço para o florescimento da escrita e das experiências pessoais de Anne Frank, acabou indo muito além e tornando-se, tempos depois, um objeto de interesse e reflexão global sobre uma das maiores tragédias do século XX: a Segunda Guerra Mundial. Em uma de suas primeiras anotações, Anne apontou:

Escrever um diário é uma experiência realmente estranha para alguém como eu. Não somente porque nunca escrevi nada antes, mas também porque acho que mais tarde ninguém se interessará, nem mesmo eu, pelos pensamentos de uma garota de 13 anos. (FRANK, 2000, p.15).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3- Subjetividades, Narrativas e Produção de Sentido, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Pedagoga pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, bacharel em Estudos de Mídia pela Universidade Federal Fluminense e mestranda em Comunicação na linha de pesquisa Mídia, cultura e produção de sentido na mesma instituição.

Ledo engano... O Diário de Anne Frank foi transformado em filme, em peça de teatro e em um dos livros mais vendidos de todos os tempos (com venda superior a 30 milhões<sup>3</sup> de cópias e tradução em mais de 70 idiomas). Peculiar por imbricar tensões características da migração da infância para a juventude com as tantas outras tensões causadas pela complexa experiência de vivenciar uma guerra, a escrita de Anne se tornou uma importante narrativa em prol do não esquecimento dos sofrimentos causados pelo conflito mundial, tanto aos judeus quanto a humanidade.

Como é sabido, na Segunda Guerra Mundial Adolf Hitler defendia o antissemitismo como uma postura necessária ao alcance da tão almejada “raça pura” alemã, que, na visão dele, era a ariana. Para o ditador, a Alemanha não deveria ter qualquer miscigenação, não deveria ter “outros”, como judeus, deficientes, homossexuais, ciganos e demais grupos marginalizados pelos nazistas. O discurso de ódio proclamado por Hitler baseava-se em um ideal sanitarista que defendia e justificava a perseguição e o extermínio dos “outros” não por conta de supostos pecados (BAUMAN, 1998), mas pela sua própria existência.

Desumanizados pelo regime ditatorial de Hitler, os “outros” eram comparados a insetos peçonhentos que, por serem naturalmente asquerosos, necessitavam ser eliminados. Como lembra Zygmunt Bauman em seu livro *Modernidade e Holocausto* (1998): “O câncer, os parasitas e as ervas daninhas não podem se arrepender. Eles não pecaram, apenas viveram de acordo com a sua natureza. Não há nada por que puni-los. Pela própria natureza do seu mal, devem ser exterminados.” (ibidem, p.95).

Para Georges Didi-Huberman (2012), a construção do “outro”, um *dissemelhante*, era justamente o objetivo do Holocausto. Segundo o autor, os campos de concentração visavam destruir e negar o humano, tornar o indivíduo uma “coisa”, amorfa, distante e irreconhecível tanto aos olhos externos quanto aos olhos do próprio sujeito que se auto mira. Como ele diz, “o olhar desempenhava um papel fundamental: o homem <<demolido>> era antes de mais o homem tornado apático em

---

<sup>3</sup>Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Lista\\_de\\_livros\\_mais\\_vendidos](http://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_livros_mais_vendidos) <Acessado em 20/12/2014>

relação ao mundo e a si mesmo, ou seja, incapaz de empatia (...), ou mesmo de desespero (...).” (p.62).

Pode-se dizer, entretanto, que, na contramão desse processo, O Diário de Anne Frank – assim como tantas outras obras póstumas e relatos de memórias de sobreviventes publicados pós-guerra – nos vem como um esforço de humanizar as vítimas do Holocausto e dar nomes, rostos e características individuais a esses sujeitos; torna-los, de alguma forma, menos “outro”. Para além da humanização dos sujeitos vítimas da guerra, é interessante notar que o próprio objeto, o diário, para Anne, também recebe contornos humanizados, como ela diz: “Não quero jogar os fatos neste diário do jeito que a maioria das pessoas faria, quero que o diário seja como uma amiga, e vou chamar esta amiga de Kitty.” (FRANK, 2000, p.16).

Por isso, todos os textos que compõem a brochura são escritos em forma de carta, começando com “Querida Kitty” e terminando com “Sua Anne”, o que sugere para o leitor um desejo da autora por endereçamento; uma busca por companhia e algum nível de diálogo. Vale ressaltar ainda que os escritos de Anne emergem como uma experiência possível dentre tantas. Seu texto chega a nós como uma fagulha de possibilidade de algum contato com o horror da guerra; contato este impreciso, mas nem por isso menos verdadeiro. Diante disso, o que temos em O Diário de Anne Frank é o testemunho de uma menina que, dentre as quase 60 milhões<sup>4</sup> de vítimas da Segunda Guerra Mundial, consegue nos revelar não o *todo* do que foi a guerra, mas um fragmento, um *instante de verdade*, tão pleno quanto lacunar.

### **Estigma e comunicação na Segunda Guerra Mundial**

Segundo Anne, “depois de maio de 1940 os bons tempos foram poucos e muito espaçados: primeiro veio a guerra, depois a capitulação, e em seguida a chegada dos alemães, e foi então que começaram os problemas para os judeus.” (FRANK, 2000, p.18). No caso, os problemas atendiam pelo nome de Decretos

---

<sup>4</sup> Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Mortos\\_na\\_Segunda\\_Guerra\\_Mundial](http://pt.wikipedia.org/wiki/Mortos_na_Segunda_Guerra_Mundial) <Acessado em 20/12/2014>



Antissemitas, que proibiam e limitavam certos lugares e práticas para judeus, como fazer compras fora do horário estabelecido e frequentar estabelecimentos de não judeus, por exemplo.

Para além de todo esse cerceamento do ir e vir para os tais sujeitos, foi-lhes imposto também o uso da estrela de Davi, símbolo do judaísmo, preso a roupa. Muito mais do que um simples pedaço de tecido, o adereço funcionava como um rótulo, um elemento classificador que indicava concreta e imediatamente o que e quem a sociedade dominada pelo regime nazista, em sua maioria, desaprovava, condenava e excluía - literalmente. Podemos associar a imagem da estrela amarela de Davi, naquele momento, ao que Erving Goffman (1988) chama de um *símbolo de estigma* para os judeus, ou seja, um signo demarcador de uma dessemelhança. A estrela, que antes era um símbolo ornamental judeu, com a Segunda Guerra Mundial e a consequente ressignificação cunhada pelos nazistas, tornou-se uma espécie de indicativo de algo ruim que deveria ser evitado, uma ameaça à saúde e progresso da sociedade alemã.

Enquanto o estranho está à nossa frente, podem surgir evidências de que ele tem um atributo que o torna diferente de outros que se encontram numa categoria em que pudesse ser incluído, sendo, até, de uma espécie menos desejável [...]. Assim deixamos de considerá-la criatura comum e total, reduzindo-a a uma pessoa estragada e diminuída. Tal característica é estigma, especialmente quando o seu efeito de descrédito é muito grande [...] (GOFFMAN, 1988, p.12).

Para o autor, a sociedade participa do processo de estigmatização, o que faz desta última um produto tecido na relação social. Capaz de categorizar os sujeitos, o símbolo de estigma (no caso, a estrela de Davi), age como um elemento sinalizador de pertencimento ou exclusão a um determinado espaço, grupo e/ou prática. Pode-se dizer, assim, que o adereço imposto aos judeus, na visão nazista, apontava de qual lado da “fronteira” o sujeito estava: do lado humano (ariano) ou não humano (“outros”, “estranho”). Isso fica mais claro ao vermos a experiência que Anne narra de seu momento de fuga:

Saímos debaixo de uma chuva torrencial, papai, mamãe e eu, cada qual com uma pasta de escola e uma sacola de compras abarrotada até a boca de tudo o que podemos colocar lá dentro. As pessoas que iam para o trabalho

olhavam-nos com simpatia. Podia-se notar em seus rostos o quanto sentiam por não poderem oferecer-nos condução, mas ali estava a chamativa estrela amarela que falava por si mesma. (FRANK, 2000, p.29)

Nota-se, no trecho acima, que usar a estrela naquele período era muito mais do que ostentar um adorno físico – por si só emblemático -; era uma advertência que sinalizava a quem não se deveria dirigir a palavra ou travar qualquer tipo de contato. Assim, sua adoção pelo regime nazista em prol da marginalização dos judeus consistia em uma estratégia para construir e reforçar socialmente uma atmosfera de rejeição e negação daquele sujeito “outro”. Em tal cenário, a estrela falava mais que o próprio sujeito; pode-se dizer que ela silenciava a individualidade dos judeus, afinal, todos que usavam a estrela eram judeus, e, de acordo com a ordem nazista, “judeus eram ruins”, independente de seus gostos, valores e/ou histórias pessoais.

Ainda de acordo com Goffman, o estigma faz com que a individualidade empírica do sujeito seja menos valorizada que sua representação circunstancial. Logo, nesse cenário, o social teria o poder de anular o indivíduo. No caso, o judeu ao ingressar na classificação nazista de “nocivo” fica a mercê do que a sociedade cria e julga como “padrão”. Essa mesma sociedade nazista, por sua vez, investe uma série de esforços para reforçar e conservar a imagem - criada por ela- de deterioração dos sujeitos estigmatizados com fins de manter o controle social de acordo com a ideologia que desenvolveu.

Sobre isso, uma das formas encontradas por Hitler para criar o “modelo padrão” dos cidadãos da Alemanha e, ao mesmo tempo, fomentar o ódio aos judeus foi o uso dos meios de comunicação. Para conseguir legitimidade ao seu discurso, o ditador adotou tais meios como armas estratégicas na guerra. Assim, no regime nazista era comum ver a publicidade, o rádio e o cinema atuando como instrumentos de pedagogização<sup>5</sup> das massas, ensinando em tons doutrinários sobre estética, comportamentos e ideais desejados (e condenáveis) para o povo alemão.

---

<sup>5</sup> Vale ressaltar que a pedagogização dita também era aplicada em sala de aula, com materiais escolares feitos com base do discurso político de Hitler.

A função das mensagens emitidas pelos nazistas era educar a massa sobre a importância de ter uma Alemanha ariana e vitoriosa, livre de “outros”. Desse modo, as mensagens eram capazes de construir uma atmosfera tanto tolerante quanto defensora da violência contra os “inimigos”. *Mein Kampf* (1925), o livro escrito por Hitler, traz uma série de apontamentos incisivos sobre a importância da propaganda política para a construção de uma nação baseada no então regime ditatorial vigente. Em grandes movimentos mundiais, a propaganda “Incessantemente terá de esclarecer as massas sobre novas ideias, atraí-las para as suas fileiras, ou pelo menos, abalar as crenças em voga.” (HITLER, 1925, p. 247). Com esse pensamento, Hitler disseminou o ódio aos judeus na Alemanha, o que levou muitos deles a fugirem para outros países ou procurarem esconderijos, como foi o caso de Anne Frank.

### **Apesar de tudo: esconderijo e imaginação**

Diante dos riscos iminentes que os judeus passaram a correr mediante o avanço das tropas e a doutrinação cada vez mais intensa do discurso antissemita na Europa, Anne e sua família optaram (ainda que *optar* não seja a palavra mais adequada) por mudar de sua confortável casa em Amsterdã para um esconderijo que funcionava no anexo de um prédio comercial na mesma cidade, onde, no passado, o pai de Anne trabalhava.

Assim que se assentou no local, Anne deu fôlego as suas palavras e passou a escrever mais intensamente no diário, talvez como uma segunda forma de fuga. Em seus primeiros textos é possível notar certa ansiedade em dar conta da transcrição de um espaço e de uma experiência que ela notoriamente identificava como sendo de difícil alcance imaginativo. Antes de se esforçar em explicar no diário a planta arquitetônica do esconderijo, por exemplo, Anne diz: “É uma coisa meio *difícil de ser entendida por gente de fora*, por isso vou explicar” (FRANK, 2000, p.30 – grifo meu); em outro momento, quando tenta descrever a complexa dinâmica do ato de tomar banho com estranhos, em silêncio e em um espaço compartilhado, ela comenta:

“Acontecem as coisas mais estranhas quando a gente está escondida. *Tente imaginar isso!*” (p.52 – grifo meu).

Sobre essa questão, Didi-Huberman (2012), citando Gradowski, nos lembra que para que o leitor consiga ter uma visão, ainda que superficial e falha, daquilo que se pretende representável, faz-se necessário distanciar-se de tudo. O autor alerta sobre a importância de fazermos o exercício do descolamento de nossa rotina para que consigamos minimamente nos aproximar de cenários e experiências absolutamente diferentes de tudo que já vivenciamos ou que sequer conseguimos supor ser possível vivenciar. “Imagens *apesar de tudo*: apesar de nossa própria incapacidade de sabermos olhar para elas como elas mereciam, apesar do nosso próprio mundo repleto, quase sufocado, de mercadoria imaginária.” (2012, p.15; grifo do autor).

Didi-Huberman sugere a nós leitores um deslocamento de olhar, que por sua vez culmina em um deslocamento de significação. Vale ressaltar ainda que a própria Anne deslocou-se em muitas esferas, esferas estas que vão desde a mudança física - de sua casa para o esconderijo -, até outros deslocamentos mais subjetivos, como: liberdade<sup>6</sup>, luxo<sup>7</sup> e gosto<sup>8</sup> e sorte<sup>9</sup>, por exemplo.

Realmente, é de admirar que eu não tenha desistido de todos os meus ideais, tão absurdos e impossíveis eles são de se realizar. Conservo-os, no entanto, porque *apesar de tudo* ainda acredito que as pessoas, no fundo, são realmente boas. Simplesmente não posso construir minhas esperanças sobre alicerces formados de confusão, miséria e morte. Vejo o mundo transformar-se gradualmente em uma selva. Sinto que estamos cada vez mais próximos da destruição. Sofro com o sofrimento de milhões e, no entanto, se levanto os olhos aos céus, sei que tudo acabará bem, toda essa crueldade desaparecerá, voltarão a paz e a tranquilidade. (FRANK, 2000, p.306, grifo meu).

---

<sup>6</sup> “Jacque sempre me dizia: “Eu não ousa fazer mais nada, porque tenho medo de que não seja permitido.” (p.18)

<sup>7</sup> “Faz um calor sufocante. Todo mundo anda bufando e se esfalfando, e neste calor eu tenho de andar para todo canto. Só agora percebo como é agradável um bonde, mas nós judeus não temos mais permissão de usar este luxo.” (p.21).

<sup>8</sup> “Preciso lhe contar, ainda, sobre os bolinhos que fazemos com a farinha do governo, água e fermento. São tão pegajosos e duros que caem no estômago como pedras. (...) Enfim, o importante é estarmos vivos e, frequentemente, até achamos gostosas nossas pobre refeições.” (p.232)

<sup>9</sup> “Sinto-me má ao dormir numa cama quente enquanto em algum lugar meus melhores amigos estão morrendo de exaustão ou sendo derrubados. (...)” (p.76)

Para Didi-Huberman, “imaginar apesar de tudo” passa a exigir um movimento duplo, tanto de quem faz o relato de algo entendido como *inimaginável* quanto de quem o lê. Para ele, é necessário que se exercite tal narrativa para que possamos ter algum contato, ainda que mínimo e lacunar, com aquela experiência que nos desafia a compreensão. Como ele argumenta: “É porque a palavra das testemunhas desafia a nossa capacidade de imaginar o que elas nos contam que, apesar de tudo, devemos tentar fazê-lo precisamente a fim de melhor ouvirmos essa palavra do testemunho.” (DIDI-HUBERMAN, 2012, p.88).

No caso, ao olharmos para a estrutura do testemunho de Anne ao longo do tempo, é curioso perceber que até março de 1944 o diário aparentemente fora feito apenas para registro próprio, repleto de relatos íntimos da menina; no entanto, após esse período, graças a um pronunciamento no rádio que alertava o interesse na publicação de cartas e diários ao fim da guerra, aparentemente Anne ressignificou seu olhar sobre o diário e, também, sua própria posição enquanto interlocutora de uma experiência sabidamente peculiar. Como ela disse:

Imagine que interessante seria se fosse publicado o romance do Anexo Secreto. O título, por si só, lembra histórias de detetives. Mas, falando sério, até que seria engraçado se, dez anos depois da guerra terminada, nós, judeus, contássemos nossa vida aqui, o que comíamos e sobre o que falávamos. Embora eu lhe conte muita coisa, você ainda sabe muito pouco sobre nossas vidas. (FRANK, 2000, p.228).

Após este momento, nota-se que Anne passa a descrever mais detalhadamente a rotina dos moradores do Anexo, algo que sugere-nos um esforço da menina em tornar sua experiência mais alcançável àqueles que estão de fora, àqueles que poderiam ser seus leitores em algum momento futuro. Com isso, ela revisa textos anteriores e acrescenta comentários e pequenas notas a fim de qualificar mais a sua fala e tornar mais inteligíveis tanto sua escrita quanto sua vivência. Vale ressaltar, entretanto, que todos os escritos da menina mantiveram adendos com críticas e sensações; ou seja, não houve uma divisão certa capaz de dividir cirurgicamente seus textos em “descritivos” e “emocionais”, houve uma montagem de ambos.



Didi-Huberman explica que toda imagem (e neste caso, testemunho) possui um duplo regime que abriga uma complexa *montagem*, “o contraste dilacerante, numa mesma e única experiência, de dois planos em tudo oposto.” (2012, p.49). O duplo regime consiste então na mistura de verdade e obscuridade, simplicidade e complexidade. Como o autor defende, os testemunhos são naturalmente subjetivos, inexatos e possuem uma relação “fragmentária e lacunar com a verdade de que são testemunho” (ibidem, p.52), entretanto, e apesar disso, nos oferecem tudo que temos para minimamente imaginarmos tal experiência narrada.

Ainda segundo o autor, costumamos pedir ou muito ou pouco ao testemunho (ou imagem), o que tende a esvaziá-lo para os dois extremos: ou, ao pedirmos muito, julgamos que ele diz pouco frente a tudo que julgamos saber sobre o acontecimento; ou, ao pedirmos pouco, passamo-lo para a esfera do simulacro e assim o excluímos do campo histórico, tomando-o como um mero registro.

### **Desaparecimento: espaço e relações**

Imagino que você vai querer saber como se sente uma pessoa que "desaparece". Pois confesso que eu também ainda não sei. Acho que neste lugar nunca vou me sentir realmente em casa, o que não significa, porém, que eu o deteste. Sinto como se estivesse em férias, morando em uma pensão esquisita. Talvez seja uma comparação meio doida, mas é assim que eu sinto. (FRANK, 2000, p.33)

A sensação de redefinição do espaço frente à experiência, narrada por Anne, para Irit Rogoff (2000) se dá por conta da relação. Segundo a autora, o espaço carrega denotações importantes de significado e pertencimento para além do que a existência física o representa. Nessa visão, não se constitui a ideia de espaço fora da dinâmica das relações. Assim, por exemplo, uma sala de aula só é entendida como tal por ter práticas e dinâmicas sociais características que nos levam a determinado conhecimento sobre o que é/forma esse espaço; apenas carteiras e quadro de giz, no caso, não bastariam para fazer dela esse tal espaço, já que é preciso considerar as relações que acontecem nela. Segundo Rogoff (ibidem), “portanto, o significado do nome de um lugar nunca é sua atividade designada ou propriedade física, mas sua

interação com subjetividades muito menos óbvias e com as ações e práticas significantes que provocam (ou mascaram) estes.” (p.23).

No caso do Anexo onde Anne Frank se abrigou, o espaço era uma fábrica de condimentos que se tornou concomitantemente um esconderijo e um lar. Lar este improvisado e fugidio ao que se espera de um, mas que, tal como qualquer outro, se torna também um palco para cenas de tensões e afetos. Sobre isso, um ponto interessante a se observar é que Anne usa as palavras “casa” e “esconderijo” quase em mesma dose para designar o “espaço Anexo”; algumas vezes ela chega a usar as duas palavras combinadas em uma única sentença. Isso dá margem a supormos que embora o Anexo não fosse a confortável residência que vivera em outrora, ainda assim era naquele espaço que estavam aparentemente seguros e que por hora viviam, logo, era a *casa* deles, o *lar*; no entanto, ao mesmo tempo, o sótão lembrava-os sempre, em cada restrição necessária – como a impossibilidade de fazer barulho e abrir janelas, por exemplo - que ele também não era o “verdadeiro” *lar* deles, o que o fazia ser mais uma vez um *esconderijo*.

Falo sobre depois da guerra, mas é como se estivesse falando de castelos no ar, de uma coisa que nunca pode ser verdade. Vejo nós oito, no Anexo, como se fôssemos um retalho de céu azul rodeado por nuvens negras e ameaçadoras. O trecho perfeitamente redondo onde estamos ainda é seguro, mas as nuvens se aproximam e o círculo entre nós e o perigo que se aproxima está cada vez se apertando mais. Estamos rodeados por escuridão e perigo, e em nossa busca desesperada de uma saída, vivemos nos chocando uns contra os outros. Olhamos as lutas lá embaixo e a paz e a beleza lá em cima. Enquanto isso somos cortados pela massa de nuvens, de modo que não podemos subir nem descer. Ela paira diante de nós como uma parede impenetrável, tentando nos esmagar, mas ainda não conseguindo. Só posso chorar e pedir “Ah, círculo, círculo, abra e nos deixe sair!”. (FRANK, 2000, p.140)

No trecho acima, fica visível a confusão que aquele local era para a menina. Ao mesmo tempo um centro de segurança e perigo, o Anexo ficava em uma instável zona intermediária tão rodeada quanto atravessada por fortes tensões. Pode-se dizer que a sensação apresentada na metáfora feita por Anne se aproxima do que Rogoff chama de “geografia exaurida”, ou seja, uma forma de pensar as ideias de lugar e subjetividade em locais que, por não terem mais fixidez, de fato esgotaram suas significações e passaram a ter outro sentido, ou simplesmente não tê-lo. Sob esse viés,

o flácido espaço de fábrica-esconderijo-casa, que escapa de qualquer definição categórica e objetiva, torna-se passível de algum tipo mínimo de representação e entendimento ao ser assumido – pela Anne e pelo leitor – enquanto um local de difícil conceituação geográfica, um espaço exaurido de limites e fronteiras, algo tão vacilante quanto um “retalho de céu azul”.

### **O desejo do não esquecimento**

Após uma série de relatos sensíveis às mais variadas emoções e sentimentos, O Diário de Anne Frank teve sua última página escrita em 1º de agosto de 1944. No livro, a história chega ao fim com uma folha branca marcada com os seguintes dizeres em letras garrafais: “O diário de Anne termina aqui.”; frase curta e objetiva representando o corte abrupto tanto da narrativa quanto da vida da menina. Todos os moradores do Anexo morreram em campos de concentração, apenas Otto, o pai de Anne, sobreviveu. Diante disso, ele assumiu a missão de levar adiante o projeto de fazer com que o mundo conhecesse mais sobre Anne Frank e a experiência da família no Anexo.

Em 1947 Otto publicou a primeira edição do diário de Anne, e em 1960 conseguiu fazer com que o prédio do esconderijo se tornasse um museu aberto à visitação. “Acho que o Anexo Secreto deve se tornar um lugar de encontro, de reflexão e de inspiração, além de museu.”, disse<sup>10</sup>. O pai de Anne desejava que a experiência de sua filha, tão traumática quanto a sua própria e a de tantos outros judeus, não fosse silenciada e tampouco caísse no esquecimento. Desse modo, tanto a publicação dos livros quanto a inauguração do museu no prédio do Anexo foram iniciativas que objetivaram dar certa concretude a algo tão fluido e ao mesmo tempo tão duro quanto o sofrimento causado pela Segunda Guerra Mundial. Como Otto, mais sobreviventes publicaram suas memórias e/ou as de seus entes queridos. Filmes

---

<sup>10</sup> Disponível em: <http://www.annefrank.org/pt/Subsites/Linha-do-tempo/#!/pt/Subsites/Linha-do-tempo/Periodo-do-pos-guerra-1945--/Inaugurada-a-Casa-Anne-Frank-/> <Acessado em 04/01/2015>

foram produzidos, exposições organizadas, memoriais construídos; tudo, em algum nível, para estimular o não esquecimento da tragédia ocorrida.

O interesse da sociedade em se debruçar sobre as “memórias subterrâneas” (POLLAK, 1989) das vítimas da Segunda Guerra Mundial, por muito tempo ocultas e marginalizadas, justifica-se em parte pela ânsia de se entender um pouco melhor como se deu a formação de tal acontecimento para além, e em tensão, ao que a *memória oficial* (ibidem) solidifica. Vemos aflorar esta proximidade mais contemporaneamente porque o próprio interesse dos sobreviventes por falar e ouvir tais experiências é consideravelmente recente. Logo após o fim da guerra havia pouca disposição (em toda complexidade do termo) de ambas as partes para dialogar sobre o ocorrido; o silêncio parecia tão inevitável quanto necessário para todos os envolvidos. Sobre o silenciamento dos sobreviventes do holocausto, Pollak diz:

Seu silêncio sobre o passado está ligado em primeiro lugar à necessidade de encontrar um *modus vivendi* com aqueles que, de perto ou de longe, ao menos sob a forma de consentimento tácito, assistiram à sua deportação. Não provocar o sentimento de culpa da maioria torna-se então um reflexo de proteção da minoria judia. Contudo, essa atitude é ainda reforçada pelo sentimento de culpa que as próprias vítimas podem ter, oculto no fundo de si mesmas. (...) Em face dessa lembrança traumatizante, o silêncio parece se impor a todos aqueles que querem evitar culpar as vítimas. E algumas vítimas, que compartilham essa mesma lembrança "comprometedora", preferem, elas também, guardar silêncio. Em lugar de se arriscar a um mal-entendido sobre uma questão tão grave, ou até mesmo de reforçar a consciência tranquila e a propensão ao esquecimento dos antigos carrascos, não seria melhor se abster de falar? (ibidem, p.3 e 4)

Segundo o autor, por muito tempo o assunto foi um tabu nas histórias individuais dos sujeitos que viveram tal trauma, no entanto, quase quarenta anos depois do ocorrido, os interesses políticos e familiares concorreram para acabar com o então silêncio provavelmente porque “no momento em que as testemunhas oculares sabem que vão desaparecer em breve, elas querem inscrever suas lembranças contra o esquecimento.” (ibidem, p.4). Tudo isso culminou para o crescente interesse moderno e contemporâneo nas diferentes memórias desenvolvidas durante e após a Segunda Guerra Mundial. Entretanto, ainda que muito venha sendo dito sobre o assunto, ainda há muito do “não dito” em cada discurso, ou seja, há uma série de lembranças indizíveis por vergonha, trauma ou perigo; uma série de zonas cinzas que por vezes

são estimuladas pelo próprio indivíduo devido a necessidade de tornar mais tolerável a rememoração de seu passado.

## **Conclusão**

Feito no tempo presente da guerra, dentro de um esconderijo dividido com mais sete pessoas, os relatos de Anne nos levam a refletir acerca da heterogeneidade dos sujeitos, das suas relações e da consequente pluralidade de interpretações e vivências constituintes de um mesmo evento traumático, no caso, a Segunda Guerra Mundial. Podemos dizer que a menina apresenta uma verdade bastante própria - tanto plena quanto lacunar -, sobre sua experiência individual. Anne narrou o caos que vivia, fosse ele por conta do florescimento da juventude, da guerra, ou pela mistura de ambos. Ainda que dificilmente nos reconheçamos em sua escrita pelo elo da experiência, nos aproximamos pelo elo do humano, o que ajuda a desanuviar a ideia de “outro” como alguém distante, apesar das fronteiras geográficas, históricas e culturais envolvidas.

Os textos sobre as experiências cotidianas da menina, que envolvem conflitos internos, dilemas familiares, amorosos e pessoais, são aparentemente semelhantes à de tantas outras crianças e jovens de outros tempos e lugares do mundo, o que coloca Anne – a “outra” – em algum nível de igualdade com o “nós”. Concomitantemente, esses mesmos relatos nos desafiam o entendimento e embaçam a fronteira do imaginável por revelarem peculiaridades de uma vivência absolutamente distante de tudo que já experienciamos e ou tenhamos tido condições de cogitar ser possível.

Neste processo, o consumo da experiência de Anne, seja através da leitura do livro ou da visita ao Museu da Anne Frank, contribuem para a aproximação desses mundos. Estar dentro do museu, por exemplo, faz com que seja possível tocar em algum grau esse passado. Com isso, fazer-se presente naquele espaço se torna uma forma de imergir e compartilhar um pouco de sua experiência - dentro do que se faz possível e com o imprescindível esforço de imaginação, claro. De certa forma, o acesso tátil à estrutura física da casa, sua mobília e objetos, oferece um pouco mais de



concretude à memória construída no diário, ainda que nem isso a faça efetivamente palpável. O mesmo acontece com a comercialização do livro, de DVDs e demais artigos que levam o nome de Anne: todos eles aproximam o leitor de uma representação e faz com que a experiência dela, enviesada pela espetacularização, se torne um pouco mais imaginável.

Tomando o conceito de espetáculo de Guy Debord (1994), que diz que este “não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (p.14), acreditamos que os diversos produtos disponíveis podem ser entendidos enquanto uma espécie de ponte de relação possível entre o presente e o passado, entre a imaginação e o inenarrável, esquecimento e lembrança, o outro e o eu. Uma ponte irregular, imperfeita, com ausências e excessos, mas ainda assim capaz de criar algum nível de conexão entre sujeitos e tempos. O fato de que percorremos a tal ponte, acompanhados de nossas vivências individuais, faz com que nosso contato com esse passado da menina seja tão naturalmente falho quanto o próprio relato feito por Anne, ainda que o esforço em fazê-lo pleno tenha sido mútuo.

A ansiedade moderna de ouvir e falar mais sobre a Segunda Guerra coincidiu com o surgimento do que Guilles Lipovetsky (2007) chama de hiperconsumidor, ou seja, a emergência do sujeito ávido pelo consumo de experiências e sensações variadas, o que inclui “vivenciar”, ainda que por minutos, um esconderijo de judeus localizado no coração de Amsterdã, um *tour* pelos campos de concentração de Auschwitz –virtual e físico –, um “turismo de guerra”<sup>11</sup> em palcos de sangrentos confrontos mundiais etc.

Vivemos em um tempo em que os sujeitos desejam vivenciar experiências e consumir produtos que os aproximem das tais. Nesse cenário, pode-se dizer que as várias edições de livros (incluindo versão ilustrada para crianças<sup>12</sup>), o filme (e a menção em outros filmes, incluindo o mais recente *best-seller* e sucesso de bilheteria *A culpa é das estrelas*), a peça teatral, o museu (que bateu recorde em 2014 com

<sup>11</sup> Disponível em: [http://www.istoe.com.br/reportagens/185632\\_TURISMO+DE+GUERRA](http://www.istoe.com.br/reportagens/185632_TURISMO+DE+GUERRA) <Acessado em 30/01/2015>

<sup>12</sup> Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/blogs/babel/historia-de-anne-frank-ganha-versao-ilustrada-para-criancas/> <Acessado em 04/01/2015>

1.227.462 visitantes<sup>13</sup>), a presença nas redes sociais (Twitter e Facebook), os aplicativos e o site (incluindo um subsite em que é possível fazer visita online 3D em todo espaço do Anexo<sup>14</sup>) se tornam um ponto de contato. Iniciativas como essas são capazes de tornar a história narrada em O Diário de Anne Frank mais acessível e, de certa forma, tão dinâmica quanto o próprio exercício de rememoração do passado o é.

## Bibliografia

- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e Holocausto*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *Images malgré tout*. Les éditions de minuit. Paris, 2003.
- FRANK, Anne. *O diário de Anne Frank: Edição integral*. Tradução: Ivanir Alves Calado. 15ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2000.
- GOFFMAN, Erving. *Estigmas – notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 4. ed. Rio de Janeiro: LCT, 1988.
- HITLER, Adolf. *Mein Kampf*. Alemanha: Eher Verlag, 1925
- LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- POLLAK, Michael. *Memória, esquecimento, silêncio*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, vol.2, n.3, 1989.
- ROGOFF, Irit. *Terra Informa – Geography's visual culture*. New York: Routledge, 2000.

---

<sup>13</sup>Disponível em: <http://www.annefrank.org/en/News/News/2015/Januari/Record-number-of-visitors/>  
<Acessado em 04/01/2015>

<sup>14</sup>Disponível em: <http://www.annefrank.org/en/Subsites/Home/Enter-the-3D-house/#/house/20/>  
<Acessado em 04/01/2015>

## **Babilônia Zero Um:<sup>1</sup>** O contágio da equiparação nas narrativas homossexuais.

Priscilla Paranhos Souza de Castro<sup>2</sup>

### **Resumo**

As telenovelas<sup>3</sup> brasileiras têm traçado um caminho longo, no que diz respeito à inserção de personagens homossexuais em suas tramas. Consideradas por estudiosos, como alicerces significativos para a fomentação de debates sociais junto à população, elas ganharam, um importante papel na tentativa de representação de nichos sociais. Neste artigo, tomamos como objeto de estudo o primeiro capítulo da telenovela da TV Globo “Babilônia” e buscamos compreender a utilização de uma nova “narrativa televisiva na representação homossexual” a que intitulamos de “narrativa da equiparação”. Admitindo, de um ponto de vista sociosemiótico, que a produção de sentido da relação entre os personagens da trama carrega nível de regime próximo ao ajustamento, sendo eles construtores de sensibilidade por um contágio afetivo.

### **Palavras-chave**

Subjetividade; narrativa; equiparação; homossexualidade; telenovela.

As telenovelas brasileiras têm traçado um caminho longo, no que diz respeito à inserção de personagens homossexuais em suas tramas. Consideradas por estudiosos, como BARBERO (1987) e LOPES (2010) como alicerces significativos para a fomentação de debates sociais junto à população, as telenovelas ganharam,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 – Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pelo PPGCOM da UERJ.

<sup>3</sup> Telenovela é o nome genérico dado à narrativa ficcional televisiva no Brasil, independente de seu formato ser telenovela stricto sensu, minissérie, caso especial, ou outro. Neste artigo, também nos referimos a ela como novela que é seu nome mais conhecido. Os dados mostram um crescente interesse pela telenovela através de dissertações de mestrado e teses de doutorado, que passam de 6, na década de 70, para 76, na de 90, com média de aproximadamente 8 trabalhos/ano. As tendências principais nos estudos são: análise do discurso (abordagem semiótica, estética, intertextualidade e dramaturgia), estudos de recepção (abordagem sociológica e etnográfica), estudos de produção (som, cenografia e autores). O método de pesquisa mais frequente tem sido o estudo de caso qualitativo de uma determinada telenovela ou uma determinada unidade de recepção (famílias, empregadas domésticas, metalúrgicos e jovens).

graças a seus mais de 40 anos de presença na TV brasileira, um importante papel na tentativa de representação de nichos sociais, criando, a partir de discursos politicamente corretos ou cômicos - quando reforçam estereótipos vexatórios, a ideia de novas mediações culturais.

Neste artigo, tomamos como objeto de estudo o primeiro capítulo da telenovela da TV Globo “Babilônia” e buscamos compreender a utilização de uma nova “narrativa televisiva”, no que diz respeito às narrativas da representação homossexual neste produto artístico e cultural. A escolha da utilização do primeiro capítulo da telenovela em questão se dá por se tratar, para os padrões do gênero brasileiro, do segundo mais importante evento televisivo nacional, sendo o último capítulo o mais importante, e devido à expectativa construída sobre ele. Assim como o último capítulo, o primeiro capítulo de uma novela tem uma importância crucial em sua trama, pois expõe os personagens principais e constrói o universo imaginário sobre a história que será contada. Ao apresentar o casal lésbico Teresa (Fernanda Montenegro) e Estella (Nathalia Timberg) de forma direta, ou seja, sem os subterfúgios narrativos já conhecidos, logo no primeiro capítulo, o autor inaugura uma nova variável de uma possível classificação da construção narrativa dos personagens homossexuais em telenovelas, uma narrativa que vamos chamar neste artigo de “narrativa da equiparação”, em que os personagens não mais necessitam de uma construção de sentido analítico para serem apresentados. São assim equiparados narrativamente a qualquer casal heterossexual representado no folhetim, ganhando uma importância nuclear na trama e não mais recebendo representações de personagens coadjuvantes, como o visto até hoje.

A proposta de uma nova forma de representação pode ser analisada de acordo com a elaboração da estrutura e significação da telenovela, forma descrita por MORENO (2001), na qual o nível de estrutura se limita a identificar as amostras do universo de análise por dados básicos, como gênero, elenco e sinopse, e o nível de significação que se divide em duas verificações: a primeira, denotativa conduzida pela observação dos significantes, a importância e posição dos personagens homossexuais no enredo, seu contexto social, a forma de montagem e interpretação; e a segunda,

conotativa, pela análise da história e o que ela induz o espectador a pensar em relação à homossexualidade da personagem.

#### **40 anos de história**

Com mais de 40 anos de atuação na vida televisiva, as novelas têm se transformado e se adaptado à sociedade com muita rapidez e, pressuposta, eficácia. Buscando representar a realidade cotidiana da população, as telenovelas assumiram também um papel de “espelho da realidade social”, e constantemente reveem seus ícones, signos, padrões e estilos.

A partir de 1970, como já foi evidenciada em diversas pesquisas, há uma ruptura narrativa das telenovelas causada pela novela “Beto Rockfeller”, os autores passam a pensar em explorar temas diferentes, com o objetivo de prender a atenção dos telespectadores. Nesse período, conhecido como “anos de chumbo”, tudo o que fosse artisticamente produzido deveria passar por uma avaliação da Divisão de Censura de Diversões Públicas (DCPD). Assim, diversos filmes, novelas, músicas, peças de teatro e programação para rádio e televisão, incluindo telenovelas, só eram liberados depois desses exames. Alguns foram vetados, como foi o caso da novela “Roque Santeiro”, que só foi ser exibida de fato em 1985. As emissoras, então, passaram a se adequar à censura para evitar grandes prejuízos financeiros em ter programas “barrados” na programação, sendo assim reinventados para um espaço de significação novo.

Algumas cenas sobre homossexualidade, sexo, críticas à igreja e, claro, todas as cenas de críticas ao governo, ou de indícios delas, foram cortadas. Porém, mesmo com todo o contexto social de ditadura, que esteve presente principalmente nos anos 70, surge o primeiro personagem homossexual em uma novela.

Em 1970, exibida às 22 horas e escrita por Dias Gomes, “Assim na Terra Como No Céu” trouxe ao ar Rodolfo Augusto, um cabelereiro interpretado por Ary Fontoura e marcado por estereótipos. A novela “Vale Tudo” (1988) teve uma cena censurada por fazer menção a questões de cunho homossexual. Tratou-se de uma



simples conversa entre Helena (Renata Sorrah), Cecília (Lala Deheinzelin) e Laís (Cristina Prochaska), em que o assunto estava ligado à relação romântica entre duas mulheres, tratada como uma opção natural de vida que deve ser aceita sem nenhum preconceito, o que para os censuradores seria um absurdo. Um caminho que apenas foi sendo desenvolvido e adaptado de acordo com as realidades da demanda social brasileira.

Categorizado na pesquisa “A personagem homossexual no cinema brasileiro”, desenvolvida por MORENO (2001), o personagem homossexual ganhou status de objeto a partir do momento que passou a figurar características recorrentes em suas temáticas. No início de sua análise, MORENO explica que a grande maioria dos filmes brasileiros retrata os homossexuais por meio de conjuntos de gestual/fala/indumentária que imitam o gênero oposto, identificando o personagem como “invertido” para os padrões da sociedade. Essa observação abre caminho para uma possível categorização destes personagens é uma chave de leitura para os personagens também nas telenovelas. Como comenta o autor, “a constante representação através dos mesmos signos permite que a gestualidade seja um fator decisivo na classificação dos filmes”.

Periódica e com os mais elevados índices de audiência da TV brasileira, a telenovela constantemente retrata em seus personagens o que MORENO chamaria de “estereotipados bem marcados” e que mesmo quando não apresentam qualquer característica visível de “inversão de gênero” podem ser categorizados. Para estes tipos de personagens desenvolvidos com o passar dos anos foram pontuados por PERET (2005) em sua pesquisa os seguintes actantes:

1. Personagens cuja aparência visual, entonação de voz e/ou gestual indicavam um discurso de gênero divergente do discurso da sexualidade – por exemplo: mulher masculinizada, homem afeminado. Na maioria dos casos registrados, esses personagens passavam uma imagem quase caricatural e geralmente “assexuada” (sem registros de relacionamentos amorosos entre eles e outros personagens). Inclui-se nessa categoria personagens que, além de um gestual específico, têm profissões (ou inclinações profissionais) popularmente relacionadas ao gênero oposto ou à homossexualidade – e identificamos os seguintes casos: bailarino, cabeleireiro,

cozinheiro, estilista, maquiador, “místico” (tratado não como vocação religiosa, mas como profissão), mordomo e secretário, para homens; frentista e mecânico, para mulheres;

2. Personagens que, sem manifestar os elementos descritos no item anterior, demonstraram atração por outros personagens do mesmo sexo, de alguma forma que ficou explícita ao público, mesmo que tenha permanecido desconhecida dos demais personagens;
3. Personagens transgêneros – não atores e atrizes travestidos como personagens do gênero oposto, mas personagens cuja característica própria do transgênero – indicando a mudança física do corpo, através de cirurgia, para se adaptar ao discurso da sexualidade de outro gênero – apareceu na trama de alguma forma.
4. Personagens heterossexuais que fingiram ser homossexuais ou que, equivocadamente, foram considerados homossexuais por outros personagens. Consideramos que esses personagens vivenciaram, em algum momento das tramas, os efeitos sociais do discurso da homossexualidade discutido no capítulo anterior e por isso os incluímos na pesquisa (novamente incluímos personagens com inclinações profissionais popularmente relacionadas à homossexualidade);
5. Personagens que se travestiram do sexo oposto, independente de sua orientação sexual. Esses personagens, em geral, eram heterossexuais que vivenciavam breves momentos cômicos e de farsa na telenovela, e suas atitudes eram necessárias a alguma “escapada” ou para passar incógnitos por outros personagens, por razões diversas. Considerando-se que esses personagens não experimentaram, verdadeiramente, o discurso social da homossexualidade e, por isso, os excluímos do presente trabalho.

Através da descrição destes personagens, podemos entender as narrativas empregadas em cada história produzida e também compreender a relevância de uma crescente social de “normalidade” ao tema. Este fenômeno legitima uma forma nova de percepção da temática.

## **O contágio sensível:**

Neste momento, parece interessante perguntar: por que a presença de personagens homossexuais aumentou nas telenovelas? Representar gays e lésbicas dentro de um modelo narrativo social é a melhor forma de inserir o tema na sociedade? A aceitação de um modelo heteronormativo para os gays e lésbicas seria a condição de aceitação de orientação sexual nas telenovelas? Ou este seria o comportamento de gays e lésbicas da geração “pós-gueto”?

Para tentar refletir sobre algumas destas perguntas, Stuart Hall oferece colaborações quando analisa o negro na cultura negra. Em primeiro lugar, ele nos diz que:

(...) não há nada que o pós-modernismo global mais adore do que um certo tipo de diferença: um toque de etnicidade, um sabor do exótico e, como dizemos em inglês, a bit of the other (expressão que no Reino Unido possui não só uma conotação étnica, como também sexual) (Hall, 2003, p. 337)

A partir disso, podemos dizer que os meios de comunicação, assim como parecem fascinados pela cultura e pelos corpos de negros e negras, agora também se aproveitam de diferenças sociais e minorias para apresentar algo distinto no mundo da indústria cultural. O que preocupa Hall é se isso faz ou não diferença para os sujeitos representados na e pela mídia. A resposta que ele nos dá é: sim e não. Sim, porque, para o autor,

(...) a marginalidade, embora permaneça periférica em relação ao mainstream, nunca foi um espaço tão produtivo como agora, e isso não é simplesmente uma abertura, dentro dos espaços dominantes, à ocupação dos de fora. É também o resultado de políticas culturais da diferença, de lutas em torno da diferença, da produção de novas identidades e do aparecimento de novos sujeitos no cenário político e cultural. Isso vale não somente para raça, mas também para outras etnicidades marginalizadas, assim como o feminismo e as políticas sexuais do movimento de gays e lésbicas, como resultado de um novo tipo de política cultural. (Hall, 2003, p. 338)

A produção de novas identidades nas narrativas televisivas constrói um pensamento de entendimento semiológico do comportamento social, o que dá foco ainda maior no conceito de narrativa e sua influência para formação da identidade nacional contemporânea.

Presente na lenda, no conto, na novela, no livro, na história, no drama, na pintura, no cinema e até mesmo nas conversas do dia a dia, a narrativa conta a história do mundo e de seus povos e, apesar de compreender de forma simples seu conceito básico, não poderemos apenas lhe atribuir variedades de categorias. É preciso compreender sua ideia central e atribuir uma complexidade de unidades que a defina. Porém, como BARTHES (1985) descreve: “É impossível enumerar todas as narrativas do mundo” e identificar o tipo de narrativa em que as representações

homossexuais se encaixam ou inauguram é um desafio que este artigo pretende apontar. Para isso, é preciso entender seu conceito mínimo e amplificá-lo.

Apesar de diversos autores ao longo dos anos se debruçarem sobre os estudos de narrativa, vamos utilizar o conceito descrito pelo próprio Barthes e também contemplar não só uma descrição sobre o que é a narrativa, mais também construir, assim como fez em seus estudos, uma análise de estruturas, partindo das simples para as mais complexas, das suas funções às suas sequências, e admitindo a narrativa como uma linguagem articulada própria. A partir desta perspectiva, é possível dar início a uma ideia classificatória mais eficaz destas representações teledramatúrgicas.

Não é possível ainda descrever todos os níveis de narrativas, mas aqui vamos propor um primeiro nível para uma didática que permita compreender melhor este tipo de representação. Por narrativa entenda-se:

"discurso capaz de evocar, através da sucessão de fatos, um mundo dado como real ou imaginário situado num tempo e num espaço determinados. Na narrativa distingue-se a narração (construção verbal ou visual que fala do mundo) da diegese (mundo narrado, ou seja, ações, personagens, tempos). Como uma imagem, a narrativa põe diante de nossos olhos, nos apresenta, um mundo". (SODRÉ, 1988:75; grifos do autor).

Através desta descrição resumida por Sodré, conseguimos observar a proximidade da ideia de narrativa com a rede de signos que formam o discurso, descrita por Foucault. Para ele, um discurso se conecta através desta rede e a outras tantas de outros discursos, criando uma ligação que gera não são significados esperados no interior do próprio discurso, mas valores desta sociedade que devem ser perpetuados (FOUCAULT, 1979). Uma ideia muito próxima   compreensão de narrativa de Barthes e Sodré e que d  base a diversas construções de categorias e entendimentos para estes esquemas classificatórios.

Ao nos depararmos com um conceito de narrativas específicas nestas representações, passamos também a entender a proposta de Landowski (2004) sobre as formas de interações sensíveis e admitir, de um ponto de vista sociosemi tico, que a produção de sentido da relação entre as personagens na história assume uma importância, em termos gerais, de também construtora de sensibilidade por um contágio afetivo.

Em sua obra, Landowski aborda o conceito de contágio afetivo e descreve que a ideia compreende da partilha imediata dos afetos do corpo e da alma, implicando um contínuo da paixão que só poderá ser da ordem da união entre corpos sujeitos. Com esta construção lógica, o autor propõe que este tipo de contágio passa a agir, com o tempo, na reciprocidade do sentir e a unir casais, e até multidões. Nesse sentido reitera:

com o decorrer do processo de contaminação, a concomitância das ações de cada parceiro substitui a sucessividade, de modo tal, que são sujeitos propriamente ditos que virão a se construir uns em relação aos outros. (Landowski 2004)”

Tal pensamento descrito por Landowski se aproxima ao de Hall, no que diz respeito ao fascínio pós-moderno pelas múltiplas identidades, porém adequado às narrativas dos produtos culturais, tomando forma de qualificador para abordagens e que influenciador nos estágios de interações sensíveis.

A telenovela “Babilônia”, ao ter em sua estreia a representação do casal lésbico Teresa (Fernanda Montenegro) e Estella (Nathalia Timberg) e do beijo entre as personagens, reitera a ideia de contágio afetivo de paixão, corpo e alma, no sentido de produzir uma “onda” de contaminação no espectador já bastante “acostumado” com o tema, graças a narrativas anteriores e, a reboque, supre esta “necessidade” pela representação de uma minoria em um produto cultural de massa.

### **O ajustamento, a equiparação e uma nova narrativa da representação**

Surge aqui uma nova forma de representação homossexual “telenovelística”, que se utiliza de um entendimento social prévio e que não mais se baseia em elementos performáticos para atingir seu objetivo ou construir as tão procuradas representações de “movimentos marginalizados”. É inaugurada aqui uma “narrativa da equiparação”, que abandona as conhecidas narrativas de revelação e de personagens caricatos para dar lugar a personagens completamente autônomos e equilibrados com a trama.



Claro que, como em qualquer análise de estrutura narrativa, é preciso observar as funções de cada elemento e a escolha de todos os fatores e caminhos para tal acontecimento na história das telenovelas, como a escolha das atrizes, a história a ser contada, a idade das personagens, o enredo narrativo imagético preconcebido pelo público, a realidade social em que estes personagens estariam inseridos e o papel do autor na constituição do sistema simbólico neste momento da trama.

As atrizes Fernanda Montenegro e Nathalia Timberg fazem parte de uma cultura luxo<sup>4</sup>. São percebidas pela indústria cultural como um axioma. Donas de uma história teatral e televisiva da maior credibilidade, as atrizes são consideradas tanto pela crítica quanto pela mídia e pelo grande público como as mais importantes atrizes dos palcos e da dramaturgia brasileira de todos os tempos<sup>5</sup>. Fernanda Montenegro, com seus 85 anos de idade e mais de 65 anos de carreira, é a única brasileira já indicada ao *Oscar*<sup>6</sup> de melhor atriz, sendo nomeada por seu trabalho em *Central do Brasil* (1998), a primeira brasileira a ganhar o *Emmy Internacional*<sup>7</sup> na categoria de melhor atriz, pela atuação em *Doce de Mãe* (2013), e em 2013 foi eleita a 15ª celebridade mais influente do Brasil pela revista *Forbes*<sup>8</sup>. Nathalia Timberg, com também 85 anos e seus mais de 55 anos de carreira, é reconhecida pela quantidade de

---

4 Cultura luxo e cultura lixo são conceitos utilizados para compreender o projeto da sociedade de consumo através da ideia da obsolescência, descartabilidade e lixo material. Dividindo assim os processos produção de sentido, construções de fluxos, redes e imagens em subjetividades-luxo e subjetividades-lixo, tomando pelo mesmo exemplo de obra primária criativa e produto editado para o consumo. (Villaga, 2011.p. 26-27)

5 “Dama do teatro, Fernanda Montenegro comemora 80 anos”- [noticias.terra.com.br](http://noticias.terra.com.br). Visitado em 25 de julho de 2015.

6 Oscar ou oficialmente Prêmios da Academia (em inglês The Academy Awards ou The Oscars), é um prêmio entregue anualmente pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, fundada em Los Angeles, Califórnia, em 11 de maio de 1927. São entregues pela Academia, em reconhecimento à excelência de profissionais da indústria cinematográfica.

7 O Prêmio Emmy Internacional (no original em inglês International Emmy Award) é concedido pela Academia Internacional das Artes & Ciências Televisivas a programas televisivos que tenham sido produzidos e transmitidos fora dos Estados Unidos.

8 Forbes é uma revista de negócios e economia americana. Propriedade de Forbes, Inc. e de publicação quinzenal, a revista apresenta artigos e reportagens originais sobre finanças, indústria, investimento e marketing. Apesar de não ser seu foco principal, Forbes também publica matérias relacionadas a tecnologia, comunicações, ciência e direito. Também é conhecida por suas listas, principalmente nas quais faz um ranking das pessoas mais ricas dos Estados Unidos (conhecida como Forbes 400) e do mundo, além de outras, como das celebridades mais bem-pagas, das mulheres mais poderosas, das pessoas mais influentes, entre outras. Foi fundada em 1917 pelo jornalista escocês B. C. Forbes. O slogan da Forbes é "A Ferramenta Capitalista".

atuações e importância em clássicos da teledramaturgia, como a primeira versão brasileira de “*O Direito de Nascer*” (1964) e em mais de 40 peças de teatro, 10 filmes e 65 atuações em telenovelas e seriados em TV. Informações completamente relevantes, que dão às atrizes uma importância prévia na concepção da narrativa para a trama, e que por se tratar do primeiro capítulo da novela, ganha status de pré-elemento de construção de sentido.

A apresentação da trama também ganha destaque, já que as personagens são colocadas em um lugar de igualdade junto aos outros núcleos apresentados. A personagem Estella (Nathalia Timberg) é a mãe de uma das protagonistas da novela, Beatriz (Glória Pires), e Teresa (Fernanda Montenegro) é a sua esposa. Elas fazem parte de alta classe social e têm fala ativa na história. Estão vivenciando problemas comuns, a volta da filha da Europa após um grande escândalo e a quantidade de trabalho e rotina de Teresa, e apoiam-se uma na outra como qualquer casal o faria, de forma carinhosa e compreensiva. É neste momento que a narrativa representativa deste casal ganha seu corpo de equiparação, pois as personagens, em um gesto de normalidade dentro da sequência do diálogo narrativo, dão um beijo na boca, um beijo romântico, aos nove minutos do primeiro capítulo da novela de horário nobre da rede de televisão de maior audiência nacional, embaladas por uma música de amor cantada, reconhecidamente, por Maria Betânia<sup>9</sup>, cuja primeira frase diz “*Um novo amor no coração. Um céu azul, uma canção e mais que um beijo, eu te desejo: um grande amor*”.

É inegável que existe uma espécie de “preparação” para esta nova narrativa e que a equiparação se dá através de elementos de contágio sensível. Nesse contexto, destacamos as palavras de MUNGIOLI (2014):

a obra teledramatúrgica dos autores tem especial importância para a constituição de um modo de narrar brasileiro, de um modo de pensar a produção televisiva em sua dimensão social

---

9 Cantora brasileira internacionalmente conhecida. Bethânia foi eleita a 5ª maior voz da música brasileira pela revista Rolling Stone Brasil.

A proposta de uma narrativa nova nestas representações não exclui ainda o uso de outras formas de representação gay relacionada à “narrativa da revelação”, apresentadas ao público de forma a não apresentar nenhum indício, trejeito, vestimenta ou linguajar que pudesse indicar a sexualidade do personagem, ainda estarão presentes nas telenovelas. O que é válido observar é a forma que a busca de novas identidades e formas de voz social estão ganhando espaço na indústria cultural e como o mercado e o consumo também têm se utilizado de espaços de minorias para construir em seus produtos identidades prêt-à-porter<sup>10</sup>. Mungioli sobre esta observação também comenta:

É claro que esses objetivos devem ser analisados e matizados dentro de um quadro e de um modo de produção característico da indústria cultural. Indústria que como enfatiza MORIN (2005) está sujeita às injunções típicas das produções dessa esfera econômica que prevê de um lado produtividade por parte de seus trabalhadores e alta lucratividade como resultado final e, de outro, criatividade constante para que esses objetivos se concretizem. Trata-se de um jogo constante entre criatividade e produtividade, entre repetição e inovação.

Ou seja, esta visibilidade alcançada também pode ser considerada fruto de um trabalho incessante dos movimentos gays e lésbicos espalhados pelo mundo, que romperam a barreira dos guetos e da invisibilidade e passaram a exigir mais respeito e seriedade nos produtos culturais. Apesar disso, Hall nos diz que “*existe sempre o preço de cooptação a ser pago quando o lado cortante da diferença e da transgressão perde o fio na espetacularização*” (idem, p. 339). Por isso, o que interessa ao autor são as estratégias culturais capazes de fazer diferença e de deslocar as disposições do poder e não é possível ainda perceber este tipo de movimento na inauguração de uma narrativa teledramaturgica para esta representação.

Glória Magadan, ex-supervisora da seção internacional de novelas da Colgate-Palmolive de São Paulo, declarou em uma entrevista:

---

<sup>10</sup> Identidades prêt-à-porter: figuras glamorizadas imunes aos estremecimentos das forças culturais. São consumidas como próteses de identidade, seu efeito dura pouco, pois os indivíduos-clones que então se produzem, com seus falsos-self estereotipados, são vulneráveis a qualquer ventania de forças um pouco mais intensa. Os viciados nesta “droga social” vivem dispostos a mitificar e consumir toda imagem que se apresente de uma forma minimamente sedutora, na esperança de assegurar seu reconhecimento em alguma órbita do mercado.

A única função da novela é entreter. Porque se pensarmos em fazer algo mais elevado, corremos o risco de não sermos entendidos e de não atingirmos a grande massa. A telenovela é um produto a ser vendido comercialmente, como uma geladeira, um par de sapatos ou um tipo de tecido. Não é literatura nem subliteratura; é um produto industrial.

Para VILLAÇA (2014),

o corpo é mercadoria a que se atribuem valores mediante a popularidade demonstrada pelo número de acessos nas diversas plataformas e o sucesso medido pelas vitórias alcançadas nas competições generalizadas num mundo que se espetaculariza.

E, como tal, ganha nas narrativas elementos que o torna padrão discursivo narrativo acerca de também representações.

Sejam como casais homossexuais femininos ou masculinos, nas telenovelas brasileiras, a construção textual desses personagens é geralmente baseada em estereótipos predefinidos socialmente de forma direta ou indireta, através de signos sociais ou discursivos e da tentativa de equidade, apesar de estar cheia de elementos heteronormativos, se torna necessária para que haja a naturalização da informação social como a leitura de um fenômeno social a partir da representação midiática. Com esta observação, saímos do puro descritivismo histórico televisivo, comparamos a interpretação representativa desta narrativa para a construção de subjetividades sociais e refletimos sobre como o contexto social contagia e é contagiado pelas narrativas do romance homossexual dito pós-moderno.

## **Referências bibliográficas**

COLLING, L. *Personagens homossexuais nas telenovelas da Rede Globo: criminosos, afetados e heterossexualizados*. Revista Gênero, Volume 8, Nº 1, 2º semestre de 2007.

GOMIDE, S. V. *Representações das identidades lésbicas na telenovela Senhora do Destino*. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade de Brasília. Brasília: 2006.

HALL, S. *Da Diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG: Representações da UNESCO no Brasil, 2003.

KELLNER, D. *A cultura da mídia*. Bauru: Edusc, 2001.

LANDOWSKI, Eric- "*En deça ou au-delà des stratégies, la présence contagieuse*". *Passions sans nom. Essais de socio-sémiotique III*, Paris, Presses Universitaires de France, 2004 (cap. VI)

LOPES, M. I. V. *Telenovela como recurso comunicativo*. Matrizes. Ano 3, Nº 1 (ago./dez.2009). São Paulo: ECA/USP/Paulus: 2009.

\_\_\_\_\_. *A telenovela como narrativa de nação: Para uma experiência metodológica em comunidade virtual*. Signo y Pensamiento, v. XXIX p. 130-141, 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia*. México: Gustavo Gilli, 1987

MORENO, Antonio- *A personagem homossexual no cinema brasileiro*. Niterói: EdUFF, 2001.

MUNGIOLI, M C P. "*O papel dos autores na constituição da teledramaturgia como sistema simbólico*." Brasil Múltiplas Identidades. São Paulo. Ed. Alameda. 2014.

PERET, L. E. N. *Do armário à tela global: a representação social da homossexualidade na telenovela brasileira*. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Estadual do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UERJ, 2005b.

ROJEK, Chris. *Celebridades*; tradução Talita M. Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

ROLNIK, Suely. *Toxicômanos de identidade: subjetividade em tempo de globalização*.

VILLAÇA, Nizia. *A edição do corpo: tecnociência, artes e moda*. (segunda edição). São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

\_\_\_\_\_. *Em nome do corpo*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

\_\_\_\_\_. GOES, Fred. *Mixologias: comunicação e o consumo da cultura*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

WOODWARD, K. *Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual*. In:  
SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos  
culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

## **Compartilhamento de espaços de trabalho e produção subjetiva<sup>1</sup>** Sobre formas de organização produtiva e construção de vínculos sociais

Ramon Bezerra Costa<sup>2</sup>

### **Resumo**

Tendo como objeto de estudo diferentes experiências de compartilhamento de espaços de trabalho, neste artigo parto do seguinte problema: de que tratam e como ocorrem os processos de vinculação social presentes em tais formas de organização produtiva? Falo em “vinculação social” na esteira de Muniz Sodré, para quem o que caracteriza o processo da comunicação é a organização do vínculo social, que tem relação com a constituição de sujeitos e a produção de modos de vida. Diante disso, e inspirado no método da cartografia, sistematizado a partir do pensamento de Deleuze e Guattari, descrevo diferentes dinâmicas existentes em espaços de trabalho compartilhados para observar o processo de construção dos vínculos sociais.

### **Palavras-chave**

Espaços de Trabalho Compartilhados; Vínculos Sociais; Organização Produtiva.

### **Introdução**

Não é de hoje que profissionais como arquitetos, artistas e designers, por exemplo, alugam e dividem um espaço de trabalho visando diminuir os custos. Vale lembrar que essa prática é, majoritariamente, característica dos “pequenos profissionais”, pois símbolo de sucesso seria ter um escritório num prédio próprio da empresa e quanto maior, mais alto, maior o sucesso. No entanto, atualmente, o que estou chamando de espaços de trabalho compartilhados, seja os intitulados de “coworking” ou “casas abertas”, parecem funcionar em outra lógica e considerar o “sucesso” de outra maneira.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 – Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestre e Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Bolsista da Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj).

Existem diversos modelos. Alguns são empresas que funcionam de maneira centralizada, no qual o pagamento de uma mensalidade permite acessar os serviços; enquanto outros investem em modelos de gestão horizontais e não visam o lucro, funcionando como experimentos de dinâmicas produtivas diferentes das que estamos acostumados. O que todos esses modelos parecem ter em comum é que os espaços, recursos e custos de um escritório são divididos entre os profissionais com a intenção de reduzir as despesas de manutenção e contribuir para que as pessoas auxiliem umas as outras, aumentando as possibilidades de “networking” – independente de como essa dinâmica aconteça.

Para se ter uma ideia da dimensão do fenômeno ao qual me dedico neste trabalho, uma pesquisa realizada em 2015, conhecida como “censo do coworking”<sup>3</sup> no Brasil, indica um pouco deste cenário: existem 238 espaços ativos no país; o estado com maior número de espaços é São Paulo (95), seguido de Minas Gerais (23), Rio de Janeiro (20), Paraná (20) e Rio Grande do Sul (19); alguns espaços (33) funcionam 24h por dia; somente no ano de 2014 foram criados 56 coworkings, contra 28 criados em 2013, e entre janeiro e março de 2015 dez novos espaços foram criados<sup>4</sup>. Além desses números, vários eventos têm acontecido no mundo para discutir essas formas de trabalho, sites dedicados ao tema foram criados e as notícias sobre novos espaços e/ou seus modelos de negócios são frequentes na mídia.

Refletir sobre diferentes formas de compartilhar espaços de trabalho implica em abordar como essas dinâmicas produtivas funcionam, como os recursos e espaços são geridos e acessados, como as pessoas interagem e criam relações. Análises essas que não podem ser desvinculadas de considerações sobre as dinâmicas do capitalismo contemporâneo. É importante enfatizar que não estou preocupado com o trabalho em si, mas na forma como ele se organiza nos espaços ditos compartilhados. Diante disso é importante esclarecer duas questões.

<sup>3</sup> A pesquisa, realizada pelo site Ekonomio em parceria com B4i e Coworking Brasil, está disponível em: <http://ekonomio.com.br/pesquisas/censo-coworking-brasil-2015/>. Acesso em 10 ago. 2015.

<sup>4</sup> Esses números indicam um crescimento exponencial, que não se resume ao Brasil. Pesquisa realizada pelo Desmag, jornal online especializado em coworking, indica a existência de mais de 6 mil espaços dessa natureza no mundo, sendo que em 2013 o número estava em torno de 3.500. Informações disponíveis na pesquisa citada na nota anterior.

Primeiro sobre o interesse deste artigo. Focando na maneira como a experiência de trabalho acontece, estou interessado em refletir sobre os processos de construção dos “vínculos sociais”, que entendo com Muniz Sodré (2007) como o que caracteriza o processo da comunicação, que tem relação com a constituição de sujeitos e a produção de modos de vida. Nessa perspectiva, a vinculação social se dá por meio da instauração de um “comum” – não “algo em comum”, nem uma “coisa” ou “substância”, mas uma relação que se constrói, uma espécie de compartilhamento de referências construídas que passam a ser partilhadas. São nesses processos de vinculação que se funda a existência social, uma vez que, conforme defende Sodré (2007, p.21), a partir de Esposito, existimos em relação: “não se parte do ‘eu’ ou do ‘não-eu’, mas do ‘com’ constitutivo”. O sujeito é, assim, o que se configura na relação à medida que se vincula; ele não existe antes, como algum tipo de essência<sup>5</sup>.

A segunda questão que requer esclarecimento é que esses processos de vinculação social se dão em uma dinâmica de afetação entre pessoas e coisas, que acontecem em relação com lugares, discursos, práticas, instituições, objetos, nos quais nossa existência no mundo é organizada. Esses processos de vinculação, ao produzirem as realidades – sociais, econômicas, políticas – nas quais os sujeitos são constituídos ao mesmo tempo em que constroem realidades, parecem-me funcionar como “redes sociotécnicas”, que com Bruno Latour podem ser entendidas como séries heterogêneas compostas de elementos humanos e não-humanos conectados e que se afetam mutuamente (LATOURE, 2012). Assim, é fundamental considerar essa “dimensão sociotécnica” do fenômeno uma vez que, no caso do compartilhamento de espaços de trabalho, essas experiências acontecem em relação com lugares, discursos, práticas, procedimentos, instituições, aplicativos, computadores, celulares, que

---

<sup>5</sup> Vale notar que essa compreensão de sujeito é análoga a defendida por Michel Foucault (2010), que não entende o sujeito como algum tipo de essência já existente, mas como forma variável que está sempre se constituindo. Além disso, também é possível entender os processos de vinculação social, conforme apresentados por Sodré (2007), de maneira correlata aos “processos de produção social de subjetividade” apresentados por Deleuze e Guattari, que dizem respeito a lógicas de funcionamento que produzem realidades nas quais vivem as pessoas e que exprimem crenças, valores, desejos, organizadas de maneira transversal a diversos campos, como o econômico, o político e a vida pessoal (GUATTARI, 1992). Aponto essas convergências no intuito facilitar a compreensão do interesse deste estudo, evidenciando a perspectiva teórica com a qual estou trabalhando.

organizam nossa existência no mundo ao mesmo tempo em que são configurados pelos usos que imprimimos; fazendo com que tais “coisas” não sejam meros “instrumentos” que ganham sentido pela ação humana, mas que também contribuem para a existência de determinadas relações.

Levando em consideração essas duas questões e o meu interesse, trabalho inspirado no “método da cartografia” (PASSOS; KASTRUP; ESCOSSIA, 2009), sistematizado a partir do pensamento de Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995). A partir da inspiração nessa “maneira de fazer”, encaro o fenômeno como conjuntos de relações instáveis entre elementos heterogêneos. Tal consideração implica em focar no acompanhamento e na descrição dos arranjos que se observa, buscando conectar as várias dimensões (técnicas, humanas, sociais) que estão em jogo para a existência do fenômeno. A função do pesquisador, nessa perspectiva, não é dizer o que o fenômeno é, mas evidenciar as dinâmicas em funcionamento para sua existência.

Diante do objeto, do foco de interesse e da inspiração metodológica deste artigo, o problema ao qual me dedico é: de que tratam e como ocorrem os processos de vinculação social presentes em tais formas de organização produtiva? No intuito de facilitar a exposição, reflito sobre os espaços de trabalho compartilhados a partir de três modelos: os que estou chamando de “centralizados”, as chamadas “casas abertas” e os “makerspaces”.

## **Os modelos**

O modelo mais comum para compartilhamento de espaços de trabalho é o que funciona de maneira centralizada: um proprietário, ou um grupo de sócios, oferece um espaço equipado com as necessidades de um escritório (mesas de trabalho, salas de reunião, telefone, acesso à internet, gerenciamento de correspondências, central de recados, espaço para eventos) e os profissionais interessados pagam por mês para utilizarem todos ou alguns dos serviços (existem vários planos), seja a partir de uma sala privada ou de uma estação de trabalho em um grande salão com outras pessoas. Vale lembrar que mesmo nesses modelos que estou considerando como centralizados



há, por parte dos que oferecem o serviço, o interesse em criar e manter estratégias de integração entre os profissionais que lá estão. Para isso, esses espaços costumam oferecer cursos e palestras regularmente e muitos possuem serviços de bares, refeitórios, cafeterias, piscinas e outros espaços que possam contribuir com a integração entre os membros, na tentativa de investir em uma forma de vinculação entre os integrantes diferente da que se teria em uma empresa tradicional.

Esse formato centralizado de coworking<sup>6</sup>, gerenciado por uma pessoa ou equipe a quem se pode recorrer no caso de algum problema e que busca oferecer soluções rápidas e praticidade para as relações de trabalho, parece configurar um modelo de negócios rentável aos sócios/proprietários em consonância com as dinâmicas de trabalho do capitalismo contemporâneo, que pode ser caracterizado, dentre outras formas, por certa flexibilidade, instabilidade, rapidez e fragmentação, conforme estudou Sennett (2012). O sociólogo acredita ainda que essa dinâmica do capitalismo enfraquece os laços sociais duradouros, compromete a vida familiar e acaba com os planos e projetos de longo prazo (SENNETT, 2012). Embora eu concorde com a caracterização do capitalismo feita por Richard Sennett, se levarmos em consideração o funcionamento de espaços de trabalho compartilhados um questionamento parece pertinente.

Assumindo que as formas de trabalho contemporâneas são marcadas pelo enfraquecimento dos laços duradouros e da contiguidade espacial, nessas experiências de trabalho compartilhado, ainda que não duradouros, poderíamos nos perguntar em que consistem e como se estruturam esses laços que emergem dessa condição laboral, tendo em vista que se tem como meta a promoção da integração entre os membros e a criação de outras dinâmicas de produção. Essa questão dos “laços” lembra o trabalho de Fabien Granjon (2001), que a partir de experiências de ação política na internet observa formas de participação mais flexíveis, caracterizadas por “laços frouxos”, sem “vínculos rígidos”, mas que “carregam” uma “potência”, isto é, eles podem ser “fortes”, dentro do que se propõem, embora “temporários”. Será que ao invés de

---

<sup>6</sup> Neste site há uma lista de diversos espaços como esses no Brasil: <http://coworkingbrasil.org/brasil/>. Acesso em: 14 ago. 2015.

tentar mudar o ambiente de trabalho e assumir sua condição fragmentada, “corrida”, instável e buscar inventar experiências que mesmo nesse ambiente se aproximem de algo que, na ausência de uma expressão melhor, vou chamar de “bem estar”, não seria possível promover outros tipos de vinculação social?<sup>7</sup>

Por exemplo, o espaço de coworking Casa de Viver<sup>8</sup>, que funciona em São Paulo, reúne as características de um espaço de trabalho compartilhado, conforme descrevi, com a possibilidade de se trabalhar perto dos filhos. Enquanto você participa de uma reunião ou está escrevendo algo no computador, seu filho está em outro andar com educadores. Caso você queira ver seu filho “no meio do expediente” é só ir para outro espaço da casa, próprio para as crianças estarem com os pais, seja para brincar ou trabalhar. Há ainda espaços para atendimento de saúde e cozinhar, seja junto com outros pais, sozinho ou mesmo comprar comida.

Espaços como a Casa de Viver parecem criar experiências curiosas entre pais, funcionários e filhos, que acontecem em um determinado espaço físico com objetos, de computadores a brinquedos, configurando o cenário da experiência. É um ambiente no qual a função de mãe/pai parece coexistir com a de profissional. É como se houvesse uma confusão, ou junção, entre experiências características da vida privada (família) com a vida pública (profissional).

Além dos modelos de espaços de trabalho compartilhados que estou chamando de “centralizados”, há outros que surgem na tentativa de investir em outro paradigma econômico e produtivo. Oswaldo Oliveira, economista que trabalhou 15 anos no mercado financeiro, estava interessado em testar uma ideia: “ao contrário do que entende a tradição econômica, o que existe é abundância de recursos, não escassez, tudo depende da maneira como os recursos são geridos e as pessoas interagem”. Para ele, o padrão organizativo mais distribuído e menos centralizado geraria essa

---

<sup>7</sup> É importante perceber nesse cenário, por outro lado, uma espécie de “precarização” que parece ser naturalizada, na qual a precarização aparece como fonte de sujeição e exploração. Talvez, ao mesmo tempo em que a “naturalização” dessas formas de trabalho pode levar a uma espécie de “exploração”, pode também produzir outro tipo de experiência, como a colaboração e a aproximação entre as pessoas.

<sup>8</sup> Site do espaço: <http://www.casadeviver.com.br/>. Embora esse não seja um modelo necessariamente novo, é interessante notar o aumento de espaços dessa natureza nos últimos anos. Esta notícia cita outros exemplos: <http://ekonomio.com.br/coworking-maes-filhos/>. Acesso em 14 ago. 2015.

abundância<sup>9</sup>. Diante disso, ele decidiu fazer um experimento. Em maio de 2013, alugou a parte de cima de um sobrado (com 30 metros quadrados) na Rua Madalena, 80, no bairro de Vila Madalena, em São Paulo. O espaço possuía banheiros, cozinha e espaços parecidos com escritórios. O economista tirou cópias das chaves e distribuiu entre conhecidos, que por sua vez poderiam deixar que outros também fizessem suas cópias. Cada uma dessas pessoas poderia usar o espaço para fazer o que quisesse: trabalhar, cozinhar, encontrar os amigos. Não havia nenhum líder, coordenador ou cargos para organizar a dinâmica na casa, só existia uma regra: nenhuma ação realizada poderia comprometer a existência da casa. As atividades eram organizadas em uma planilha pública no grupo do Facebook da casa, cada pessoa escrevia o espaço que usaria e quando, para que não houvesse conflito.

Para pagar o aluguel e as contas do espaço, Oswaldo Oliveira, vendo-se no papel de iniciador do processo, tomou as contas para si, inicialmente, e colocou, em uma planilha pública, também no grupo do Facebook da casa, a especificação de todas as despesas necessárias para bancar o espaço e cada pessoa contribuiria com a quantia que quisesse, mas ninguém era obrigado. Ao todo, era necessário cerca de 6 mil reais para pagar todas as despesas. Embora a arrecadação estivesse, paulatinamente, aumentando, sete meses depois a experiência da Madalena80 (como ficou conhecido o espaço) teve que acabar. O grande número<sup>10</sup> de pessoas circulando na parte de cima do sobrado a qualquer hora do dia ou da noite, em um bairro residencial, deixou o proprietário do imóvel preocupado com possíveis danos patrimoniais, roubos, acidentes e ele pediu o espaço de volta.

Durante um mês, o experimento ficou sem sede, até que, em janeiro de 2014, conseguiram alugar uma casa maior, com jardim, copa, salão e outras áreas de convivência, totalizando 300 metros quadrados, também na Vila Madalena, mas agora na Rua “Laboriosa, 89”, como passou a ser conhecida a “nova casa”. O economista pagou um ano de aluguel adiantado e a arrecadação continuou voluntária com os

<sup>9</sup> Ele fala sobre essa experiência neste vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=zhqjrikkr74>. Acesso em 15 de ago. de 2015.

<sup>10</sup> Neste momento, eram cerca de 1500 pessoas circulando na casa, de acordo com Oswaldo Oliveira, que se baseia no número de usuários do grupo do Facebook.

custos abertos, como antes, não estando vinculado o uso a contribuição. Mas agora, as contribuições podem ser feitas de várias formas: dinheiro depositado em uma caixa de acrílico localizada ao lado da porta de entrada, como antes, e doações mensais feitas por meio do cartão de crédito ou boleto bancário.

O custo mensal da Laboriosa89 também cresceu (totalizava mais de 20 mil reais) e também o número de usuários: o grupo do Facebook possui mais de sete mil membros. O funcionamento continua o mesmo, só aumentou o número de empreendedores individuais, projetos e empresas<sup>11</sup> de áreas que vão desde culinária a consultorias, que utilizam o espaço baseados na auto-organização para fazer reuniões, ministrar oficinas, dar aulas de yoga, entre outras atividades.

A porta da Laboriosa89 fica a maior parte do tempo aberta e a chave sempre ao lado dela, juntamente com os cartões de vários chaveiros da região para quem quiser copiar. Qualquer pessoa pode chegar e fazer o que quiser, desde que respeite a regra única de “não colocar a casa em risco”. Quando Oswaldo me contou essa experiência, durante entrevista, achei bastante estranho, mas foi o que pude constatar na primeira vez que visitei a iniciativa: entrei, andei por todo o espaço, sentei e usei meu computador para acessar a internet – a senha estava colada na parede. Algumas pessoas entravam e me cumprimentavam com um sorriso simpático, mesmo eu nunca tendo estado naquele espaço ou as visto antes. Depois de um tempo, encontrei uma mulher que, a meu pedido, me apresentou o espaço por ser minha primeira visita.

Oswaldo, assim como nenhuma das outras pessoas na Laboriosa89, obtém ou pretende conseguir algum tipo de ganho financeiro com essa experiência, parecem buscar a existência de um espaço sem regras fixas e papéis predeterminados, baseado na confiança, no respeito ao outro e na emergência de um modelo organizativo apoiado em uma espécie de “cultura do acesso”. Refiro-me a “cultura do acesso” pensando no fato de que parece existir, em algumas áreas, uma espécie de priorização do acesso em detrimento da propriedade, conforme defende Jeremy Rifkin (2001) em

---

<sup>11</sup> Algumas das organizações e projetos que funcionam na Laboriosa89:  
<http://www.laboriosa89.com/projetos/>. Acesso em 26 mar. 2015.

sua ideia de “era do acesso”<sup>12</sup> e aparece em muitas experiências da chamada economia colaborativa<sup>13</sup>. Parece uma tentativa de trazer as facilidades de produção e circulação de conteúdos existentes na internet para o mundo físico.

Nesse sentido vale retomar a ideia de Oswaldo que o impulsionou a criar esse experimento: “o que existe é abundância de recursos, não escassez”. Conforme defende o economista britânico Lionel Robbins (1945), em uma das primeiras definições contemporâneas de economia e por muitos ainda a mais aceita, esta ciência teria como característica o estudo das ações humanas resultantes da relação entre as ilimitadas necessidades humanas e os recursos escassos. Assim, a relação entre “desejos ilimitados” e “recursos limitados” está na base da economia. No entanto, isso talvez esteja mudando. Se tomarmos como referência o consumo de audiovisual, música e textos por meio de plataformas digitais, por exemplo, o que parece existir é abundância, não escassez, tendo em vista que o acesso de alguém a uma música não inviabiliza o acesso de outra ao mesmo produto digital. Porém, conforme defende Rifkin (2012), esse fenômeno já muito conhecido está atingindo o “mundo material”, estamos passando dos “bits aos átomos” devido a outros paradigmas de produção e consumo que estão emergindo. Isso é visível no campo energético, no qual “pessoas comuns” estão não apenas consumindo energia de grandes empresas, mas também produzindo e distribuindo a partir de suas casas. Passar da abundância a escassez não significa a desmaterialização de um objeto físico, mas alterações nos modelos de gestão e produção, tal como se observa na Laboriosa89<sup>14</sup>.

Voltando à Laboriosa89, é importante notar que funcionar de acordo com outras premissas não significa inexistência de conflitos. Conforme relatou Oswaldo, “a abundância resolve o problema da escassez, mas gera o problema da abundância”;

<sup>12</sup> Diz respeito a um momento no qual a utilização do bem, o que ele proporciona, é mais importante do que a propriedade sobre ele. É importante salientar que falar em “era do acesso” não significa considerar o surgimento de uma nova sociedade ou de relações que nunca existiram, mas sim que atualmente temos um ambiente que favorece essa forma de se relacionar com bens e serviços.

<sup>13</sup> Em Costa (2014) discuto a ideia de “consumo colaborativo” e apresento várias experiências que caracterizam a chamada “economia colaborativa”.

<sup>14</sup> Outro exemplo que ilustra isso é chamada Oca Gastronômica, na qual o tempo ocioso das cozinhas de restaurantes podem funcionar como salas de aula para estudantes de gastronomia. Mais informações em: <http://ekonomio.com.br/oca-gastronomica/>. Acesso em 14 ago. 2015.



pois em uma organização sem cargos e líderes, na qual cada um faz o que quiser tendo como único filtro para suas ações seu bom senso, é lógico que surgirão vários conflitos, como duas pessoas querendo usar o mesmo espaço simultaneamente. Em situações como essa, relatou Oswaldo, a tendência das pessoas é “voltar à escassez e a centralização”: muitos recorriam a ele, zangados, para pedir que resolvesse um problema, mas o economista sempre respondia algo como: sou apenas o iniciador do processo, resolvam-se entre si.

Iniciativas como a Laboriosa<sup>89</sup> permitem a experimentação de processos de vinculação pouco usuais, especialmente entre desconhecidos: acordos não formais, confiar em estranhos, uso compartilhado de espaços e objetos, ausência de regulação externa. Tais experiências talvez “convidem” os que nela estão a existir ou funcionar de outra maneira, conforme lembrou Oswaldo: “quando você não tem a proteção de um cargo, nem está inserido em uma hierarquia, você passa a ser somente você e a oferecer tudo o que sabe fazer” (JORGE, 2014).

Outro modelo de experiência de trabalho compartilhado são os espaços conhecidos como “Makerspace” ou “Fab Lab”: ambientes que funcionam como uma oficina na qual os membros têm acesso a materiais e ferramentas necessárias para a criação de objetos. Em geral, esses espaços possuem cortadores a laser, impressoras 3D, laboratórios de eletrônica, oficina mecânica e dependências para se trabalhar com metal, madeira, têxteis, entre outros recursos.<sup>15</sup> Esses espaços possibilitam a pessoas interessadas em inventar objetos, mas que não têm condições financeiras para pagar por essa estrutura ou espaço para armazenar máquinas grandes, terem acesso às condições de produção. Tais ambientes também permitem e estimulam a interação entre “profissionais” e “amadores” para que possam criar juntos. O modo de funcionamento desses espaços é variado, há os que funcionam a partir do pagamento de uma mensalidade prévia (como nos espaços de coworking centralizados) e outros que funcionam de maneira semelhante a Laboriosa<sup>89</sup>.

---

<sup>15</sup> Neste site é possível encontrar exemplos de espaços como esses no Brasil: <http://blog.fazedores.com/cadastro-maker/>. Acesso em 14 ago. 2015.

Tais espaços de “fazedores”, como são conhecidas as pessoas envolvidas nesse modelo de produção, devem ser vistos como parte de um contexto maior, o chamado “movimento maker”, uma espécie de “braço tecnológico da cultura do Faça-Você-Mesmo”. Chris Anderson (2012b) defende que estamos começando uma nova revolução industrial, com uma diferença: agora as máquinas não vêm para ampliar a produção em massa, mas para transferir a possibilidade de criar e produzir para “pessoas comuns”, fora de grandes empresas proprietárias dos meios de produção. Diante do barateamento e da popularização crescente de diversas tecnologias, como cortadores a laser e impressoras 3D (que há cerca de dez anos custavam em torno de um milhão de dólares e hoje é possível adquirir uma por dois mil), é que Anderson (2012b) defende que essas possibilidades de produção devem se espalhar a exemplo do que aconteceu com o computador pessoal nos anos 1980. Anderson lembra ainda que no início da computação pessoal apenas os interessados em tecnologia tinham um computador em casa e hoje ninguém concebe a vida sem um; assim como no início dos anos 1990 não estava claro para que serviria a internet, no entanto, atualmente boa parte das experiências sociais se baseiam nela (ANDERSON, 2012a). Para ele, assim também será com objetos como impressoras 3D. Igualmente como aconteceu com os computadores pessoais, essas impressoras estão cada vez mais fáceis de manejar, tornando possível que crianças possam desenhar seus próprios brinquedos no computador e imprimi-los em casa (ANDERSON, 2012a).

Essas possibilidades criam outras dinâmicas produtivas, por exemplo: a empresa que criou os famosos “Legos” não produz armas de brinquedos, mas um colecionador resolveu criar e imprimir armas para seus bonecos de Lego em sua impressora 3D. A ideia deu certo, ele criou uma empresa, a BrickArms, e hoje vende essas peças para vários países (ANDERSON, 2012a). Além disso, já se fala na possibilidade das empresas não entregarem fisicamente seus produtos, mas enviarem para que as pessoas imprimam em casa (ANDERSON, 2012a).

A existência dos espaços makers, os inúmeros produtos que estão sendo inventados neles<sup>16</sup> e os empreendedores que têm investido nesses modelos de produção<sup>17</sup> são fatores que talvez sugiram de fato um tipo de tendência, conforme defendem Anderson (2012b) e Rifkin (2012).

É importante lembrar que não só a possibilidade de produzir se amplia, mas também as maneiras de buscar financiamento. O site *Quirky*<sup>18</sup>, por exemplo, funciona assim: qualquer pessoa com a ideia de um novo produto pode submetê-la no site, que realiza votações semanais entre os membros para escolher as duas melhores ideias. As propostas escolhidas serão elaboradas pelos profissionais do *Quirky* (em sua maioria engenheiros e designers) e divulgadas no site. Assim que o produto tiver um número determinado de pessoas interessadas ele será produzido, com os lucros divididos entre o produtor e quem deu a ideia. Parece existir aí um tipo curioso de vinculação entre inventor, produtor, consumidor e financiador.

### Últimas considerações

Devido aos limites do artigo não pude abordar outros exemplos em cada um dos modelos que adotei para pensar os espaços de trabalho compartilhados. A forma como procedi, não adotando nenhum exemplo específico no primeiro e no último modelos e tratando de uma experiência particular no segundo foi a opção que me pareceu mais adequada no intuito de exemplificar e refletir sobre a pergunta que move este artigo.

Conforme indiquei na introdução, os processos de vinculação social dizem respeito a constituição de sujeitos. Diante disso, e evidenciando a primeira parte da questão que moveu este trabalho, como são configurados os sujeitos nessas formas de organização produtiva? Uma maneira que parece pertinente para visualizarmos esses processos é tomarmos como exemplo algumas das diferenças que Rifkin (2012)

<sup>16</sup> Guitarras, carros, drones, robôs, bengalas eletrônicas de baixo custo, entre outros.

<sup>17</sup> O próprio Chris Anderson é um exemplo de profissional que largou o antigo emprego (editor-chefe da revista *Wired*) para se dedicar a uma empresa fundada por ele para fabricar drones – a 3D Robotics.

<sup>18</sup> Empresa criada em 2008: <https://www.quirky.com>. Acesso em 14 ago. 2015.

aponta entre as três revoluções industriais. A primeira teria sido caracterizada pelas máquinas a vapor, pela imprensa e por modelos produtivos centralizados; a segunda por máquinas elétricas, broadcasting e também modelos centralizados; enquanto a terceira, na qual esses espaços parecem funcionar, teria como marca a internet, a colaboração e a descentralização da produção, na qual “todos” são potenciais produtores – conforme é possível notar nos espaços “makers”.

Cada uma dessas revoluções industriais pode funcionar como uma figura dos processos de vinculação. Tais processos ocorrem, aqui enfatizo a segunda parte da pergunta que orientou este trabalho, nesses arranjos entre configurações físicas, espaciais, máquinas, desejos, que funcionam produzindo diferentes experiências de vinculação e, conseqüentemente, de constituição de sujeitos, em cada momento.

São sujeitos que parecem atuar em um ambiente semelhante ao que Deleuze (2010) chamou de “sociedade de controle”, na qual nunca se para de trabalhar e nunca se termina nada. Os espaços de coworking que funcionam 24h e a junção entre as vidas pessoal e profissional ilustram isso, moldando a forma como se vive, alterando as relações com o espaço, o tempo, a família, o lazer, o trabalho e a visão de mundo.

Por outro lado, essas experiências de trabalho compartilhado, ao organizarem espaços físicos que estimulam a aproximação entre os sujeitos, especialmente as “casas abertas”, mas não só, podem, talvez, também indicar possíveis “linhas de fuga” (DELEUZE; GUATTARI, 1995) nesse cenário de controle. Enquanto as experiências de trabalho “convencionais” são majoritariamente marcadas por comportamentos do tipo “nós-contra-eles” e pelo isolamento, tais espaços talvez criem possíveis “fissuras”, ao manter a produção, mas de outra forma.

A busca por trabalho com propósito, ligada ao empreendedorismo presente em muitas das pessoas que trabalham nesses espaços compartilhados, talvez seja outro indício de fissura. Ao mesmo tempo, esse ambiente empreendedor é marcado por certa instabilidade advinda dos contratos temporários e, algumas vezes, informais. Diante disso, para experimentar essas condições de trabalho talvez seja necessário segurança financeira que, em muitos casos, parece vir de famílias com situações financeiras que permitem a esses sujeitos experimentarem tais modelos de trabalho.

Em julho de 2015, a Laboriosa89 fechou as portas e em agosto do mesmo ano outra casa semelhante, no Rio de Janeiro, teve que mudar seu modo de funcionamento. Não abordei o fim dessas iniciativas e os processos que conduziram a isso, mais um vez, por falta de espaço. Contudo, não acredito que o fim dessas experiências diminua a relevância do fenômeno. Ao observar esses espaços, é curioso notar como as pessoas mais envolvidas tentam garantir a existência das casas o máximo possível, porém, se chegar um momento em que não for mais possível, tudo bem, não parece ser algo terrível. Eles parecem partir do pressuposto de que outras casas surgirão e também podem desaparecer. Talvez uma das potencialidades dessa experiência de convivência esteja no não apego a sua perpetuação. Tal perspectiva lembra-me o que ficou conhecido como “Jornadas de Junho”, quando se observou certa “sensação de liberdade de expressão” e “desejo de mudança”, ainda que de maneira pontual, talvez até inocente, e sem projeto de longo prazo. As pessoas envolvidas nessas casas têm um “incômodo”, assim como, suponho, as que foram às ruas em junho de 2013, e criticam, constroem algo (digo isso entendendo que as manifestações em si foram algo), mas não buscam “chegar a um lugar específico”, talvez pelo fato de não saberem que lugar é esse. A potência dessas experiências pode ser que esteja, exatamente, na expressão de valores que manifestam relações diferentes das que estamos acostumados e que ainda não sabemos como mantê-las no espaço e no tempo e, caso tentássemos, poderíamos cair nos modelos dos quais tentamos sair. Assim, são sujeitos que parecem aceitar a inconstância e a permanente diferenciação da vida.

### **Referências bibliográficas**

ANDERSON, Chris. [Entrevista]. Dá para ter uma fábrica em sua casa, diz guru americano. Entrevista concedida a Michael Appleton/The New York Times/Latinstock. In: *Revista Exame*. 01 de dez. de 2012a.

\_\_\_\_\_. *Makers: a nova revolução industrial*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012b.

COSTA, Ramon Bezerra. Comunicação, Colaboração e Consumo: notas sobre a construção de vínculos sociais. In: *Revista E-Com*. Belo Horizonte, v. 7, n. 2, 2014.



DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Vol. 1. Rio de Janeiro: Ed 34, 1995.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. São Paulo: Editora 34, 2010.

FOUCAULT, Michel. A Ética do cuidado de si com prática da liberdade. In: \_\_\_\_\_. *Ética, sexualidade, política*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, Coleção Ditos e Escritos V, 2010.

GRANJON, Fabien. *L'internet militant*. Paris: Apogée, 2001.

GUATTARI, Félix. *Caosmose: um novo paradigma estético*. Rio de Janeiro, RJ: Editora 34, 1992.

JORGE, Regina. Lab89: um modelo de gestão quase comunista para gerir o nascimento do moderno capitalismo brasileiro. In: *Projeto Draft*. 7 de out. de 2014.

LATOUR, Bruno. *Reagregando o Social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede*. Salvador: EDUFBA, 2012.

PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; ESCOSSIA, Liliana (org.). *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIFKIN, Jeremy. *A era do acesso*. São Paulo: Makron Books, 2001.

\_\_\_\_\_. *A Terceira Revolução Industrial: como o poder lateral está transformando a energia, a economia e o mundo*. São Paulo: Makron Books, 2012.

ROBBINS, Lionel. *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*. London: Macmillan, 1945.

SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2012.

SODRÉ, Muniz. Sobre a episteme comunicacional. In: *Revista Matrizes*, nº 1, p. 15-26, out. 2007.

## **Verdades, liberdades de expressão e intolerâncias na pós-modernidade<sup>1</sup>**

Roberta Simon<sup>2</sup>

### **Resumo**

Buscamos refletir neste artigo sobre práticas de comunicação e comportamento a partir das ideias de verdade, liberdade de expressão e intolerância como partes dos jogos agonísticos da linguagem e das mudanças ocorridas nas sociedades informatizadas e pós-modernas, principalmente à luz de Jean François Lyotard, Lipovetsky, Habermas e Baudrillard. Considerando a importância dada ao desempenho e performance da argumentação e contra uma verdade absoluta, o objeto de estudo desse artigo é o saber e as práticas de comunicação em um mundo paradoxal e inquietante. A crise da verdade única dos grandes relatos conduz para uma produção de narrativas baseadas em experiências do cotidiano; valorização dos acontecimentos banais de “gente comum”; superexposição hedonista pelo prazer narcísico; na busca pelo sucesso, felicidade e realização pessoal; e exaltação descomedida e intolerante de ideias e ideais. A liberdade de expressão com relatos dissonantes, plurais, heterogêneos e a possibilidade de dissenso em espaços públicos contribui, portanto, para inovações na gênese do saber. Um saber que não é único e se revela nas tensões entre estarmos fadados ao espírito do tempo e nossa autonomia e liberdade de expressão. Mas liberdade até que ponto? E que “saber” é esse que estamos produzindo? Ao contrário de ficarmos mais abertos às diferenças, estamos usando das ferramentas libertárias para a produção da cultura do ódio. Em contrapartida, exaltamos uma cultura do amor e do politicamente correto. Mais do que respostas, fechamos este artigo inquietos em buscar compreender estes limites da liberdade de expressão e do comportamento de intolerância.

### **Palavras-chave**

Comunicação; Sociologia da Comunicação; Pós-modernidade; Comportamento.

### **Introdução**

As questões da pós-modernidade passam, segundo Jean François Lyotard (1986), pelas performances que os sujeitos desempenham na vida em sociedade. Para ele, essa sociedade é pós-industrial, informatizada e recebe os reflexos do progresso científico: o fim da credibilidade dos grandes relatos da modernidade e a mercantilização do saber e de sua produção. Para um mundo mais justo, ele sugere focarmos no princípio da contradição, da paralogia e do dissenso. Estas são características do jogo agonístico da linguagem. Trata-se da capacidade comunicativa de jogar o

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-RS.

jogo e entrar na disputa com mais sensibilidade às diferenças. Considerando tal relevância ao desempenho do sujeito e contra uma verdade absoluta, refletimos sobre esse saber que é produzido na pós-modernidade a partir de exemplos de alguns acontecimentos contemporâneos que nos permitem analisá-los enquanto práticas de comunicação e comportamento social, como a interculturalidade, o caso do Big Brother Brasil, do ataque ao Charlie Hebdo, a polêmica com Ed Motta, as repercussões distorcidas das campanhas do Sonho de Valsa e do Humaniza Rede, e outros.

### **O jogo agonístico da linguagem na pós-modernidade**

Para Lyotard (1986), a pragmática da ciência é um modelo de “sistema aberto”, disposto às novidades, à geração de ideias, à produção de novos enunciados e regras de jogo. Ao invalidar a ideia de verdade única, a pragmática da ciência pós-moderna contrapõe tanto os grandes relatos da modernidade, quanto, de certa forma, o discurso do agir comunicacional de Habermas (2003). Para este, o poder da liberdade de expressão idealiza uma democracia ampla e livre, em que tudo o que é dito torna-se verdade e periga cair no relativismo. Qual o discurso que tem mais força de impacto, mais “importância”? Seria a potência argumentativa, ou a notoriedade do autor, ou suas performances e posições de poder no jogo da linguagem que fazem uma ideia se destacar?

Para Habermas (2003), o poder está na palavra. Temos que aceitar o argumento do Outro enquanto produto de uma racionalidade crítica e argumentativa de lógica particular. Na esfera pública, a liberdade de comunicação permite uma abertura para tomadas de posição e de opinião. Por exemplo, os debates interculturais entre um estrangeiro proveniente de uma cultura ocidental e um muçulmano africano, tornam mais evidentes as diferenças quanto às diferenças nas noções de respeito à palavra. É preciso uma abertura para o não julgamento antropocêntrico das verdades do Outro, pois as bases e os valores culturais não são os mesmos. Isso vale para as reflexões sobre poligamia, as práticas tradicionais, mesmo envolvendo sacrifício de animais, as escoriações faciais, os rituais de iniciação e a força hierárquica das relações institucionais (familiares, escolares, laborais). Os debates interculturais que não buscam o convencimento do outro, porém encontram-se baseados em ideias e na autonomia e trocas de argumentos é que fazem do jogo agonístico e da coexistência de mundos distintos, uma condição pós-moderna de ser-um-com-o-outro.

Contudo, o poder da palavra só ganha sentido, segundo Baudrillard (2003), se for pronunciado em alguma mídia, ou em algum lugar legitimado. A verdade se legitima naquilo que se diz em tempo real ou se é registrado por algum meio. Para ele, há um grave problema dessa era em

que a verdade perdeu lugar para a verossimilhança. Se “tendo dito”, vira “verdade”, então o “real” parece mais real do que o real, o que Baudrillard chama de hiperreal.

E se a informação não remetesse nem ao acontecimento, nem aos fatos, mas à promoção da própria informação como acontecimento? E mais precisamente hoje: e se a televisão não remetesse a mais nada, a não ser a si mesma como mensagem? (BAUDRILLARD, 1997, p. 159).

A metalinguagem pode gerar um desconforto no espectador, o qual passa a dar menos crédito aos enunciados midiáticos e aos relatos proferidos por Outros. O que a mídia e o Outro fazem, torna-se, portanto, possível de desconfiança. Como podemos acreditar no que é produzido e no que falam por aí? A dimensão do “ver para crer” ganha novos traços e perspectivas, pois cada vez mais se produzem imagens-testemunho, imagens-indiciais: “eu estava lá”, “olhem isso aqui”, “eu participei”, “isso aconteceu de verdade”, “olhem como foi o evento”. Os sujeitos da sociedade querem produzir por suas próprias mãos, ter o controle e a segurança do que se faz ou deixa de se fazer. Os mistérios das magias da comunicação foram reveladas pelos próprios meios de comunicação e pela difusão tecnológica, democratizando o saber dos processos de comunicação. Quem, hoje em dia, acredita nas peles lisinhas das garotas de capas de revista e nas curvas perfeitas das coelhinhas da Playboy?

Ter conhecimentos sobre a nova tecnologia contribuiu para que houvesse essa maior desconfiança do leitor em geral. Sabemos da facilidade em colocar os filtros e alterarmos as cores das fotografias nos aplicativos dos celulares-câmeras-faz-tudo. Uma crise na “verdade” e na credibilidade fotográfica se dilatou. Logo, as pessoas começaram a produzir elas mesmas seus relatos visuais do mundo e com *ahashtag* dizendo “sem filtro”, a imagem ganhava um selo de autenticidade, um tipo de certificado de verossimilhança mais próxima ao real. A crise da verdade, de que trata Lyotard (1986), poderia, até certa medida, ser relacionada à ideia de verossimilhança de Baudrillard (1997). E nessa onda de crises, a tecnologia assume papel importante para conferir certa autonomia e empoderamento do sujeito no *savoir-faire*. Democratiza-se os processos de produção do conhecimento. O “*DIY*” (*do it yourself*) vira quase uma marca e ganha fórmulas ainda mais práticas e efervescentes no design de produto. Desfrutar de autonomia no mundo ocidental é uma virtude que o ser humano honroso deveria buscar. Um dos poderes da tecnologia é justamente essa ilusão de autonomia que o homem sente ao usar de um aparato que lhe auxilia a realizar seus objetivos o mais próximo do planejado. Acreditamos que toda autonomia é sempre limitada, ainda mais considerando a tecnologia uma incrível ferramenta de controle do poder.

Vejamos como exemplo dessa busca por liberdade de ação decorrente da crise da verdade absoluta o caso do Big Brother Brasil. O público espectador adquire uma pluralidade de

possibilidades midiáticas e dispositivos que lhe permite compor uma narrativa mais própria e fiel aos acontecimentos possíveis do que ele crê acontecer. Os eventos na casa são simultâneos, contínuos, e os telespectadores que não aceitam mais apenas assistir às edições produzidas pela televisão, ficam satisfeitos por terem à mão mais controle do que se passa lá dentro “de verdade”. E mesmo conscientes da ficção que é criada a partir do reality show, muitos espectadores simplesmente não se importam e continuam se emocionando com a “novela” da “vida real”. Este fenômeno de busca por controle da vida real, consequente da crise da verdade absoluta provocou uma emprego cada vez maior de pessoas “comuns” nas publicidades e nos programas televisivos. Se não bastasse, as pessoas “comuns” buscam sua autopromoção e, por meio das práticas de *selfie*, tornam-se notícia. Não apenas pelo hedonismo e pelo prazer narcísico do voltar-se para si, como defende Maffesoli (no livro “O Conhecimento Comum”, 2007) e Lipovetsky (2004a; 2004b), mas, como tratamos até então, acreditamos que tais consequências se devem a uma “crise da legitimidade dos grandes relatos” (LYOTARD, 1986).

Não podemos mais nos apoiar na dialética do espírito hegeliana e em suas narrativas especulativas, nem mesmo nos enunciados de emancipação da humanidade habermasiana, principalmente para validarmos o discurso científico pós-moderno. Perderam forças os olhares modernistas sobre as verdades absolutas do universo, como proferiam livros de revelação teológica, as ideologias iluministas e marxistas totalitárias. No cenário contemporâneo pós-industrial, as verdades absolutas estão em declínio, segundo Lyotard (1986). O pensamento pós-moderno se legitima pela paralogia, ou seja, pelo dissenso de conjuntos de fragmentos de histórias variadas e, muitas vezes, contraditórias sobre um mesmo assunto. Estabelece-se assim a possibilidade de se produzir enunciados heterogêneos e múltiplos.

Cada enunciado entra no jogo da linguagem como um “lance”, um “golpe”, sem a intenção de gerar uma ideia una, universal e única. O modelo de sistema aberto, não estruturante, uma condição da pós-modernidade (LYOTARD, 1986), disposto às novidades, à geração de ideias e permite uma variedade e diversidade de enunciados e novas regras de jogo. Essa possibilidade de produzir e circular o conhecimento faz com que construamos histórias, ao mesmo tempo, particulares e coletivas. Apesar da nossa pretensa ideia de liberdade de expressão, estamos livres para decidir dentre as escolhas que nos são ofertadas. Seguimos o sistema a que pertencemos e só jogamos se estivermos alinhados com as mesmas regras específicas do jogo. Esse instigante paradoxo agonístico serve para todo tipo de prática: a linguagem científica, narrativa e especulativa; as práticas de comunicação em espaços públicos e privados etc. Até que ponto estamos fadados ao sistema e ao espírito do tempo capitalista, ou temos autonomia e liberdade para a produção, disseminação e legitimação do conhecimento?



## **Liberdade de expressão e violências**

Os atores políticos da sociedade contemporânea informatizada, apropriando-se da legitimação da paralogia e da perspectiva de abertura para novas formas pretencionalmente mais democráticas de gerar, circular e convalidar o saber, entram em um jogo de pro-vocações. Pro-vocações no sentido heideggeriano de produção de novos conhecimentos, de trabalho de descobrimento, des-velamento, de fazer emergir, de dar-a-ver, de iluminar o oculto e ir em direção à essência. Nesse processo de produção e busca por conhecimento, novos jogos de linguagem se estabelecem. Há quem se cala e prefere não emitir opiniões, propagar ideias, nem gerar conteúdos novos. Decidem assumir a postura de espectadores e, com todo o direito, fazem-no sem criticar, sabendo e aceitando as condições a que estão submetidos. Optam por não assumir posicionamentos na “esfera pública”, noção discutida por Habermas (2003), pois possuem a liberdade, o direito e a autonomia de não se pronunciarem publicamente. Há quem entre no jogo apenas reproduzindo e repassando os enunciados que são produzidos, seguindo a regra de fazer “lances” (não gerando rupturas) para participar do jogo e manter os vínculos sociais. Há ainda as performances que assumem posturas mais ativas, críticas, reflexivas e entram no jogo agonístico da linguagem.

Para Lyotard (1986), falar é combater,

[...] no sentido de jogar, e que os atos de linguagem provém de uma agonística geral. Isto não significa necessariamente que se joga para ganhar. Pode-se inventar um lance pelo prazer de inventá-lo: não é o caso do trabalho de estímulo da língua pela fala popular ou pela literatura [...] [que] proporciona grandes alegrias[?] Mas, sem dúvida, mesmo este prazer não é independente de um sentimento de sucesso (p. 17).

A busca pelo sucesso, pela liberdade, pela felicidade e pela realização pessoal (ANCHIETA, 2014) inserem-se nessa pragmática de esforços por maior operatividade e desempenho. As interações sociais são performances também, que criam seus vínculos sociais, segundo Lyotard (1986), apesar de Baudrillard (2003) acreditar na ideia radical de que não há comunicação, nem negociação nas relações sociais, pois, para ele, cada sujeito permanece no seu próprio espaço e pouco se abre realmente para compreensão do outro. Em contrapartida, Habermas (2003) percebe o espaço público como um fórum de formação da opinião pública e convencimento. Um espaço em que os atores desempenham um papel político, argumentativo, racional, baseado nas relações de poder.

A liberdade de expressão é favorecida pelas interações sociais e pela ação comunicativa. Toda essa autonomia do sujeito é questionada por Lyotard (1986) que a percebe como um critério de razão extremamente tecnológico, racional e de busca pelo desempenho. Um conhecimento que é gerado para ser vendido sob forma capitalista de mercadoria, alimentando a

competição mundial pelo poder. Para o autor, temos, sim, mais acesso à informação, às memórias e aos bancos de dados, mas a um preço a pagar com a dissolução do vínculo social, considerando que a vida é entregue ao sujeito individual e consumidor desse conhecimento. Ele considera que a informatização da sociedade “pode tornar-se o instrumento ‘sonhado’ de controle e de regulamentação do sistema do mercado, abrangendo até o próprio saber, e exclusivamente regido pelo princípio de desempenho” (LYOTARD, 1986, p. 118).

Ter mais acesso à informação e usufruir da falsa liberdade de expressão é um complicador também quando percebemos que as divergências de pensamentos não são toleradas. Como em uma avalanche, uma tolerância pode gerar outra com uma velocidade tão grande, que parece difícil acreditar que cada mensagem tenha sido refletida e ponderada antes de ser emitida. A propagação da avalanche de mensagens – muitas perguntas e respostas, em sequência, e em pouco espaço de tempo – ficam registradas nos espaços virtuais e nas memórias. Como as fotografias: uma vez reveladas, as histórias que elas contam permanecem por muito mais tempo. Com a internet, hoje, as discussões com diferentes posicionamentos e visões de mundo tornam-se aparentes a um número muito maior de pessoas. Imagine juntar o maior número de mensagens denotativas e prescritivas circulando, a maior rapidez com que as interações sociais acontecem, o maior número de pessoas tendo acesso a elas e o aumento das disputas intolerantes de ideias? As consequências podem ser bem desagradáveis. As celebridades que o digam.

Além do recente episódio do cantor e compositor Ed Motta, tantos outros artistas e pessoas “comuns” passaram por esses momentos de impulsividade e foram martirizados nas mídias sociais virtuais por terem se pronunciado de forma inadequada em público. Até que ponto podemos condenar e julgar uma pessoa pela sua liberdade de expressão? Estamos em uma arena de lutas, de disputas, de juízos finais. Ed Motta não deveria ter dito o que disse, todavia existe o contexto e ele nem sempre é levado em consideração. O cantor ia fazer um show e estava simplesmente avisando ao público que não esperassem que ele falasse em português – com todo direito, pois o show não seria em um país lusófono – e que não cantaria a sua famosa música “Manuel”. Ele apenas passou um aviso e foi julgado de pedante, arrogante, dentre outras coisas. Qual foi o problema dele? Ele retrucou cada uma das acusações. Todas. E no mesmo momento em que as perguntas e acusações eram feitas. Ele respondeu com outras intolerâncias, crueldades, estereótipos e se deu mal. Depois ele se justificou nas mídias<sup>3</sup> dizendo que estava sob efeito de remédios fortes, inclusive antidepressivos, que teriam contribuído para que ele perdesse o controle de suas palavras.

---

<sup>3</sup>“Ed Motta pede desculpa após criticar brasileiros: ‘Todo mundo erra’”. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2015/04/ed-motta-pede-desculpa-apos-criticar-brasileiros-todo-mundo-erra.html>. Acesso em: 29 jun 2015.

Sabemos que pessoas não são perfeitas e não é nada fácil superar as pressões e incomodações diárias, ainda mais sendo uma pessoa pública (que dá status de legitimidade de autoria e poder ao argumento). Talvez, ele tenha deixado deslizar a público algo que se fala nos bastidores, mas que, por gentileza e respeito ao outro, não se revela em público. Foi um deslize, des-velador. Quem gostaria de estar fazendo um show de jazz com gente na plateia gritando: “Vai Brasil!” e “Toca Raul”? Por mais engraçado possa ser, Ed Motta tem o direito de dizer que não gosta. Porém ele não tenha escolhido a forma mais cautelosa e politicamente correta.

Uma vez publicado, o enunciado também pode ser alterado e apropriado por terceiros, como exemplo, podemos ver nas edições de conteúdo de matérias online quando elas se tornam arquivos e perdem todas suas configurações iniciais. Mudam as tipologias de fonte, as imagens das matérias desaparecem, os anúncios que figuram ao redor da matéria de arquivo já são outros e os tamanhos dos textos são reduzidos. Há também os “memes”, apropriações de imagens e ideias disseminadas em grande quantidade e rapidez, como um vírus, sobre algum acontecimento, em forma de piada. Em vez de abertura e respeito (inclusive à possibilidade de erro e imperfeição do outro) o que se vê é uma crescente onda de comportamentos exageradamente antiéticos, preconceituosos e racistas de todas formas. Nessa esteira, adentramos no embate entre a liberdade de expressão e a ética dos comportamentos.

Quais os limites para a liberdade de expressão? Quais as formas de violência mais aceitas: verbais ou físicas? Antes, as piadas eram comédia e, hoje, são *bullying*. Os *bullies* não seriam formadores de caráter, de certa forma? E qual o espaço da comédia no mundo hoje? Até um palhaço foi preso em agosto de 2015, em Curitiba, por desacato à autoridade, pois havia feito uma piada com policiais e com o prefeito. A questão talvez seja o peso e o valor que tais práticas jocosas recebem hodiernamente. Apesar de tudo, da tentativa de evitar as violências verbais nas redes sociais, temos ainda as violências físicas. Conseguiremos um dia eliminá-las por completo? São as paixões, no sentido aristotélico de emoções, que movem os homens. As piadas em um jornal não têm problema, porque estão misturadas a outros assuntos, passam pelo filtro moral do jornal e estão contextualizadas. Mas como ficam as publicações satíricas de meios independentes? Os shows de piada (“*stand ups*” and so on) que foram reconfigurados para se adequarem a essas novas regras do jogo? Um jogo em que os participantes não aceitam serem eschachados, humilhados, como afirma Baudrillard, justificando, pelo longo tempo de sofrimento, a revanche por meio de mais violência e humilhação?

Esse confronto só pode ser compreendido à luz da obrigação simbólica. Para compreender o ódio do resto do mundo em relação ao Ocidente, é preciso inverter todas as perspectivas. Não se trata do ódio daqueles de quem tudo se tomou e a quem nada se devolveu, mas do ódio daqueles a quem se deu tudo sem que pudessem retribuir. Não é, portanto, o ódio dos despossuídos e dos explorados, mas o dos humilhados. O terrorismo do 11 de setembro

responde justamente a isso: humilhação contra a humilhação (BAUDRILLARD, 2003, p. 61).

É difícil engolir qualquer tipo de agressão, física, ou verbal. Apesar de todas reflexões sobre o assunto, é complicado aceitar justificativas à violência. Vivemos cada vez mais em um espaço em que o “diferente” está a nossa frente e precisamos lidar com isso. Antes, ele estava na rua apenas, agora ele está dentro de nossas casas, nos nossos celulares, nos lugares de trabalho, não há mais como não vê-lo e não se relacionar com ele. Porém, não deve ser uma tarefa fácil definir quais os “diferentes” que serão salvos no juízo final e quais os que não serão. Os “diferentes” do “respeito às diferenças”, os “diferentes” entre o politicamente “correto” e o “incorreto”, entre o “bem” e o “mal”?

Lipovetsky expõe sobre a cultura pós-moralista que:

[...] basta ver a crueldade, a tortura, a escravidão, a pedofilia, o terrorismo, as violências físicas. Todos esses comportamentos são radicalmente, em massa, rejeitados, até mesmo diabolizados. A ideia do mal não se evaporou na ‘aceitação de tudo’, na ‘grande abertura do espírito democrático’. Continua a existir o absoluto moral. Quem hoje legitima a escravidão e as violências contra as crianças? Ou as excisões sexuais das meninas africanas? Quem justifica a ordem de morte lançada contra Salman Rushdie? Ninguém. Ou quase. É evidente que nem todos os nossos referenciais morais desapareceram. Nossas sociedades não param de reafirmar um núcleo estável de valores partilhados [...] os Direitos do Homem, o respeito às liberdades e à individualidade, a tolerância, o pluralismo (LIPOVETSKY, 2004, p. 34).

O autor faz um diagnóstico imparcial sobre as relações com o diferente, com a mídia e o poder de autonomia e responsabilidade dos espectadores na (re)tomada da consciência moral. Sobre a proximidade com o diferente, Dominique Wolton (2011) declara que “o desafio político da comunicação no século XXI é entender como negociar nossas diferenças, agora que sabemos tudo uns dos outros” (p. 12). Para ele, viveríamos em uma bolha de incomunicação com o diferente, presos em nossas próprias ilhas, as nossas próprias relações e interesses. Bem, e, agarrados aos nossos pressupostos, acredito que somos capazes de tudo. A não-abertura para o Outro, parece ser o imperativo. Ficamos ali seguros dentro de nossa bolha, propagando a incomunicação. Porém, temos ainda o poder da liberdade de expressão. E nessa equação “segurança-trazida-pela-bolha”, mais “liberdade de expressão”, tudo podemos, inclusive expressar nossas maiores intolerâncias. Como brincou um amigo, certa vez: “Contra a intolerância, temos que ser intolerantes”.

A intolerância se manifesta no jogo agonístico em busca de legitimidade pelo exercício da razão e da autonomia emancipadora. Se o que dizemos e como aparecemos é apenas a ponta do iceberg (imagem freudiana para ilustrar a imensa camada invisível do inconsciente) (FISCHER, 2008, p. 16), imagina muitos icebergs tentando entrar em contato e se aproximar para manter uma interação saudável. Seria praticamente impossível que suas bases não se chocassem lá no fundo do oceano. Todo e qualquer ato de intolerância, corrupção, ódio, racismo, xenofobia, sexismo, homofobia, preconceito e discriminação deve ser repudiado. Precisamos considerar que toda



liberdade tem sua responsabilidade. A liberdade de expressão é um direito fundamental, mas não é absoluto, e não pode ser usado para justificar a violência, a difamação e a calúnia. Anular o Outro é uma forma de violência também, mesmo que ele seja e pense de forma tão “diferente” de si.

### **Intolerâncias, a cultura do ódio e a do amor**

E o que dizer do polêmico caso das charges de Charlie Hebdo? Teria a vida de europeus brancos ocidentais, de cultura cristã, islamofóbica e anti-imigrante mais valor e importância do que a dos não-europeus, ou europeus “diferentes” de si, questiona Baudrillard (2003)? Nem a “tolerância” apenas ou o radicalismo do eurocentrismo são benéficos para instaurar valores inclusivos e interculturais, como aponta Boaventura Sousa Santos<sup>4</sup>. Os comentaristas sobre o episódio expressam quais são as fronteiras entre a “liberdade de expressão” com humor e a provocação desrespeitosa ao Outro. “Intelectuais e escritores desempenham um papel nisso”, afirma Shlomo Sand<sup>5</sup>, ratificando a importância legitimadora de quem escreve os enunciados.

A edição de Charlie Hebdo dedicada ao Sarkozy, como talvez todas as outras, possui um tom satírico e humorístico, porém, acima da piada, há um debate de ideias políticas, sem violação, de princípios éticos. Contudo, se uma religião é iconoclasta, principalmente à representação de seu profeta, como ocorre no islamismo, fazê-lo, desrespeitando as regras do jogo das linguagens – verbais e imagéticas – pode não ter sido uma escolha muito apropriada. A França, enquanto nação, para piorar a situação, tem terríveis históricos de desrespeito ao Outro, perdendo sua moral legitimadora. Outrossim, alertas anteriores para que Charlie Hebdodeixasse de publicar conteúdos ofensivos à religião muçulmana, porém não obedeceram e um o atentado em janeiro de 2015, deixou 12 pessoas mortas. Baudrillard (1997, p. 50) afirma que “o exercício do poder sempre implicou o risco de morte. É o preço a pagar para que a vida pública não caia na indiferença total. Mas, no fundo, por que recriminar a atual degenerescência e senilidade da classe política?”. O amor e a fé por uma religião entra, muitas vezes, em um nível de fanatismo difícil de controlar as “paixões”. Por um lado existe a liberdade de expressão e do humor de charges e cartuns, por outro, o controle e limite que o Outro impõe de contato consigo. Além do mais, segundo Lipovetsky (2004a), propagar ódio é uma questão econômica: mídia ganha, empresas ganham, governo ganha. Só o povo que não.

<sup>4</sup>“Charlie Hebdo: uma reflexão difícil”, 14/01/2015. Disponível em: <http://www.publico.pt/mundo/noticia/charlie-hebdo-uma-reflexao-dificil-1681949?page=-1>. Acesso em: 08/06/15.

<sup>5</sup>“Raízes do sangue e do ódio”, por Juremir Machado da Silva, para o Caderno de Sábado (Correio do Povo), dia 31/01/2015. Disponível em: <http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/?p=6922>. Acesso em: 18/06/15.





Figura 1: capa de Charlie Hebdo, número 1012.  
Acesso em: 13/04/2015.

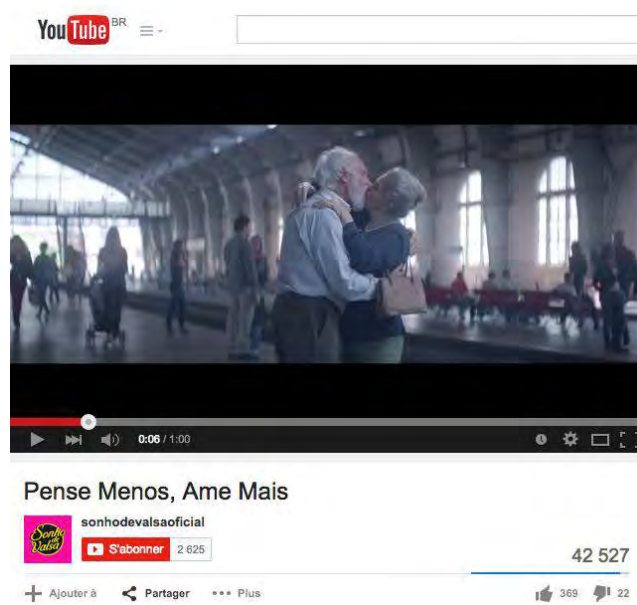


Figura 2: vídeo da campanha “Pense Menos, Ame Mais”, do Sonho de Valsas  
Acesso em: 13/04/2015

“O amor é mais forte que o ódio”, diz uma das capas do Charlie. Amor e ódio parecem andar de mãos dadas. Quantas manifestações de ódio são perpetradas por inúmeras razões frente às declarações de amor? A campanha do Sonho de Valsa<sup>6</sup>, propaga uma imagem relevante para os dias conturbados que vivemos: “Pense menos, ame mais”. Resultado: surgem manchete e comentários nos sites sobre o beijo gay no vídeo, porém o foco da campanha não era esse. Com criatividade,

<sup>6</sup>Site oficial da campanha “Pense menos, ame mais”, da marca Sonho de Valsa. Disponível em: <http://pensem menos amemais.com.br/>. Acesso em: 13 abr 2015. Vídeo no canal oficial da marca no You Tube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HYWyzYJhQyk#action=share>. Acesso em: 13 abr 2015. <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/04/sonho-de-valsa-mostra-beijo-gay-em-comercial-com-casais-apaixonados.html>

imaginação e desvio de contexto da campanha que propaga a cultura do amor<sup>7</sup>, instaura-se a cultura do ódio ao Outro e da intolerância às diferenças. “No começo, as pessoas só querem a revolução; depois, só desejam o espetáculo desta” (BAUDRILLARD, 1997, p. 166). O mesmo desvio espetacular ocorreu na campanha “Humaniza Redes– Pacto Nacional de Enfrentamento às Violações de Direitos Humanos na internet”, de iniciativa governamental<sup>8</sup> e cujo objetivo é frear a cultura de ódio nas redes sociais. Durante um evento, porém, o ódio imperou. Uma parte da plateia não aceitava que todos da mesa de convidados falassem em unanimidade à defesa das diferenças e dos direitos humanos. Quanto paradoxo, desconexão, ruptura e deslocamento com a ideia central do encontro. Até que ponto chegamos?

Na sociedade informatizada e pós-industrial, a condição pós-moderna de deslegitimação dos grandes relatos e das verdades absolutas e a legitimação da comunicação performática e agonística estão produzindo novas formas de jogar o jogo. A liberdade de expressão com relatos dissonantes, plurais, heterogêneos e a possibilidade de dissenso em esferas públicas midiáticas contribui para inovações na gênese do saber. Quais os limites da liberdade de expressão? Que cultura do ódio e do amor são essas que disputam poder nas arenas públicas midiáticas e espetacularizam inúmeras cenas do cotidiano que mais parecem ficção de tevê? Até que ponto estamos usando das ferramentas libertárias nas interações sociais para uma revolução intelectual e social ou para um acirramento de fronteiras e limites do pensamento?

## Referências Bibliográficas

ANCHIETA, Isabelle de Melo. *Imagens da mulher no ocidente moderno*. Tese – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas Departamento de Sociologia Programa de Pós-Graduação em Sociologia, USP. São Paulo, 2014.

BAUDRILLARD, Jean. *Power inferno*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

\_\_\_\_\_. *Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem*, Porto Alegre: Sulina, 1997.

FISCHER, Adriana. *Desenvolvimento afetivo do indivíduo*. Ed. ULBRA, 2008.

HABERMAS, J. *Mudanças estrutural da esfera pública*. Local: Tempo Brasileiro, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. *Metamorfoses da cultura liberal*. Porto Alegre: Sulina, 2004a.

<sup>7</sup>Uma das frases da campanha: “Não pense muito porquê ou pra quê e faça parte desse filme beijando o seu amor”.

<sup>8</sup> Secretaria de Políticas e Promoção da Igualdade Racial, Secretaria de Políticas para as Mulheres, Secretaria de Direitos Humanos do Governo Federal. Objetivo: “fazer o enfrentamento às violações de Direitos Humanos que acontecem online”. Disponível em: <http://www.humanizaredes.gov.br/>. Acesso em: 24 ago 2015.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

\_\_\_\_\_ *Os Tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004b.

LYOTARD, Jean-François. *O pós-moderno*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.

WOLTON, Dominique. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

## **Dilma Rousseff em revista:<sup>1</sup>** A personagem em reportagens da Veja

Daniela Reis<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo (recorte de TCC apresentado em julho de 2015) discute duas reportagens da atual presidente do Brasil, Dilma Rousseff, apresentadas em edições distintas na revista *Veja*. O objetivo é debater conceitos e técnicas do campo jornalístico. Para tanto, analisamos diversos aspectos que compõe uma reportagem, como o texto, o projeto gráfico e as escolhas editoriais tendo, no horizonte, a complexidade de uma “personagem” vista, pelo senso comum, como responsável pelos rumos de um país. Em vista disto é um trabalho que também busca desenvolver reflexões e questionamentos sobre expedientes que tendem a aproximar ou afastar a publicação de características essenciais do Jornalismo, tais como a apresentação de múltiplos pontos de vista, a contextualização dos fatos e o respeito ao interesse público.

### **Palavras-chave**

Veja; jornalismo; revista; Dilma Rousseff.

### **Introdução**

Se recuperarmos genericamente a história do jornalismo, é possível construir uma linha do tempo em que apareçam os marcos principais e as mudanças incorporadas ao ofício da profissão. Entre estas, o emprego do lide é uma das transformações por que passaram os periódicos que mais influencia o jornalismo contemporâneo. Não é à toa, portanto, que Nilson Lage (2003) e outros autores, vinculam o lide, que se difundiu nos Estados Unidos entre o final do século XIX e o XX, ao momento em que a indústria jornalística se profissionalizou. Mas o que explica o papel preponderante deste recurso para o jornalismo atual?

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduou-se em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense, em julho de 2015. Foi estagiária da Finep - Agência de Inovação e do Projeto BITS Ciência. Trabalhou também na Superintendência de Comunicação da UFF e no site de notícias NNPetro.

O termo “lide” se refere a um pequeno texto introdutório que revele o esforço do repórter em responder as perguntas mais essenciais sobre um fato, ou seja: o que aconteceu, com quem, quando, como, onde e porquê. O lide talvez não assumisse o papel que tem hoje se não tivesse atraído o *The New York Times*, em 1861. O jornal absorveu a proposta e a associou à lógica da pirâmide invertida, que “rompe com a ordem cronológica dos fatos, organizando a notícia a partir do acontecimento mais impactante, mais relevante, mais chamativo” (QUEIROZ, 2011, p.2).

Este modelo, aponta Belo (2006), foi importado dos Estados Unidos para o Brasil na década de 1950 e afastou os periódicos nacionais da conteúdos intelectuais e políticos alheios à lógica jornalística, o que era mais comum na época. O novo paradigma aproximou o jornalismo brasileiro do modelo empresarial americano, no qual a notícia é um produto a ser vendido. Para tanto, além do lide e da pirâmide invertida, adotaram-se artifícios como frases em ordem direta, vocabulário acessível e linguagem sem adjetivos.

Nas páginas de jornais e revistas é comum encontrar aspectos que nos remetam a uma comunicação mais ágil e visual, como a ampla documentação fotográfica e uso de infográficos. Embora sejam mais recentes, estes recursos trabalham lado a lado com o lide no sentido de simplificar e adiantar a informação. Baseados na crença de que o leitor não tem disposição para ler textos longos e quer se informar rapidamente as redações de mídia impressa tentam recriar a instantaneidade dos meios eletrônicos por meio de reportagens curtas (BELO, 2006, p.15). Moretzsohn (2002), no entanto, ressalta os perigos da reportagem esvaziada de reflexão, que se preocupa mais com o furo do que com a qualidade do relato.

Além de uma comunicação rápida com o leitor, que justifica o modelo americano desde o começo do século XX, um dos principais motivos que legitimam essa estrutura é a tentativa de alcançar a objetividade. De acordo com essa concepção, através da isenção seria possível eliminar a influência da opinião do repórter, que afastaria a notícia da imparcialidade desejada pelo público.

No cenário atual a ideia de que o lide e estruturas afins são incapazes de eliminar a subjetividade é praticamente um consenso entre os teóricos da



Comunicação. Genro Filho (1987) reconhece as limitações nesse sentido, mas acredita que ainda sim foi um avanço importante. Para ele, o jornalismo teria suas próprias formas de perceber e produzir fatos, que não necessariamente representariam a realidade. A verdade, então, seria um processo de revelação e constituição da qual o lide é “uma importante conquista da informação jornalística, pois representa a reprodução sintética da singularidade da experiência individual” (GENRO FILHO, 1987, s/p). As formulações genéricas seriam incapazes de reproduzir essa experiência.

Embora esteja longe de ser um consenso, o padrão americano ainda é seguido pela maior parte dos veículos brasileiros. Este artigo pretende debater conceitos e técnicas do campo jornalístico. Para tanto, avalia as formas de apuração, as escolhas editoriais e o projeto gráfico de reportagens centradas na atual presidente do Brasil, Dilma Rousseff. À vista disso selecionamos duas reportagens emblemáticas na trajetória da revista: a primeira notícia publicada pela *Veja* centrada na personagem e uma matéria especial sobre a sua primeira candidatura, que garantiu a capa da edição.

## **Veja**

A *Veja* é a revista de maior circulação nacional dos dias de hoje. Apesar do sucesso contemporâneo, o início da publicação não foi tão bem sucedido. Nascida em setembro de 1968, a revista, da Editora Abril, só começou a pagar os custos de sua elaboração em 1973 (VILALTA, 2002, p.6). A aposta de Roberto Cívita, filho do fundador da editora, Victor Cívita, demorou a engrenar. A nova proposta foi inspirada nos moldes da americana *Time*, uma revista semanal de caráter informativo.

Produzida em dimensões 20 cm x 26,5cm, que garantem mobilidade, a revista vende 1.013.466<sup>3</sup> exemplares por semana. A *Época*, segunda do pódio, vende 380.688 exemplares. O número de assinantes da *Veja* chega a 901.156. A preponderância foi solidificada devido ao papel fundamental da publicação no desenrolar de fatos de grande interesse nacional. A revista divulgou matérias que desencadearam na

---

<sup>3</sup> Disponível em: IVC Média jan. a abr./15.

revelação de episódios impactantes para a história recente do país, como os desvios de dinheiro do governo Collor e o esquema de corrupção conhecido como mensalão.

Contudo, nem sempre esta trajetória foi livre de problemas. É possível perceber desde a década de 1990 um compromisso implícito da publicação com a agenda econômica neoliberal e um alinhamento ideológico com os partidos e os ideais da direita política. A partir das primeiras eleições para presidente após o período de ditadura, essa tendência ganha corpo principalmente como oposição constante ao Partido dos Trabalhadores (PT), seja quando era oposição ou nos momentos de situação. Além da campanha incessante contra grupos mais à esquerda, também se pode notar uma exaltação dos partidos mais conservadores - com destaque para o PSDB - e um abrandamento das denúncias contra seus representantes.

Como exemplo para esta posição, podemos citar a edição de outubro de 2014, mês de eleição presidencial no Brasil. Após a liberação de pesquisa que confirmava a liderança da candidata à reeleição, Dilma Rousseff, a revista adiantou em dois dias uma edição em que afirmava que Dilma e o ex-presidente Lula tinham consciência dos esquemas de corrupção relacionados à Petrobrás. A matéria continha fontes imprecisas e não explicava como as informações tinham sido obtidas. Segundo Costa (2015), a manobra foi uma tentativa de interferir nos resultados do segundo turno e angariar os votos dos indecisos para o candidato do PSDB, Aécio Neves.

Polêmicas a parte, vale a pena analisar a estrutura atual da *Veja* para compreender a construção das reportagens. As sessões essenciais que a compõe são Carta ao Leitor, Entrevista, Leitor, Panorama, Brasil, Economia, Internacional, Geral e Artes & Espetáculos. A capa da publicação costuma estampar montagens de fotos, combinações de imagem e texto e cliques que depreciam ou valorizam personagens. Em geral, a revista utiliza muitas imagens e infográficos para ilustrar as matérias.

### **As reportagens**

Neste tópico avaliaremos o efeito da diagramação e do texto para a produção de sentidos. Começaremos com a reportagem “O cérebro do roubo ao cofre”, da edição 1785. A matéria, que ocupa duas páginas, exhibe uma foto em grandes

proporções de Dilma com a boca aberta e fazendo gestos com as mãos. O título em negrito capta rapidamente a atenção do leitor. No canto superior direito encontra-se parte da ficha policial da militante. Na reportagem predominam o preto e o vermelho. A escolha das cores, o uso das fontes e a ordenação da página em geral conferem uma aparência de alarde, como se fosse uma notícia de denúncia.

Passemos agora para a análise das estratégias jornalísticas. A primeira frase do texto não se define como um lide nos moldes aqui estudados. O tempo de produção mais lento das revistas permite que a construção textual seja menos restrita do que a média dos jornais impressos, radiofônicos ou televisionados. Scalzo (2006) explica que essas publicações tentam atrair o leitor por meio de ângulos ainda não explorados pela concorrência, que noticia com maior velocidade. Ainda no primeiro parágrafo, descreve-se Dilma como “mulher de fala pausada, mãos gesticuladoras, olhar austero e passado que poucos conhecem” (OLTRAMARI, 2003, p.36), outro exemplo de liberdade narrativa a que as revista tem acesso em maior escala.

Logo após, a reportagem relata o desenvolvimento de um assalto promovido pelo VAL-Palmares - grupo em que Dilma militava durante a ditadura - na casa do ex-governador de São Paulo, Adhemar de Barros, e define a ação como “o maior golpe da história do terrorismo mundial” (OLTRAMARI, 2003, p.36). O uso da palavra “terrorismo” para se referir a militantes radicais pode ser compreendido como uma reprovação implícita à atividade guerrilheira. Nesse sentido, o próprio título da matéria também pode ser interpretado como uma tentativa de desqualificar a retratada. Ao definir com a palavra “roubo”, a ação do grupo e desconsiderar o contexto da resistência contra a ditadura, a atuação dos militantes é colocada no mesmo rol que qualquer crime de roubo.

Mais à frente, reporta-se o depoimento do ex-guerrilheiro Darcy Rodrigues, que assegura que Dilma foi o cérebro da ação. Ele acrescenta que ela tinha um papel tão importante na VAL-Palmares que não poderia ir para a linha de frente. A importância de Rousseff na organização é motivo de dissenso na fala de antigos participantes. O texto da *Veja*, no entanto, garante que o casal Dilma e Carlos Araújo “planejou, monitorou e coordenou o assalto” (OLTRAMARI, 2003, p.36). A falta de

fontes que relativizem a questão torna o texto mais frágil segundo a ótica jornalística, que busca os múltiplos lados que compõe um tema.

Outros episódios da guerrilha são citados na reportagem e, aparentemente, a fonte foi apenas Darcy. Se outras pessoas forneceram estas informações, deveriam estar explicitadas no texto para conferir mais credibilidade à reportagem e, se não foram, a publicação está divulgando conteúdos extremamente polêmicos sobre a então ministra sem ter verdadeiramente se aprofundado na apuração dos fatos. No jornalismo, além da busca pela verdade é preciso ter responsabilidade com a imagem dos retratados, posto que, historicamente, a retratação de veículos diante de informações falsas tem se mostrado ineficaz para a reputação dos indivíduos afetados.

Ao final, a matéria lança uma contradição entre dois discursos. A autora da biografia sobre a ex-guerrilheira Iara Iavelberg define a ministra como uma mulher suave e determinada, já o ex-companheiro Darcy afirma: “Dilma continua a mesma pessoa. É uma mulher espetacular e será uma gerentona no governo. Ela não é mulher de meio tom” (OLTRAMARI, 2003, p.36). No último depoimento a suavidade desaparece e dá lugar ao lado mais firme de Rousseff. Este contraste dá acesso a diferentes visões sobre a ministra e ilumina distintos aspectos de sua personalidade, portanto, reforça o compromisso da *Veja* com a deontologia do jornalismo.

Já a matéria “A candidata conquista o ninho” é o destaque da edição 2153. A capa apresenta uma foto de rosto da então candidata à presidência em preto e branco. A fonte do título e a margem estão em vermelho - uma referência à cor do PT - e harmonizam com o único ponto colorido da retratada: a estrela do partido. O destaque dado a estes símbolos indicam que a *Veja* decidiu frisar a relação de Dilma com o PT. Também conflui nesse sentido a citação da então candidata e uma das chamadas, respectivamente “A realidade mudou, e nós com ela” e “A candidata e os radicais do PT”, (CABRAL; RIBEIRO, 2010, p.1).

No total, a reportagem se distribui por dez folhas e reúne doze fotos de diferentes tamanhos. A leitura é bastante visual, não só pelo considerável espaço ocupado pelas imagens, mas também devido aos títulos, subtítulos, legendas e boxes, que orientam o leitor e dinamizam o conjunto. Dilma aparece sempre sorrindo, uma

escolha editorial que pode transmitir ideias distintas, que encontram respaldo no texto: felicidade por ser lançada candidata ou incorporação do semblante simpático exigido pela campanha eleitoral.

Nesta reportagem também não somos apresentados a um lide convencional. Logo de cara lemos um comentário de Rousseff: “Quando a gente pensa que viu de tudo, vê que não viu nada.” E segue com uma observação do repórter: “A frase merece o comentário que Dilma mais aprecia: ‘A senhora tem razão!’”(CABRAL; RIBEIRO, 2010, p.52). Neste exemplo, a partir de um fato real cria-se uma situação hipotética para elucidar aspectos da personagem. Assim o jornalista se mostra no texto sem declaradamente evidenciar sua presença.

O texto ousa ainda mais ao lançar ironias e metáforas: “quem pensava que o mais conhecido segredo da República, a candidatura presidencial de Dilma, fosse um enredo com desfecho incerto, viu sua apoteose no congresso do PT” (CABRAL; RIBEIRO, 2010, p.52). A linguagem figurada empregada neste ponto faz referência ao Carnaval no Rio de Janeiro, evento no qual a candidata pronunciou a frase da abertura. Esses recursos flexibilizam a rigidez da linguagem jornalística, trazem dinamicidade para a reportagem e possivelmente despertam o interesse do leitor. Ao contrário do jornalista de “O cérebro do roubo ao cofre”, que se expressa em um tom mais formal, este repórter não se preocupa em ser meramente factual.

O texto, em seguida, define a atitude de Dilma na campanha eleitoral como uma versão de si mesma, noção que reforça a ideia de que sua imagem é em grande parte construída. Outra reverberação é a crítica ao PT, como nos trechos em que afirma que existam “ideias tóxicas explosivas no caldeirão ideológico do petismo” (CABRAL; RIBEIRO, 2010, p.52). Outros pontos que reforçam esta concepção são: “Uma vez no governo o PT tentou implementar teses ruinosas de ruptura revolucionária com avanços duramente conquistados pelos brasileiros”; e “dinheiro de impostos, transferido a entidades ligadas ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), financiou invasões de propriedade, saques e depredações de prédios públicos” (CABRAL; RIBEIRO, 2010, p.56). Neste trecho o MST é



distorcido e definido sob uma ótica unilateral. Categoricamente define-se um ponto de vista sem escutar o outro lado, expediente obrigatório para o bom jornalismo.

Em uma análise mais simplista, talvez pudéssemos dizer que a linha editorial da revista, afinada, ao que parece, ao discurso conservador continua pesando na matéria. Afirma-se que o texto original das propostas para um possível governo de Rousseff “atacava a liberdade de expressão e propunha o controle dos canais de TV por assinatura” (CABRAL; RIBEIRO, 2010, p.56). Sabe-se que a ala mais progressista do PT tem entre suas proposições a criação de um marco regulatório para a mídia e a implementação de cotas de produção nacional para as TVs fechadas – medida implementada em 2012. Quando define estas posições nos termos acima, a revista desautoriza um discurso que deveria ser tratado de forma menos unívoca em uma reportagem de uma publicação que supostamente valoriza a isenção.

A matéria apresenta ainda outros aspectos que merecem ser examinados. A possível relação de Dilma, caso seja eleita, com o PT, é brevemente comentada por dois cientistas políticos. Posteriormente se seguem quase duas páginas de análise sobre essa relação, sem referências quanto à origem. Não fica claro se esses questionamentos foram elaborados a partir do depoimento dos estudiosos ou com base em observações e opiniões dos jornalistas responsáveis pela matéria. O problema neste caso não reside no mérito das informações em si, mas na não explicitação das fontes, procedimento fundamental em uma matéria no sentido de inspirar confiança no leitor. A partir do momento em que a estrutura da revista define rigorosamente o espaço para opinião e informação, cumprir com esta distinção se torna necessário para que o público saiba separar acontecimentos de posicionamentos pessoais.

Algo similar ocorre com citações dos petistas José Eduardo Dutra, Fernando Pimentel e Aloizio Mercadante. Não se esclarece quando, onde e para quem estas falas foram enunciadas. A importância destas explicações se justifica porque garantem um contexto para as colocações – o que costuma influir no sentido das falas.

Esta matéria ocupa dez páginas da edição trata de forma mais profunda o seu tema do que a reportagem anteriormente analisada. “O cérebro do roubo ao cofre” tem duas páginas e permite apreender que as fontes de pesquisa consistem em um

livro e entrevistas com duas pessoas. Dilma não foi contatada ou não quis colaborar com este trabalho. Já na segunda reportagem há aparentemente, três entrevistas, incluindo uma com Dilma e referências a documentos, reportagens e pesquisas.

### **Considerações finais**

No decorrer deste artigo pudemos identificar as necessidades que inspiraram a criação e popularização de estruturas clássicas do texto jornalístico, como o lide e a pirâmide invertida. Este estudo se propôs a investigar como as técnicas jornalísticas vêm sendo utilizadas pela revista de maior sucesso no Brasil – a *Veja* – para retratar uma personagem de grande impacto para a realidade do país, Dilma Rousseff.

A diagramação valoriza imagens e boxes, que dinamizam as páginas, adiantam informação e orientam a leitura. Em relação às técnicas jornalísticas salta aos olhos o despreendimento de estruturas canônicas como lide e pirâmide invertida, e o uso ocasional de linguagem narrativa ou metafórica. Isto demonstra que dentro do modelo tradicional é possível fazer rupturas e inovações para tornar a leitura mais aprazível. O enquadramento de Dilma nas duas reportagens reverbera temas como a criação de uma imagem política no contexto das eleições, a relação com Lula, o temperamento áspero, o perfil pragmático, os conflitos com o PT e o passado militante.

Se for possível fazer uma crítica, acreditamos que um dos equívocos da revista se refere à deontologia do jornalismo. A reprodução dos múltiplos lados que envolvem uma questão, o respeito ao interesse público e o compromisso de assumir posições quando estas são deliberadamente defendidas são seguidamente desrespeitados. O alinhamento às tendências conservadoras e as escolhas editoriais comprometem o retrato da personagem.

No conflituoso panorama político atual o esforço de retratar um tema com a maior fidelidade possível pode ser determinante para aclarar a mentalidade dos cidadãos, fundamentar as suas opiniões e trazer os correntes debates passionais e repletos de mitos para o âmbito da racionalidade. Por esse ângulo, as matérias parciais não só promovem a ignorância como podem levar a atitudes extremas e insensatas neste cenário de desesperança com a política e ânimos acirrados diante das questões

referentes à coletividade. O empenho de suprir a sociedade de informações verídicas e abrangentes possivelmente poderia potencializar o alcance dos veículos de comunicação, que tem sentido ano após ano a diminuição do público - principalmente nas mídias impressas. Quem mais ganharia com isto, enfim, seria não apenas o jornalismo em si, mas também a sociedade como um todo.

### **Referências Bibliográficas**

BELO, Eduardo. *Livro-reportagem*. São Paulo: Contexto, 2006.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê, 1987.

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2003

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

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. Rio de Janeiro: Editora Contexto, 2006.

VILLALTA, Daniella. *O surgimento da revista Veja no contexto da modernização brasileira*. Intercom, 2002.

OLTRAMARI, Alexandre. O cérebro do roubo ao cofre. *Veja*, São Paulo, p. 36 e 37, 15 de jan. De 2003.

CABRAL, Otávio; RIBEIRO, Gustavo. A candidata conquista o ninho. *Veja*, p. 50 a 59. 24 de fev. De 2010.

COSTA, Luciano. O ódio é a herança da imprensa. *Observatório da Imprensa*. [http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o\\_odio\\_e\\_a\\_heranca\\_da\\_imprensa/?fb\\_action\\_ids=763794527024151&fb\\_action\\_types=og.recommends](http://observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o_odio_e_a_heranca_da_imprensa/?fb_action_ids=763794527024151&fb_action_types=og.recommends) Acessado em 06/05/2015, às 19:42.

Tire suas dúvidas sobre a Lei da TV Paga. *Ancine*. <http://www.ancine.gov.br/faq-lei-da-tv-paga>. Acessado em 25/07, às 23:12.

*Midia Kit da Veja*. <http://www.publiabril.com.br/>. Acessado em: 28/02/15, às 17:15.

## **“Eu” na rede<sup>1</sup>**

As redes sociais como vitrine da bioidentidade contemporânea e suas implicações na autoestima do homem atual

Gabriela Prado da Silva<sup>2</sup>

### **Resumo**

A construção subjetiva de uma época é reflexo direto dos fenômenos sócio-tecnológicos do momento vigente. O homem contemporâneo emerge do constante gerenciamento do corpo e da exibição deste nas redes sociais de comunicação – comportamento resultante de uma sociedade preocupada em diminuir os riscos à saúde, que valoriza o bem-estar físico e atribui à curtidura (dispositivo das redes sociais *Facebook* e *Instagram*) o caráter de validação, aceitação e afirmação do próprio “eu”, de modo que esta acabe por interferir na autoestima do sujeito atual.

### **Palavras-chave**

Redes sociais; curtidas; corpo. subjetividade; autoestima.

### **Introdução**

As maneiras de apropriação e uso das redes sociais são tão variadas quanto à diversidade informativa encontrada nos demais canais de comunicação da internet. O aprimoramento dos aparatos digitais, como o celular, propiciou ao homem uma conexão integral com a rede, de modo que esta se tornou uma necessidade vital à sua existência ao refletir aspectos rotineiros da sua vida – desde a amostragem de uma receita culinária interessante até à paisagem que representa o fim da tarde. Isso marca a confluência do cotidiano com o ciberespaço.

O *Facebook* e o *Instagram*, duas redes sociais disponíveis como aplicativos para celular, incorporaram essa lógica e tornaram-se uma extensão da vida do homem contemporâneo. Caracterizadas por atribuir aos seus usuários o duplo encargo de consumidores e produtores da informação, esses espaços virtuais podem ser

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT3 – Subjetividades, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduanda na Universidade Federal Fluminense (UFF).

considerados, ainda, relevantes locais de produção subjetiva, tendo em vista a postura adotada por alguns de seus usuários apoiados na dinâmica de visualização que possuem.

A *curtida/like*, dispositivo característico dos meios em questão marca o acesso à informação e exerce grande influência nos modos de ocupação destes espaços e de apresentação dos internautas no mesmo. Angariar *likes* é o grande objetivo de quem enxerga nas redes sociais uma via de afirmação de si mesmo e de validação da própria existência - dadas a partir da exposição de um “eu” que se coloca em evidência para o outro.

Isso se deve ao fato de que, notadamente, o *Facebook* e o *Instagram* se consolidaram, dentre outros aspectos e profusões de saberes, como uma vitrine *fitness*: correspondente à exibição dos corpos e do estilo de vida de parte dos usuários que conseguiram, por isso, grande destaque virtual - reconhecidos pelo alto número de seguidores e, conseqüentemente, de curtidas a cada postagem realizada.

Portanto, as redes sociais podem ser compreendidas como zonas em que há uma forte incidência da imagem do corpo enquanto elemento de postagem e, através de sua dinâmica de visualização que engloba a *curtida*, é possível conferir valores aos usuários que recairão sobre a sua maneira de exposição quando o que se busca no aparato virtual é afirmar sua construção identitária ao adquirir certa importância proveniente da manifestação do apreço do outro frente àquilo que se é.

## Metodologia

A fim de refletir sobre tais proposições que circundam a incidência das redes sociais na formação subjetiva do homem e, conseqüentemente, em sua autoestima, recorreu-se à observação de perfis de usuários das redes sociais Facebook e Instagram que possuem um número expressivo de seguidores e, por isso, uma elevada quantidade de curtidas em suas publicações (denominadas “web celebridades”), bem como à leitura de textos de autores modernos e contemporâneos que dedicaram seus estudos à análise e ao entendimento dos fenômenos sociais, os meios comunicacionais



e clínicos e suas influências na vida humana – tais como Michel Foucault, Benilton Bezerra, Gilles Deleuze e Guy Debord.

### **Corpo e identidade no Contemporâneo**

O desenvolvimento tecnológico que proporcionou a insurgência da internet no século XX, bem como a ressignificação do estatuto da saúde no mesmo período histórico, vêm contribuindo para instauração de novos jogos de linguagens e de repertórios de sentido que se colocam em evidência nas práticas cotidianas do homem.

Com um latente desejo de transparência, o homem contemporâneo se edifica da autorregulação proveniente da conscientização dos cuidados básicos que deveria adotar para garantir um corpo, uma mente e um convívio social saudáveis, sendo de sua obrigação afastar os riscos que viessem a interferir negativamente na saúde de seu corpo.

Ao assumir o caráter de administrador da própria existência, esse homem foi chamado por Deleuze (1990) de homem dividual, cuja atenção está voltada inteiramente à preservação do seu próprio bem-estar, visando o prolongamento do seu tempo de vida.

Instauram-se; de tal maneira, valores com base em regras higiênicas, critérios de mérito e reconhecimento, bem como modelos ideais de sujeito, baseados no desempenho físico. Esse modo de organização social foi batizado por Nikolas Rose, a partir de Foucault, de biossociabilidade.

Na biossociabilidade, o autogoverno assume um caráter quase moral. Essa forma de sociabilidade, considerada apolítica, constitui-se nos interesses privados de um determinado grupo segundo sua performance corporal e pode ser caracterizada pela autoperitagem.

A autoperitagem, neste caso, corresponde ao corpo e ao ato da perícia como as fontes básicas para construção de uma identidade, classificada, portanto, de bioidentidade: formação de um sujeito que possui como característica o autocontrole

na manutenção do seu bem-estar físico, adotando determinadas regras de comportamento e hábitos saudáveis na garantia de sua qualidade de vida e longevidade. O homem contemporâneo, então, se edifica das práticas de regulação corporal e cuidados com a saúde.

Tem-se observado, no cenário virtual das redes sociais, que a imagem do corpo enquadrada nesse modo de construção de si mesmo, no qual há uma forte preocupação com o elemento físico, adquiriu consistência e acabou por fundamentar e fortalecer tal estereótipo.

Ainda que o *fitness* seja uma prática comum às sociedades ocidentais desde o século passado, é interessante perceber e refletir que o uso das ferramentas online na manifestação desse estilo de vida ressignificou a maneira como o homem olha para si e ocupa os espaços virtuais - levando em consideração que esse espaço potencializa uma maneira de ser através de seus dispositivos de visualização (especialmente a *curtida/like*), promovendo a ascensão de um “eu” essencialmente físico, que coloca o corpo no cerne de sua produção subjetiva.

### ***Fitness*: a apropriação da rede como vitrine na busca pela validação do “eu”**

A postagem de fotos nas redes sociais é uma forma comum de disseminar informação. Executada sob várias óticas e ângulos, com mensagens e propostas variadas, o *Facebook* e o *Instagram* possibilitam ao usuário emissor de dados uma espécie de retorno sobre o conteúdo postado que significará a sua zona de abrangência, sua apreciação no meio e, conseqüentemente, sua validação.

Quando o homem expõe a si mesmo, enaltecendo o seu aspecto *fitness* nessa lógica de postagem, há uma submissão da imagem ao julgamento do outro que está diante do conteúdo veiculado que poderá acionar o dispositivo da *curtida/like* a fim de demonstrar sua apreciação por esse corpo.

O exercício de curtir uma foto, todavia, pressupõe mais que a visualização da imagem, mas a sua aceitação e apreciação, de tal modo que, a partir dessa perspectiva, seja sugerido um valor ao conteúdo compartilhado. Esse valor, por assim dizer, é aqui

compreendido como aquilo que irá embasar a identidade do sujeito e sugerirá a posição social que este ocupa no ciberespaço. A curtida, portanto, deixa de ser um dos meros componentes das redes sociais para assumir a função de cifra do Contemporâneo – conforme a abordagem deleuziano sobre as sociedades de controle:

As sociedades disciplinares têm dois pólos: a assinatura que indica o indivíduo, e o número de matrícula que indica sua posição numa massa (...). Nas sociedades de controle, ao contrário, o essencial não é mais uma assinatura e nem um número, mas uma cifra: a cifra é uma senha, ao passo que as sociedades disciplinares são reguladas por palavras de ordem (tanto do ponto de vista da integração quanto da resistência). A linguagem numérica do controle é feita de cifras, que marcam o acesso à informação, ou a rejeição. Não se está mais diante do par massa-indivíduo. (DELEUZE, 1992, p. 2).

O corpo *fitness* do sujeito contemporâneo, dessa maneira, passa por uma quantificação essencial à sua existência que transcende as fronteiras do real e virtual. O valor designado pela rede corrompe a tela do computador e se aloca em todos os espaços que permeiam a sua vida, num ato de coexistência desses dois universos. A realidade virtual, por assim dizer, demarca a mutação subjetiva pela qual estamos passando.

Dentro dessa lógica, afirmar-se no vasto cenário cibernético significa subordinar-se à aprovação do olhar terceiro frente aos próprios atributos físicos. A satisfação, assim, não reside em fazer parte do sistema, somente, mas em ser alguém de destaque no sistema. Destaque, este, sinalizado através do acúmulo da moeda preciosa que a rede social oferece em resposta a todo esforço empregado na incansável busca por si mesmo: os tão pretendidos *likes*.

Algumas mulheres comuns atingiram o patamar de *celebridades virtuais*, posto lhes conferido em virtude de seus belos corpos e de todo material difundido nas redes sociais das quais fazem parte, como suas refeições saudáveis e seus treinos em academias. O número de seguidores dessas *musas da boa forma* pode ser equivalente ao de celebridades globais, como Bruna Marquezine e Flávia Alessandra.

Gabriela Pugliesi, uma entre as mais famosas do gênero *fit* das *webs celebridades*, é uma referência no *Instagram*. Totalizando um pouco mais de um milhão de seguidores na rede social mencionada, a paulistana ficou famosa após

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

compartilhar parte de sua trajetória até atingir o *corpo perfeito* e registrar sua rotina, que combina uma alimentação equilibrada e o desempenho de atividades físicas variadas. Pugliesi, ainda, lançou o livro “Raio-x”, com dicas de dietas e segredos para manter a boa forma física.





À esta usuária foi conferida uma espécie de aura artística que a consolida como alguém especial, cuja biografia e atribuições físicas são reconhecidas e inquestionáveis fontes de admiração e inspiração para aqueles que constatarem em exemplos como o dela a virtuosidade do homem expressa na imagem corporal que o mesmo cria para si e coloca à prova para o outro.

Vislumbrar na figura do corpo o escopo necessário para formar a si mesmo e ser alguém, desencadeia questões que atingirão não só a autoestima da *web celebridade*, mas a dos demais usuários que, cativados por essa vitrine *fitness* da fama, reduzem ao número de curtidas a importância máxima da sua construção subjetiva.

Não é raro nos depararmos com usuários que apelam para algumas estratégias que os inserirão no circuito dos *famosos da web*. Hoje existem alguns aplicativos e ferramentas online com o propósito de multiplicar a quantidade de *likes* das fotos do internauta que assim desejar, são os casos do *Instalike* e do *LikeUb*.

Pautar a própria existência sob os critérios de um modelo estético proposto, fundamentado e incorporado à dinâmica de uma sociedade virtual, é determinante para autoestima do usuário cativado pelo imaginário das *webs celebridades* e que vive, por isso, planejando cada postagem a fim de alcançar a meta de curtidas previstas e, assim, legitimar a sua existência.

Esses usuários não consideram, contudo, que as figuras corporais difundidas pela rede, muitas vezes, podem não ser conquistadas com facilidade - levando em conta o biótipo físico e as especificidades do organismo de cada um.

Logo, ilusões e frustrações são características tanto presentes quanto indissociáveis desse espetáculo protagonizado por pessoas que interpretam o corpo como a única via de crescimento pessoal e social, já que ser reconhecido por aquilo que está se propondo a ser é fundamental para autoafirmação do ser humano.

## **Considerações finais**



O desenvolvimento constante de mecanismos que nos estimulam a expor parte do que somos até estarmos despidos por completo, contém a subjetividade e a formação de identidade aos aspectos superficiais que uma imagem pode transmitir, quando veiculada nas redes sociais e absorvida pela lógica que as rege.

Questionar-se, portanto, sobre a maneira como a internet vem sendo ocupada e a real função das redes sociais na vida do cidadão comum, torna-se pertinente na medida em que se percebe a interferência exercida por estas na autoestima do sujeito que constrói a si mesmo com base nos critérios de mérito e reconhecimento providos dos espaços virtuais.

Colocar-se, constantemente, em evidência; pensar em estratégias para obtenção de *likes* (como o melhor horário para se postar uma foto); preocupar-se, sobretudo, com a forma física e a maneira como o próprio corpo será apreendido pelo outro, sendo esta ótica, associada ao número de curtidas, decisiva para compreensão de quem se é e quem se quer ser no mundo, configuram a vitrine que reúne homens identificados, em sua essência, pela forma física construída.

### **Referências bibliográficas**

BEZERRA JR, B. O ocaso da interioridade e suas repercussões sobre a clínica. In: Plastino, C. A. (org). *Transgressões*. Rio de Janeiro: Contracapa, 2002. p. 229-239.

DELEUZE, Gilles. Post-Scriptum sobre as sociedades de controle. In: *Conversações*, 1972-1990. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992. p. 219-226.

FOUCAULT, M. Direito de morte e poder sobre a vida. In: *História da Sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1984. p. 127-136.

ORTEGA, Francisco. Práticas bioascéticas e constituição de bioidentidades. In: *O corpo incerto*. Rio de Janeiro: Garamond, 2008. p. 30-50.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Paris: Buchet-Chastel, 1967.

## **O aborto em discussão: uma responsabilidade do feminino?<sup>1</sup>**

Getsemane de Freitas Batista<sup>2</sup>  
Saionara Corina Pussenti Coelho Moreira<sup>3</sup>

### **Resumo**

O aborto voltou a ganhar espaço nas discussões e manifestações sociais, neste ano de 2015, quando da veiculação na mídia dos casos de mortes de mulheres vítimas do aborto clandestino, bem como das questões relativas à aprovação ou não de garantia legal à prática abortiva. O presente trabalho tem como objetivo identificar as impressões a respeito do aborto, quais ideologias e conceitos norteiam as reflexões a respeito de tal tema, a partir das análises de questionários que foram respondidos por espectadores após a exibição do longa “O aborto dos outros” (BRASIL, 2008), na III Mostra de Cinema “Gênero, Sexualidade e Cultura”. Como resultados apontamos que o aborto é um tema restritamente relacionado à mulher, ao seu fazer, ao direito sobre o corpo feminino, à sua saúde, excluindo alusões ao universo masculino.

### **Palavras-chave**

Aborto, gênero, mulher, corpo

### **Introdução**

O aborto voltou a ganhar espaço nas discussões e manifestações sociais, neste ano de 2015, quando da veiculação na mídia dos casos de mortes de mulheres

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 (Subjetividade e Produção de Sentido) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em História pela UFRRJ e graduanda em Pedagogia pela mesma instituição. Integrante dos grupos de pesquisa OBEDUC (Observatório da Educação Especial e Inclusão Escolar: Práticas Curriculares e Processos de Ensino e Aprendizagem) e GESIED (Grupo Gênero, Sexualidade, Infância e Educação). Bolsista do Programa PIBID. E-mail: [getsemanebatista@gmail.com](mailto:getsemanebatista@gmail.com)

<sup>3</sup> Graduada em Pedagogia pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, integrante dos grupos de pesquisa: Observatório de Educação Especial e inclusão escolar: práticas curriculares e processo de ensino e aprendizagem (OBEDUC) e Gênero, sexualidade, infância e educação (GESIED); Apoio técnico científico pelo grupo (OBEDUC) e bolsista de Iniciação Científica pelo grupo (GESIED) UFRRJ/IM. E-mail: [saionara.pussente@gmail.com](mailto:saionara.pussente@gmail.com)

vítimas do aborto clandestino, bem como das questões relativas à aprovação ou não de garantia legal à prática abortiva.

Segundo o dicionário Aurélio (2008, p. 55), o aborto é “ação ou efeito de abortar”, ação esta que diz respeito a “eliminar prematuramente do útero produto da concepção”. No artigo 128 do Código Penal estão isentos de punição os casos de interrupção da gravidez quando não há outro meio de salvar a vida da gestante e resultantes de estupro.

De acordo com a Pesquisa Nacional de Aborto (PNA/2010), “... no Brasil urbano, 15% das mulheres entrevistadas relataram ter realizado aborto alguma vez na vida” (DINIZ; MEDEIROS, 2010, p. 962). Ainda baseado em tal levantamento,

Tipicamente, o aborto é feito nas idades que compõem o centro do período reprodutivo feminino, isto é, entre 18 e 29 anos, e é mais comum entre mulheres de menor escolaridade, fato que pode estar relacionado a outras características. (Idem, p. 964).

O presente trabalho visa identificar as impressões a respeito do aborto, quais ideologias e conceitos norteiam as reflexões a respeito de tal tema. A pesquisa tem cunho qualitativo, a partir das análises de questionários que foram respondidos por espectadores após a exibição do longa “O aborto dos outros” (BRASIL, 2008), na III Mostra de Cinema “Gênero, Sexualidade e Cultura”. O documentário apresenta situações de abortos tanto previstos em lei quanto clandestinos, apontando a criminalização feminina e a necessidade de revisão da lei. A utilização da pesquisa qualitativa está assentada na concepção de que

... as chamadas metodologias qualitativas privilegiam, de modo geral, da análise de microprocessos, através do estudo das ações sociais individuais e grupais. Realizando um exame intensivo dos dados, tanto em amplitude quanto em profundidade (...) a preocupação básica ... é a estreita aproximação dos dados, de fazê-lo falar da forma mais completa possível ... (MARTINS, 2004, p. 292).

A III Mostra de Cinema é uma atividade de extensão, realizada pelo Grupo de Pesquisa GESIED (Gênero, sexualidade, infância e educação), nas dependências do Instituto Multidisciplinar (UFRRJ), utilizando-se de filmes para discussão no meio

acadêmico de temas que dizem respeito a gênero e a sexualidade, como ferramenta de aproximação entre a comunidade e a instituição universitária.

A exibição de filmes como recurso metodológico usado na Mostra de Cinema tem sua justificativa a partir da compreensão de que

O cinema, conhecido como a sétima arte, é capaz de expressar nossas ideias, sensações, impressões sobre a vida; proporciona um jeito de nos conectarmos com outras pessoas e com o mundo ao nosso redor. A exibição de filmes, enquanto proposta pedagógica, faz com que a projeção em espaços formais e não formais seja dupla. De um lado o filme é projetado na tela, de outro são os espectadores que se projetam nos personagens das cenas. Eles encontram aí um grande espelho que leva a refletir sobre suas múltiplas facetas, das mais acessíveis às mais obscuras. (SILVA, 2014, p. 3).

Visando dar conta do objetivo do presente trabalho, apresentaremos uma breve sinopse do filme, seguida da análise dos dados e apresentação dos resultados.

### **O aborto na ótica da 7ª arte**

O filme “O Aborto dos Outros” conta a história de seis mulheres que passaram pela experiência da interrupção da gravidez, três casos considerados legais e outros três clandestinos.

A primeira narrativa conta a história de uma menina de 13 anos, que decide interromper uma gravidez de quatro meses resultado de um estupro. Há ainda outra mulher que também decide abortar após sofrer violência sexual; esta estava na oitava semana de gestação.

O terceiro caso, considerado legal, é o de uma grávida em que o feto apresenta problemas letais: cistos no rim direito que impedem o funcionamento do órgão e má formação dos ossos cranianos.

O primeiro relato de um aborto clandestino diz respeito ao realizado por uma mulher com uso de remédio para a interrupção de uma gravidez indesejada, resultado de relações sexuais com o marido do qual queria a separação.

É mostrada ainda a experiência de uma mulher que recorreu a cinco abortos, realizados tanto em locais denominados “mães de anjos” quanto em clínica.

O último caso é de uma mulher que, após o uso de remédio para abortar, ao recorrer ao hospital é algemada e também fica detida por uma semana em decorrência de denúncia da prática realizada.

Finalizando o documentário são apresentadas opiniões de alguns doutores a respeito do aborto: médico ginecologista, juiz titular da Vara de Campinas, especialistas em saúde reprodutiva e saúde da mulher, professor de obstetrícia da Unicamp.

As opiniões emitidas no final do filme, nos trouxe varias reflexões, destacando que 95% dos casos de abortos clandestinos são realizados nos países em desenvolvimento; que trata-se de um problema de saúde pública; a descriminalização não está associada a um aumento do número de casos nos países que adotaram tal posicionamento.

### **Aborto e o universo feminino**

O longa “O aborto dos outros” foi o terceiro filme exibido na III Mostra de cinema “Gênero, Sexualidade e cultura” no dia 29 de abril de 2015, nas dependências da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, no Instituto Multidisciplinar (UFRRJ/IM), organizada pelo grupo de pesquisa Gênero, sexualidade, infância e educação (GESIED). Nesse dia estiveram presentes 30 ouvintes, entre eles, estudantes do curso de Pedagogia, História, Turismo, Letras e alguns da Pós - graduação. Durante a exibição foram distribuídos questionários para os ouvintes, com os seguintes itens: idade, gênero, experiência na área de educação (em anos), religião, formação e considerações sobre o filme.

Os participantes da Mostra foram instruídos de que não lhes era obrigatório o preenchimento do questionário, assim como destacamos a importância dos dados obtidos através desse instrumento de coleta e ressaltamos que as informações



coletadas seriam usadas para pesquisas posteriores, seguindo todos os procedimentos e protocolo éticos de pesquisa.

Dessa forma, o uso do questionário como técnica de coleta de dados proporcionou maior detalhamento da realidade:

como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc. (GIL, 1991, p. 128).

Através desse procedimento foi possível identificar as opiniões dos participantes do evento, trazendo para a pesquisa uma rica contribuição de saberes.

Vejamos no quadro abaixo dados sobre o perfil do público participante:

**Quadro I - Perfil do Público participante da Mostra de Cinema**

<b>3ª Mostra de Cinema “Gênero, Sexualidade e cultura”</b> <b>Filme – “Aborto dos Outros”</b>					
Quant. de questionários preenchidos	Idade	Gênero	Religião	Formação	Experiência na área de educação em anos
11 <b>Grupo A</b>	19 e 20 anos.	08 - femininos 03 - masculinos	06 - Evangélica 02 - Sem religião 01 - Umbanda 02 - Católica	1-Letras 3- Pedagogia 4- História 3 -Turismo	8- sem experiência 2- 2 anos 1- 1 ano
11 <b>Grupo B</b>	21 a 30 anos	09 - femininos 02 - masculinos	03- Sem religião 07 - Evangélica 01- Católica	11 - Pedagogia	5- Sem experiência 1- 6 anos 1- 4 anos 3- 1 ano 1- 10 anos
03 <b>Grupo C</b>	30 a 39 anos.	03 - femininos	01 - Católica 01 – 01 - Evangélica	2-Pedagogia 1-Pós - graduação	2- 15 anos 1- 20 anos
05	40 a 49	04 -	03 - Evangélica	3 - Pedagogia	1- 25 anos

<b>Grupo D</b>	anos	femininos 01 - Masculino	01 - Católica 01 -Kardecista	1- Pós- graduação 1- --	1- 10 anos 1- 15 anos 2- Sem experiência
----------------	------	--------------------------------	---------------------------------	-------------------------------	--

Ao analisarmos o quadro, temos um público no qual a maioria está concentrada nas idades de 19 e 20 anos e 21 a 30 anos; também destacamos a religião evangélica como a predominante nos quatros segmentos; o sexo feminino predomina. Na tabela acima, os grupos foram agrupados por faixa etária especificada por letras. Exemplo: Grupo A 19 e 20 anos, Grupo B 21 a 30 anos, Grupo C 30 a 39 anos, e Grupo D 40 a 49 anos.

A partir do agrupamento feito, foram selecionados dois depoimentos de cada grupo como amostra das análises dos dados coletados.

Vejamos algumas opiniões dos participantes da Mostra:

#### Grupo A:

1- *“Eu penso que a ilegalidade do aborto ajuda a propagação de métodos perigosos para a sua realização. Se houvesse uma compreensão maior do assunto e uma aceitação (sem interferências ideológicas) haveria uma drástica diminuição no número de mulheres mortas por tentar fazer clandestinamente, e ao contrário do que dizem não aumentaria a quantidade de mulheres querendo fazer o aborto. Isso tudo sem contar que todos nós temos ( ou deveríamos ter) o direito sobre nosso corpo.”*

2- *“Achei interessante a abordagem sobre o assunto que é considerado “TABÚ” para grande parte da sociedade. Me posiciono contra o aborto, mas não contra o direito de decisão da mulher sobre o seu corpo. Acredito que antes de haver qualquer tipo de legalização que deva ter também medidas sócio- educativas e apoio psicológico.”*

#### Grupo B:

1- *“Mesmo sendo um fato doloroso e agressivo ao corpo, pude ver com o filme que há casos e casos. O lado da mulher precisa ser visto e analisado. O direito e o respeito tem que ser levado em consideração.”*

2- *“O Filme é muito reflexivo, creio que cada mulher tem o seu direito de decidir, porém hoje em dia tem muitos métodos para se prevenir. Sou contra abortos quando a gravidez já está avançada e com boas condições.”*

#### Grupo C:

1- *“O filme ao abordar sobre o aborto, mostra a situação conflitante da escolha de mulheres que apesar de optarem por fazê-lo, tem dificuldades de lidar com os sentimentos e as situações vivenciadas. O Aborto é um ato de violência contra a vida e faz-se necessário pensar as consequências do mesmo.”*

2- *“Sou contra o aborto, pois não temos o direito de tirar a vida de ninguém, fazer o aborto é contra os princípios dos médicos que é salvar vidas.”*

Grupo D:

1- *“Documentário do qual a questão do aborto é nitidamente demonstrada sob uma questão feminina entre dores e conflitos. A complexibilidade entre a legalização do aborto e a contraposição subjetiva da realidade cultural individual em questão. Se somos indivíduos livres há então uma urgência de um debate sobre o tema levando em consideração o aumento do aborto clandestino, fazendo - se então não uma fala de legalização, mas de livre escolha.”*

2- *“É muito fácil julgar as atitudes dos outros, mas deve-se levar em consideração todos os fatores que levam a determinada atitude, tais como os fatores sociais, emocionais, financeiros, e etc. A sociedade deve parar de ser julgadora e auxiliadora e preventiva e as políticas públicas devem investir em metodologias que sejam capazes de ser funcionais.”*

**Considerações**

Como resultado das análises das respostas dos presentes na exibição do longa “O Aborto dos Outros” e também dialogando com o filme em questão é possível identificar que o aborto está estritamente relacionado com a questão da integridade física e emocional da mulher; de que se trata de um tema complexo que, extrapolando o âmbito privado, ganhou força pública; tanto a responsabilização quanto a criminalização recaem sobre a mulher, ou seja, é uma questão que fica restrita apenas ao universo e papel social femininos, não havendo qualquer menção sobre o gênero masculino.

Esta forma de conceber o aborto, associando e imprimindo responsabilidade apenas a figura feminina, sinaliza para “... a existência de disciplinas, algumas previstas em lei (ou decorrentes da aplicação dela) para as mulheres, cujos corpos devem ser “docilizados” a fim de que cumpram seu dever de mães. No que tange à

reprodução, praticamente nada é exigido ou mesmo esperado do homem” (BARBOZA, 2013, p. 361).

Tal sentido pode ser percebido em uma das falas exibida no filme, quando um dos médicos exprime sua opinião sobre os abortos previstos em lei, a saber:

É uma escolha da mulher. O médico só dá o laudo. O médico aceita o desejo da mulher. É um desejo do casal, mas basicamente é uma escolha da mulher. (GALLO, 2008).

Assim sendo, ao refletir sobre o aborto é possível apontar que estamos diante de um tema restritamente relacionado à mulher, ao seu fazer, ao direito sobre o corpo feminino, à sua saúde, excluindo, em contrapartida, completamente qualquer alusão ao homem.

Cabe então chamar atenção que ao tratarmos e discutirmos o aborto, estamos diante de um tema que necessita ser considerado em suas dimensões pessoal e social, uma vez que estamos diante de uma complexa situação perpassada por ideologias e construções históricas, com todas as marcas e implicações que tal modo de ver suscitam. Estamos sim diante de um questão social que envolve não só uma escolha ou desejo femininos, como também a efetivação do direito adquirido (nos casos previstos em lei) e o direito à saúde e à vida da mulher (nos casos de morte por abortos clandestinos).

### **Referências bibliográficas**

BRASIL. *Código Penal*. Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940. Disponível em [http://www.amperj.org.br/store/legislacao/codigos/cp\\_dl2848.pdf](http://www.amperj.org.br/store/legislacao/codigos/cp_dl2848.pdf). Acessado em Junho de 2015.

BARBOZA, H. H. A docilização do corpo feminino. In: *Feminilidades: corpos e sexualidades em debate*. Silva, D. A. da (Org.). Rio de Janeiro: EdUERJ, 2013, pp. 351-362.

DINIZ, D.; MEDEIROS, M. Aborto no Brasil: uma pesquisa domiciliar com técnica de urna. In: *Ciência & Saúde Coletiva*, 15 (Supl. 1), 2010, pp. 959-966.

FERREIRA, A. B. H. *Aurélio: o dicionário da língua portuguesa*. Curitiba: Ed. Positivo, 2008.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

MARTINS, H. H. T. S. Metodologia qualitativa de pesquisa. In: *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 30, n. 2, p. 289-300, maio/ago. 2004.

SILVA JR, Jonas A. da. II Mostra de Cinema, Gênero, Sexualidade e Cultura. DES/IM/UFRRJ, 2014, 8p.

*O Aborto dos Outros*. GALLO, Carla. Brasil: 2008, 72 minutos.



## **No mundo dos contos de fadas<sup>1</sup>**

A construção de universos diegéticos em Once Upon a Time

Priscila Mana Vaz<sup>2</sup>

### **Resumo**

O estudo das ficções seriadas se faz cada vez mais necessário, por isso, o foco deste trabalho será de analisar como é construído o universo diegético da série Once Upon a Time a partir de sua relação com as histórias de contos de fadas. Através de uma passagem pela formação dos contos, será possível estabelecer uma base onde se possa identificar as principais referências que serviram de fonte para a construção do mundo narrativo da série. O trabalho irá ainda analisar como está sendo feita essa construção na série e apontar os principais pontos explorados para engajar o público e aproximá-lo da série.

### **Palavras-chave**

televisão; ficção seriada; contos de fadas

### **Introdução**

Era uma vez um menino que não queria crescer. Seu nome era Peter Pan. Ele morava em um lugar conhecido como “Terra do Nunca” onde tudo era mágico e especial. Lá era também o lar de fadas e de outras criaturas mágicas. Apesar da aparência de criança inocente, Peter Pan escondia um segredo, escondia suas verdadeiras intenções. Ele não gostava que ninguém soubesse de sua ilha, ele simplesmente não permitia. Aqueles que já haviam tentado tinha se arrependido profundamente. Peter era uma criatura muito poderosa, com poderes mágicos que permitiam que ele pudesse desaparecer de um lugar e reaparecer em outro, atravessar mundos e fazer basicamente tudo que lhe desse vontade. A “Terra do Nunca” outrora já havia sido um lugar feliz e de liberdade.

Essa não é exatamente a história do famoso Peter Pan. O menino que não queria crescer, personagem originalmente criado por James Matthew Barrie para a peça “Peter e Wendy” ficou mundialmente conhecido a partir da publicação do livro

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 - Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em Estudos de Mídia pela Universidade Federal Fluminense (UFF).

homônimo em 1911. Essa história já foi alvo de diversas adaptações, principalmente no cinema, mas nada parecidas com a história contada acima. No original, Peter é sim, um menino que se recusa a crescer, mas que tem o coração puro e que leva a vida em suas aventuras. Na história, ele conhece Wendy, menina que faz com que ele quase desista de sua eternidade como criança, mas em momento algum Peter é um sequestrador, ou algo do tipo. Nessa nova proposta, Peter Pan não só tem sérios problemas de caráter, como também tem uma ligação com diversos outros personagens de nos Contos de Fadas, como Rumpelstiltskin e Branca de Neve, que nunca foram mencionados nas histórias e adaptações feitas anteriormente. Porém mesmo com essas modificações na narrativa, há vários elementos familiares com o conto original no trecho mencionado.

Utilizando como principal mecanismo de formação narrativa, a relação entre reconhecimento e estranhamento de histórias de contos de fadas, a série *Once Upon a Time* constrói seu universo narrativo baseado na ideia de integrar histórias e universos ficcionais oriundos de outras narrativas. Lançada em 2011 pela emissora ABC, a série se pauta em histórias de contos de fadas e adaptações audiovisuais para construir novas narrativas e atribuir diferentes significados para histórias que são conhecidas e bem disseminadas pela cultura de massa.

Apesar de famosos na literatura infantil, foi através dos filmes da Disney, que os contos de fada ficaram massivamente conhecidos, no século XX, em um movimento que começou em 1937, mas que teve seu auge nas décadas de 80 e 90 com a disseminação dos filmes em vídeo. E aproveitando o público, e conhecimento sobre as obras formado por esse movimento de “Disneyzação<sup>3</sup>” a série se apropria de diversos elementos para criar um universo diegético diferente do que já é conhecido, onde todas as histórias ganham um novo sentido.

### **As histórias por trás de *Once Upon a time***

---

<sup>3</sup> Termo utilizado por Alan Bryman, no texto “The Disneyization of society”, para explicar o movimento de consumo massivo que os produtos da Disney geraram sociedade do século XX e XXI.

A série *Once Upon a time*, é um produto audiovisual que se apropria de um conjunto de histórias pré-existentes oriundas dos contos de fadas, para construir um universo diegético, onde todas essas histórias são conectadas por um mesmo fio narrativo. A série, não é uma produção do gênero contos de fadas, ela é um produto sobre um gênero e sobre um hábito muito antigo, o de contar histórias. Composta atualmente por 4 temporadas, a série reúne contos famosos como Branca de Neve, Cinderela, Chapeuzinho Vermelho, entre outras. Cada temporada tem uma média de 22 episódios, de 45 minutos cada, que vão ao ar aos domingos nos EUA, no canal ABC desde 2011.

Para se aproximar da série e começar a entender a lógica sobre a qual ela é estruturada, antes de mais nada, é preciso entender sua essência, que é o ato de “contar de uma história”. O costume de contar histórias é anterior ao que hoje chamamos de literatura. Segundo Walter Ong, “expressões orais existem e surgiram sem nenhum apoio da escrita, já as expressões escritas, nunca existiriam sem o suporte oral” (ONG. 1982, p.8) ou seja, essas histórias já eram contadas antes da literatura surgir. Os contos orais eram o meio pelo qual a sociedade pré-escrita tinha para transmitir conhecimento, já que, ainda segundo Ong, “culturas orais não conseguiam gerar categorias [de conhecimento] então, eles precisavam usar histórias de humanos para guardar, organizar e comunicar tudo que eles sabiam” (ONG. 1982, p.138). Com a transposição desses contos para a literatura, essa função educativa e moralizante permaneceu viva, sendo o principal traço das histórias de contos de fadas.

Porém, as histórias de contos de fadas, desde os contos orais até chegarem ao cinema, passaram por diversas transformações, e se aproximaram e se afastaram de sua “função inicial” ao longo dos anos. As re-apropriações e inserções de novos elementos e a inserção das histórias em novas mídias fizeram com que houvesse diversas alterações na narrativa, e com que mudassem a maneira como essas narrativas são construídas e recebidas pelo público. No entanto, a essência “contar histórias” nunca foi perdida.

A evolução dos contos está diretamente relacionada às mudanças que a sociedade foi sofrendo ao longo dos séculos. Jack Zipes (2006) comenta sobre essa influência

as novas possibilidades de participação na ordem social (...) são a razão para que em cada novo estágio da civilização, em cada novo período histórico, os símbolos e configurações dos contos foram ganhando novos sentidos, sendo transformados e eliminados de acordo com as necessidades e os conflitos do povo frente a nova ordem social (ZIPES, 2006. p. 6)

Esse trecho também nos sugere um dos motivos pelos quais as histórias e os contos de fadas sobreviveram ao longo de tantos anos. Ao evoluir e se adaptar as necessidades sociais, e ao mesmo tempo manter sua essência, esses contos garantiram um lugar especial não só na literatura, mas como no imaginário e formação individual das pessoas.

Com a chegada do século XX, Zipes (2006) indica alguns autores, na Inglaterra, que começaram a dar uma nova forma para os contos de fadas. Nessa época, os contos de fadas passaram por uma grande modificação, deixando de serem vistos como um instrumento para facilitar o processo civilizatório e de socialização, e passando a ilustrar um modelo de sociedade imaginada e alternativa, que trazia uma crítica para diversos problemas encontrados na sociedade da época. É também nesse momento que o conceito de utopia é associado aos contos de fadas. O mundo dos contos de fadas passa a ser um mundo inventado e invertido em relação o mundo real (ZIPES, 2006).

A partir dos filmes, começa a ser construída a noção de expansão do universo da narrativa, em outros suportes que não o que está sendo contado a história original, além da grande disseminação de produtos relacionados aos filmes, que vão sendo cada vez mais consumidos pela sociedade, e ganham potencial expansão a partir da década de 1970, com a inauguração dos parques temáticos de Walt Disney e com a expansão do VHS possibilitando o consumo repetido dessas histórias. A esse processo, o autor Alan Bryman (1999), dá o nome de “Disneyzação”, que é a maneira pela qual os produtos e os princípios disseminados pela Disney marcaram gerações

em diversos setores da sociedade. Esses elementos são de grande importância para entender como os filmes da Disney serviram de referência para compor o universo diegético de *Once Upon a Time*, através da lógica das narrativas comerciais.

### **Muitas narrativas sobre um universo**

Como já foi dito, a narrativa de *Once Upon a Time* se passa em dois universos, ambos com características bem específicas, que demarcam as regras de cada um deles. Desde o primeiro episódio, o espectador é apresentado aos dois mundos, a Floresta Encantada e ao “nosso mundo” que na série se resume a cidade de *Storybrooke*, em Maine, nos Estados Unidos. Na série, a narrativa se desenvolve na relação entre os acontecimentos em ambos os universos, sendo que na primeira temporada especificamente, todos os acontecimentos na Floresta Encantada se passam também no passado, a pelo menos 28 anos atrás do tempo vigente em *Storybrooke*.

Segundo Booth (2011), a desorientação temporal é uma das estratégias mais eficazes das narrativas complexas, no quesito de engajar o público. A narrativa de *Once Upon a Time* tem sucesso ao criar essa desorientação, apresentando na Floresta Encantada, as personagens principais (Branca e Encantado) com idades por volta dos 30 anos, antes de serem amaldiçoados, e ao apresentar essas mesmas personagens em *Storybrooke*, supostamente 28 anos depois, eles continuam aparentando a mesma idade. É claro que, essa desorientação precisa ser temporária, porque senão acaba confundindo o espectador e gerando insatisfação. Na série, a explicação dessa confusão temporal é dada de maneira sutil, ainda no primeiro episódio, com uma conversa entre Emma e Henry, e vai sendo reforçada ao longo dos próximos episódios.

**Emma:** “Tem sido uma noite muito longa, olhe o relógio, são quase... 20:15... Mas isso não faz o menor sentido...”

**Henry:** “Esse relógio está parado minha vida toda. O tempo aqui está congelado. A Rainha Má, enviou todas as personagens de Contos de Fadas pra cá. E agora eles estão presos.”



**Emma:** “Parados no tempo, presos em Storybrooke? Essa é sua história?”

**Henry:** “É verdade!”

**Emma:** “E porque então que todos não vão embora?”

**Henry:** “Eles não podem. Quando tentam fugir, coisas horríveis acontecem.”

Desse trecho, também já é possível extrair o que será o *plot*<sup>4</sup> de toda a narrativa da primeira temporada: fazer Emma acreditar que os Contos de Fadas realmente existem e que as personagens foram amaldiçoadas. Na série, Emma representa a figura do espectador incrédulo, que pensaria “ah tá, contos de fadas no mundo real, valeu!”, e age em relação ao Henry como se estivesse lidando com uma criança com problemas psicológicos. Essa relação de falta de credibilidade é importante para sustentar a expectativa do público que está sendo apresentado a um mundo novo, imaginado. Principalmente nos primeiros episódios da temporada, a série mostra as histórias nos dois mundos, mas sempre usa a relação da Emma e do Henry para trazer dúvida para o espectador. Será que realmente o menino está falando a verdade e teremos uma série cheia de magia e fantasia, ou o menino está inventado tudo?

Esse *plot* vai sustentar todas as histórias que serão contadas em torno do dois mundos. Mas, é através da relação das personagens com o mundo narrativo, que vai sendo possível estabelecer as marcas que comprovam que, ambos os locais existem e que a maldição não é uma invenção do Henry. Ainda no primeiro episódio, a série já manipula a questão da apresentação de personagens. Com a chegada de Henry e Emma em *Storybrooke*, conhecemos uma personagem secundária, Archie, o psicólogo de Henry. Para transpor essa personagem para a Floresta Encantada, o artifício utilizado pela série ainda não é o de inclusão de mesmas características, e uso do mesmo ator, pois, na Floresta, Archie é o Grilo Falante, e é representado realmente por um grilo. Mas para que não haja dúvidas de que essa personagem está nos dois

---

<sup>4</sup> O termo *plot* inglês para enredo, é usado para designar todos os eventos de uma história para se obter um efeito emocional e artístico, é o enredo, o que vai acontecer na história.

mundos, a série repete a mesma fala para dois contextos diferentes. Em *Storybrooke*, Archie diz para Henry que “*Ceder ao seu lado sombrio, não te traz nada de bom*” e na próxima cena, de volta a Floresta Encantada, ouvimos estas mesmas palavras faladas pelo Grilo Falante.

A série usa esse artifício mais nos casos em que a personagem representada no mundo real, em *Storybrooke*, não é um humano na Floresta Encantada. Esse artifício é útil, mas se aplica menos a personagens como Branca de Neve, que em *Storybrooke* é Mary Margareth. Isso porque, em audiovisual a representação não é descritiva e sim direta, ou seja, se uma mesma personagem é representada em dois universos, ela é caracterizada para parecer diferente, no entanto, é sempre interpretada pela mesma atriz. Se esse história estivesse sendo desenvolvida em um livro, por exemplo, o leitor poderia ficar na dúvida se a personagem é realmente a mesma pessoa, porém, como destaca Chatman (1981) a relação na literatura e no audiovisual é bem diferente.

“O autor, por meio de seu narrador, seleciona e nomeia precisamente três [características que ele quer fornecer sobre um objeto ou personagem]. E aí o leitor em posse de apenas essas características expande a imagem com sua imaginação. Mas na representação fílmica [audiovisual] o número de detalhes apresentados é indeterminado, porque o que essa versão nos apresenta é um simulacro (...)” (Chatman, 1981)

Já que a imagem é um simulacro, ou seja, uma representação da realidade, não há como a série manter muito suspense sobre as identidades dos personagens em um mundo e em outro, a menos que use como artifício o excesso de caracterização, ou mesmo computação gráfica, como acontece com a personagem Archie, pessoa em um mundo, grilo no outro. Mas no caso das personagens representadas por atores, essa caracterização quando relacionada a algo que já está no imaginário comum, ajuda o espectador a identificar mais facilmente quem é quem. Na Floresta Encantada, se passam todas as cenas em que as personagens vivem como contos de fadas. Nesse universo, as representações são mais próximas das versões já feitas pelos filmes da Disney. Isso porque é mais fácil partir de bases já formadas no imaginário para consolidar esse universo. Como a série ainda precisa unir todas as histórias em lugar

só, usar os moldes “pré-prontos” facilita ainda mais. No entanto, a marcas no textuais continuam aparecendo para reforçar as apresentações, como pode também ser vista na introdução de Mary Margareth (Branca de Neve) ainda no primeiro episódio, onde ela também repete as falas em ambos os universos.

A partir do segundo episódio, é introduzida uma narração diferente na abertura, que já traz o *plot* da temporada resumido, para que o mecanismo de obtenção de novos espectadores possa funcionar bem. Como Mittell (2006) indica, nas narrativas complexas é preciso sempre manter um equilíbrio nos episódios. Ao mesmo tempo, precisam oferecer individualidade e continuidade para a narrativa, o que faz com que seja possível que novos espectadores acompanhem a série a partir de um determinado ponto, mesmo que não tenham começado do primeiro episódio. Essa narração se mantém a mesma por diversos episódios, e vai ganhando cenas adicionais conforme o enredo principal começa a ficar mais complexo.

“Existe uma cidade, em Maine, onde cada personagem de contos de fadas que você conhece está preso entre dois mundos. Vítimas de uma poderosa maldição. Apenas uma pessoa sabe a verdade. E apenas uma pessoa pode quebrar o feitiço” (Narração)

Essa narração, além de servir como um chamariz para novas audiências, é fundamental para reforçar para o público a importância do universo e da relação da narrativa como os dois mundos onde a história se passa. E ela ainda dá conta, de responder às principais perguntas que um espectador pode ter na hora de escolher uma nova série para assistir: o que ocorreu, com quem ocorreu, como ocorreu. Aí, ele precisa apenas assistir para descobrir o porquê de tudo isso. Ou seja, apenas usando o artifício da narração inicial, a série já consegue criar um mecanismo efetivo de engajamento de entre os públicos fidelizados e novos públicos.

Outro elemento importante, que vai sendo desenvolvido ao longo da primeira temporada, é o da antecipação dos fatos narrativos para o espectador, ponto que é citado por Newman (2011), como sendo um dos maiores prazeres do espectador. Através do avanço da narrativa, o público passa a ter certeza de que os dois mundo

realmente existem e a expectativa é movida para o momento onde Emma descobrirá toda a verdade e a maldição será desfeita. Segundo Newman (2011),

“Para muitos espectadores, um dos maiores prazeres da narrativa seriada vem da antecipação de como um personagem irá responder a um detalhe narrativo que [os espectadores] já conhecem, e [vem da oportunidade de] testemunharem o momento da revelação, que é causada pela repetição do padrão de tensão seguido de resolução.”(NEWMAN, 2011. p. 4)

Ou seja, quando a série antecipa detalhes da narrativa para os espectadores, eles ganham um poder frente às personagens, porque passam a saber a verdade antes delas. E se divertem nessa relação de expectativa, esperando quando será a hora em que a personagem vai descobrir toda a verdade. Em *Once Upon a Time*, o espectador vai ganhando esse poder ao longo dos primeiros episódios, conforme vai descobrindo quem é quem em cada um dos mundos. E a expectativa vai aumentando na medida em que mais informação é fornecida e ainda assim, a Emma se recusa a acreditar que tudo é verdade.

Essa relação fica ainda mais clara conforme o espectador vai fazendo a ligação entre três elementos: a história em *Storybrooke*, a história na Floresta Encantada e todas as histórias que ele tem no imaginário, oriundas de referências das histórias que o espectador ouviu e viu em filmes sobre os contos de fadas.

## **Conclusão**

Nesse trabalho optou-se por se desenvolver um panorama geral sobre a formação do universo dos contos de fadas, para que se pudesse entender a fonte da qual a série se apropria para desenvolver suas adaptações. Além disso, foram destacadas as influências que esses contos tiveram na composição das primeiras obras audiovisuais voltadas para o universo infantil, as animações de Walt Disney. Nessa contextualização, buscou-se também destacar algumas das principais características dos contos de fadas, que foram responsáveis por manter o gênero vivo no imaginário comum ao longo de séculos. Além disso, foi relatado também, como essas características são aplicadas na formação do mundo narrativo de *Once Upon a Time*,

e como foi feita essa relação entre as características das narrativas televisivas e das narrativas de contos de fadas. Destacou-se principalmente as características de re-interpretabilidade e elasticidade dos contos, que fornecem para a série opções de inserir novos elementos e de explorar opções que não foram exploradas nas histórias.

Por fim, foi analisado como todas as teorias foram aplicadas na primeira temporada da série, dando enfoque para como os mecanismos foram desenvolvidos, e o que determinada escolha resultou para a narrativa. O que ficou claro com esse estudo é que a série apresenta diversas relações com os contos de fadas, mesmo não sendo um conto e que seu papel é importante para atualizar as histórias que o público tem formadas no senso comum. Diversos outros aspectos poderiam ser analisados mais profundamente para observar ainda mais o efeito que podem ter para sustentar a narrativa e manter a série no ar.

### **Referências bibliográficas**

- BOOTH, Paul. *Memories, Temporalities, Fictions: Temporal Displacement in Contemporary Television*. *Television & New Media* 12 (4) 370–388. Sage Publications, 2011.
- CHATMAN, Seymour. *What novels can do that films can't. (and Vice Versa)* in MITTELL, Jason. *Narrative Complexity in Contemporary American Television*. IN: *The Velvet Light Trap*, Number 58, 29-40. Fall 2006 by the University of Texas Press.
- NEWMAN, Michael Z. *From Beats to Arcs: Toward a Poetics of Television Narrative*. IN: *The Velvet Light Trap*, Number 58, 16-28. Fall 2006 by the University of Texas Press.
- ONG, Walter. *Orality and Literacy - The Technologizing of the Word*. Canada & USA: Routledge, 1982.
- ZIOLKOWSKI, Jan M. *Fairy Tales from before Fairy Tales: The Medieval Latin Past of Wonderful Lies*. The University of Michigan Press. USA, 2007.
- ZIPES, Jack. *Fairy Tales and the Art of Subversion: The Classical Genre for Children and the Process of Civilization*. Routledge. New York, 2006.
- ZIPES, Jack. *Why fairy tales stick: The evolution and relevance of a genre*. Routledge. New York, 2006.

### **Referencias audiovisuais:**

*Once Upon a Time* (em itálico). Diretor do filme. EUA: 2011. 1 temporada.



## **Lembranças digital-analógicas<sup>1</sup>**

Reflexões sobre o processo de significação da fotografia digital instantânea no cenário comunicacional contemporâneo.

Roberta Monteiro <sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente trabalho visa discutir o processo de ressignificação da fotografia instantânea, a partir do recurso de impressão dos registros fotográficos nas câmeras *Instax Mini 8* e *Socialmatic*. Para tanto, teremos como base assuntos presentes na temática da cibercultura, como por exemplo, a lógica de funcionamento das redes sociais da *internet* e a maneira como seus usuários interagem e constroem suas subjetividades neste meio. Este trabalho se vale de autores como Debord, Bauman, Sibilia, Diogo, Silva e Lemos como referenciais teóricos.

**Palavras-chave:** Fotografia instantânea; nostalgia; Instax Mini; Socialmatic.

Os avanços tecnológicos no campo da informática possibilitaram, nas últimas décadas, uma série de transformações nas práticas de documentação fotográfica. Além das questões que dizem respeito às condições de produção e edição de imagens, muitas das fotografias, agora digitais<sup>3</sup>, passaram a ter como “lugar destino” os computadores e redes da *internet*.

Estes espaços, diferentemente dos álbuns físicos de fotografia do século XX<sup>4</sup>, possuem uma enorme capacidade de armazenamento. Por isso, mais do que simples plataforma comunicacional, a *web* representa hoje uma espécie de extensão da memória humana, capaz não apenas de arquivar uma série de registros sobre a nossa existência como também gerenciá-los.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 – Subjetividade, Narrativas e Produção de Sentido do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduanda da ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing).

<sup>3</sup> Máquinas fotográficas digitais contam com cartões de memória, tela para a visualização das imagens e a possibilidade de “deletar” as fotos indesejáveis para que este espaço possa ser ocupado por novas imagens.

<sup>4</sup> Devido a sua comercialização, as últimas décadas do século XX foram o auge dos modelos analógicos, aqueles que precisavam de rolos de filme e papel fotográfico para a revelação. Nesta época, as fotografias já eram coloridas e não mais restritas às elites, embora ainda fossem reveladas para serem colocadas em porta-retratos, quadros ou guardadas em álbuns de família, visando à contemplação futura no âmbito do lar. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/fotografia-e-design/60982-175-anos-fotografia-conheca-historia-dessa-forma-arte.htm>> Acesso em: 24/08/15

Concomitantemente a essas questões, devemos observar também o papel dos aparelhos celulares como importantes impulsionadores de novos hábitos de consumo e produção de imagens. De fato, um dos recursos mais utilizados nesses aparelhos<sup>5</sup> é a câmera fotográfica. Com boa qualidade de resolução, estas últimas possibilitam a captura quase que imediata de vários acontecimentos cotidianos, sendo um recurso que está sempre acessível.

Essa acessibilidade é um fator fundamental para o uso desses aparelhos, na medida em que possibilita o compartilhamento de imagens, praticamente em tempo real, a partir de aplicativos e redes sociais da *internet*. Assim sendo, muitas fotografias que circulam hoje no ciberespaço acabam por privilegiar o princípio de instantaneidade. Além disso, a possibilidade de compartilharmos acontecimentos enquanto estamos em trânsito, isto é, sem estarmos conectados a um computador de mesa, por exemplo, potencializou a velocidade e também o alcance de nossos registros. Sobre isso, Lemos sinaliza:

[...] as redes por *Bluetooth* ou as redes 3G, já permitem notadamente a conexão à *Internet* por telefone celular ou *laptop*, sem fio constituindo-se no principal desenvolvimento da cibercultura hoje: a mobilidade e o controle informacional locativo. Temos, pela primeira vez, a potência da mobilidade física acoplada à mobilidade informacional, isto é, a possibilidade de consumir, produzir e distribuir informações em deslocamento pelo espaço urbano (2010, p. 08).

Se antes costumávamos revelar fotografias capturadas através de câmeras analógicas e, por isso, muitos de nossos relatos acabavam limitados a questões físicas e espaciais, temos hoje uma espécie de suspensão dessas imagens nos meios digitais, seguida de um sentimento de liberdade. Por esse motivo, mais do que retratos de famílias e gerações<sup>6</sup>, podemos na atualidade compartilhar todo tipo de experiência vivida.

<sup>5</sup> “Os celulares já podem substituir as câmeras digitais?” Disponível em:

<<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/09/os-celulares-ja-podem-substituir-cameras-digitais.html>>

Acesso em: 24/08/15

<sup>6</sup> Até meados do século XIX, pouco antes do início da tecnologia fotográfica, os retratos pintados ou desenhados constituíam bens restritos à nobreza e à alta burguesia. Além de raros, tais registros costumavam representar um “pequeno grupo de pessoas unidas por laços de parentesco” (SIBILIA, 2011, p.41) e representavam uma espécie de “patrimônio íntimo”, cujo objetivo era conservar as imagens da vida familiar.

Esta liberdade a que nos referimos, todavia, pode vir acompanhada de um sentimento de insegurança. Afinal, o fato de nossos registros fotográficos estarem cada vez mais digitais não significa que estes foram destituídos de sua condição de documentos pessoais. Tais como fragmentos de nossa história, essas fotos são fundamentais para que possamos nos circunscrever sócio e culturalmente, a ponto de representarem um importante pilar na construção de nossa subjetividade.

A noção de “propriedade” tem dado lugar à ideia de “acesso” (RIFKIN *apud* SIBILIA e DIOGO, 2011). Assim, estar conectado aos recursos fotográficos e às redes sociais representa, no limite, a possibilidade de “possuir” uma história. Partindo desse entendimento parece bastante compreensível o notável crescimento de imagens pessoais disponíveis na *internet*. Tais imagens passam por um processo de escolha dos usuários, que mais do que protagonistas, são diretores de uma narrativa em primeira pessoa. Sibilía relata que:

[...] os canais interativos da chamada *Web 2.0* inauguraram formas antes impensadas de se relacionar com as imagens. Ao mesmo tempo, alguns modos mais antiquados de interação estão desaparecendo, enquanto outros hábitos parecem ser reformulados ou mudam radicalmente (2011, p. 128).

Como a autora discute em sua obra, estes relatos em primeira pessoa ganham uma nova feição em meio ao contexto da cibercultura. Agora, diferentemente de outros períodos da história, estas narrativas podem ser acompanhadas por um público *online*. Ou seja, são midiática e espetacularmente contempladas.

Dentre os efeitos desse fenômeno, ressaltamos uma nova lógica de visibilidade em que a vida passa a ser orientada por imagens, tal como apontava Debord (1967) no século XX em seu livro “A Sociedade do Espetáculo”. Ao problematizar o hiperespetáculo, Silva (2007) afirma que “há, neste novo momento, a contemplação contínua do outro” (2007, p. 31). O cenário comunicacional contemporâneo, então, passa a se caracterizar como um espaço privilegiado para as práticas de publicização do eu. Neste contexto, a fotografia se torna um dos elementos fundamentais para a valorização da própria existência.

As imagens fotográficas que circulam no ciberespaço, com isso, passam, a ilustrar a construção de um eu orientado para o outro. São as chamadas

“personalidades alterdirigidas” (SIBÍLIA, 2011, p. 133), cujas subjetividades são constituídas em função do que os outros podem enxergar. Neste cenário, de constante afirmação da identidade, aplicativos surgem tendo no compartilhamento de fotografias seu elemento básico.

Uma das plataformas atuais mais difundidas, dentro dessa ótica, é o *Instagram*<sup>7</sup>. Nele, os usuários podem compartilhar fotos e vídeos, adicionar sua geolocalização, filtros, legendas e “taguear”<sup>8</sup> amigos presentes no registro. É possível também acompanhar as postagens de outros usuários na página inicial do aplicativo.

O *Instagram* permite que seus usuários construam uma espécie de narrativa em primeira pessoa, de modo que o conteúdo pessoal presente em cada perfil possa ser visualizado de forma cronológica. As postagens mais atuais ficam no topo da tela enquanto as mais antigas tornam-se secundárias. É como se vistas de longe, estas postagens fossem, em cadeia, uma grande linha do tempo e, se vistas de perto, foto a foto, constituíssem *frames* de um verdadeiro filme da vida. Daí a importância de se produzir mais imagens, constantemente. Sem elas, é como se a história do presente não tivesse espessura. Sem fotos, a linha do tempo do *Instagram* acabaria por revelar uma lacuna, um vazio de registros e, portanto, uma suposta falta de sentido.

Este movimento ininterrupto de produção e circulação de conteúdos pessoais na internet, viabilizado pelo *Instagram* e muitos outros aplicativos, colaborou com um processo de “digitalização da vida” e superproliferação de imagens. Tal como um mercado inflacionado, todavia, estas imagens tendem a ser rapidamente substituídas, descartadas ou simplesmente “esquecidas” nas congestionadas vias da plataforma *web*. Com isso, é como se houvesse um grande imperativo pelo tempo presente e o conteúdo pessoal publicado no ciberespaço estivesse fadado à dispersão.

Quanto a esta supervalorização do agora, Sibília e Diogo atribuem a expressão “presente constantemente presentificado”, afirmando que “o que é posto em

<sup>7</sup> O *Instagram* foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger em 2010

Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Instagram>> Acesso em: 15/08/15

<sup>8</sup> Trata-se de uma ferramenta em que é possível marcar outros usuários nas imagens que são postadas nesta rede social. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2013/05/como-marcar-pessoas-em-fotos-ja-publicadas-no-instagram.html>> Acesso em: 24/08/15

circulação no ciberespaço são coleções de “tempos presentes” ordenados cronologicamente” (2011, p. 136). Sem dúvida, o *Instagram* é um ótimo exemplo desse processo, pois ilustra esse jogo de temporalidade no qual a própria vida, retratada na linha, torna-se uma sucessão de novos momentos vividos.

Apesar das premissas básicas do *Instagram* o assemelhem a outras redes sociais, podemos observar mais algumas peculiaridades desse aplicativo em nosso estudo, principalmente quando a questão central é a da temporalidade. Uma delas, diz respeito aos filtros<sup>9</sup> que podem ser adicionados às fotos, seu *layout* e até mesmo o logotipo desta rede, que possuem um aspecto *retrô*.

De fato, uma de suas características distintivas é que todas as suas fotos comportam a proporção de um quadrado, enquanto a proporção de telas que geralmente é utilizada por dispositivos móveis é de 16:9. Seu logotipo, por sua vez, é uma câmera com aparência “antiga”, semelhante inclusive a modelos da *Polaroid*, marca que se consagrou como uma referência de câmeras instantâneas na década de 70<sup>10</sup>. Tudo isso, efetivamente, faz parte de uma proposta de resgate de um visual antigo que retoma e reforça o valor da fotografia.

Esta busca por produtos e serviços que evocam o passado tem ganhado atenção na esfera das pesquisas de tendências de mercado nos últimos anos. Em destaque, citamos o relatório anual da montadora *Ford* em que foi apontado um movimento chamado *Old School*<sup>11</sup>, no qual se percebe um sentimento de nostalgia e a tentativa de resgate de produtos e experiências vividas em novos lançamentos.

Partindo dessas considerações, podemos dizer que as imagens postadas por usuários em redes sociais, seja no *Instagram* ou em outras plataformas, constituem um arquivo digital da vida, a partir do qual se pode resgatar a memória pessoal. Sobre o medo do apagamento da memória e a tentativa de “congelar o tempo”, Sibilía retoma Debord:

---

<sup>9</sup> Efeitos que podem ser aplicados às imagens para deixá-las com uma tonalidade diferente da original.

<sup>10</sup> “Polaroid de volta ao mercado?” Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI25340-15259,00-POLAROID+DE+VOLTA+AO+MERCADO.html>> Acesso em: 20/08/15

<sup>11</sup> Relatório anual Looking Further With Ford, 2014. Disponível em: <[https://media.ford.com/content/dam/fordmedia/North%20America/US/2013/12/12/Ford\\_2014\\_TrendReport.pdf](https://media.ford.com/content/dam/fordmedia/North%20America/US/2013/12/12/Ford_2014_TrendReport.pdf)> Acesso em: 15/8/15



Segundo Guy Debord, esse “tempo congelado” na atualidade seria uma das características basilares da sociedade do espetáculo. No entanto, todo esse a-historicismo atual convive, de uma maneira aparentemente paradoxal, com uma sorte de obsessão pela memória. Ou, mais precisamente, uma apreensão face às suas possíveis falhas, um verdadeiro pavor suscitado pela terrível ameaça de que nossas lembranças possam ser apagadas (2008, p. 116).

Dentro do exposto, podemos identificar um cenário um tanto contraditório, em que se manifesta um latente desejo de retomada do passado ao mesmo tempo em que impera a descartabilidade - de objetos, registros e até da própria identidade -, característica de uma sociedade do consumo. Sobre essa expressão, tomamos como referência o pensamento de Bauman (2008), que se vale da metáfora da liquidez para descrever o sentimento de instabilidade e insegurança que povoa as esferas mais íntimas de nossa existência. Em sua leitura, seria a falta de referenciais sólidos e fixos um dos principais eixos para se compreender a maneira como se organizam as relações entre os sujeitos e instituições na atualidade.

Diante desse debate, que envolve a questão da temporalidade, nostalgia, necessidade de autoexpressão, medo da dispersão de conteúdos pessoais e novas formas de registro fotográfico, parece-nos interessante observar o relançamento de algumas câmeras fotográficas instantâneas, que vêm recebendo atenção por parte do mercado, que já identificou nesses modelos oportunidades de negócio.

### ***Instax Mini e Socialmatic: novos conceitos de câmeras instantâneas***

A fim de ilustrarmos as reflexões propostas até então, tomaremos como ilustração dois modelos de câmeras fotográficas instantâneas<sup>12</sup>. O primeiro caso que iremos tratar é o da *Instax Mini 8*, da marca *Fujifilm*, que foi lançada em 2012<sup>13</sup>. Esta câmera conta com rolos de filme com dez poses, quatro funções para ajuste da foto,

<sup>12</sup> Vale pontuar que nossa intenção neste tópico não é um enfoque técnico sobre as funcionalidades das câmeras instantâneas, mas sim refletir sobre o poder comunicacional destes dispositivos enquanto espaços de registro da vida, e o processo de resignificação da fotografia na atualidade.

<sup>13</sup> “*Instax*” Disponível em: <<https://en.wikipedia.org/wiki/Instax>> Acesso em: 16/08/15

flash e sete opções cores diferentes (roxa, rosa escuro, azul claro, amarela, rosa claro, branca e preta), vide figura 1.

**Figura 1 – modelos da Instax Mini 8.<sup>14</sup>**



No Brasil, esta máquina custa em torno de R\$ 474,00<sup>15</sup> e chama a atenção o fato de ter um *design* diferente das câmeras instantâneas tradicionais. No próprio site da marca há um anúncio que afirma “*Cute and compact baby design – instant photos, instant fun!*”, traduzindo: “design fofo e compacto de bebê – fotos instantâneas, diversão instantânea”<sup>16</sup>.

Diferentemente de outras máquinas fotográficas lançadas em que, muitas vezes, valorizam-se tamanhos reduzidos, a revelação instantânea exige um aparelho mais robusto, uma vez que o rolo de papel precisará passar por dentro da câmera. Contudo, no caso da Instax Mini 8 essa exigência deixa de ser apenas um aspecto funcional para se tornar uma estética que deve ser valorizada, inclusive no seu discurso de venda.

De fato, o design “*baby*” é compacto, se comparado às câmeras instantâneas antigas, mas ao mesmo tempo é “fofo”, possivelmente devido ao seu apelo nostálgico e forma não tão convencional. É como se a *Instax* fosse uma releitura e reestilização de um objeto que já esteve em evidência em outro período e agora retorna com uma nova roupagem de mercado que combina um aspecto *retrô* a um contemporâneo.

Assim, esta máquina pode ser caracterizada pelo seu forte resgate ao passado, inclusive porque ao contrário das câmeras dos aparelhos celulares de última geração, as fotos capturadas através dela não permitem nenhum tipo de edição, recorte ou aprimoramento de qualidade. Ou seja, a escolha por essa câmera sinaliza também a escolha por uma linguagem, não apenas de um produto em si, mas do tipo de imagem

<sup>14</sup> Disponível em: <[http://www.fujifilm.com/products/instant\\_photo/cameras/instax\\_mini\\_8/](http://www.fujifilm.com/products/instant_photo/cameras/instax_mini_8/)> Acesso em: 22/08/15

<sup>15</sup> Disponível em: <<http://www.lojafuji.com.br/cameras/instax/Camera-Instantanea-Fujifilm-Instax-Mini-8-Branco-2500982.html?resource=busca-int&rectype=busca-341>> Acesso em: 22/08/15

<sup>16</sup> Tradução livre da autora.

que ele pode produzir. Talvez, tudo isso possa ser interpretado como uma tentativa de enfatizar o preceito de instantaneidade, vinculando a ele outros valores como o da autenticidade e irreprodutibilidade.

O segundo modelo de câmera instantânea escolhida como ilustração caminha em uma direção diferente da *Instax*. Trata-se da *Socialmatic*<sup>17</sup>, da *Polaroid* (ver Figura 2). Lançada em 2014, além de imprimir instantaneamente a foto capturada, esta câmera possui sistema *Android*, *wi-fi* e *Bluetooth*. Ela é vendida fora do Brasil por, em média, US\$ 300,00<sup>18</sup> e possui capacidade de 4gb de memória além de permitir que os usuários editem as imagens e, finalmente, possam optar por compartilhá-las em redes sociais da *internet* como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e *Pinterest*.

**Figura 2 – modelos da *Polaroid Socialmatic*<sup>19</sup>**



Além de ter uma aparência semelhante à do logotipo do *Instagram*, a *Socialmatic* parece ser ainda mais contemporânea do que a *Instax*, tendo em vista sua possibilidade conexão com o mundo digital. Trata-se de um produto híbrido, se considerarmos o fato de ele aliar duas vertentes até então separadas: a fotografia impressa e as redes sociais.

Como problematizamos anteriormente, há sentimentos contraditórios, por parte dos sujeitos, que desejam tanto produzir imagens pessoais, divulgando-as de forma ininterrupta (e para isso recorrem a plataformas digitais), e também materializar esses registros, assegurando-lhes outro tipo de relevância e significado. Dessa forma, a *Socialmatic* demonstra a junção das duas tecnologias de “propriedade”

<sup>17</sup> “The Polaroid Socialmatic is an Android camera and an instant printer mashed together”

Disponível em: <<http://techcrunch.com/2014/01/07/the-polaroid-socialmatic-is-an-android-camera-and-an-instant-printer-mashed-together/>> Acesso em: 16/08/15

<sup>18</sup> “Socialmatic” Disponível em: <<http://shop.social-matic.com>> Acesso em: 22/08/15

<sup>19</sup> Disponível em: <<http://www.businesswire.com/news/home/20140106005688/en/Polaroid%C2%AE-Socialmatic%E2%84%A2-Camera-Debut-2014#.VdymQiVViko>> Acesso em: 22/08/15

e “acesso”, já que ela oferece a possibilidade de seus usuários serem sujeitos participantes e ativos nas redes sociais da *internet*, enquanto dá a eles a segurança que somente o “registro físico” poderia propiciar.

Todas essas considerações, ainda que meramente ilustrativas no presente estudo, nos ajudam a observar o complexo cenário que envolve a produção de imagens fotográficas na atualidade. Em meio às redes sociais da *internet*, novas tecnologias de registros e diferentes formas de autoexpressão, o fato é que estamos diante de transformações que não apenas ressignificam o que representa a documentação fotográfica, como também a maneira como a história de nossas vidas é contada.

Nesse sentido, destacamos a *Socialmatic* como um produto bastante pertinente para refletirmos sobre esse fenômeno. Até porque, devemos pontuar, o próprio *Instagram* torna-se um dos destinos finais de suas produções. Assim, apesar de *retrô*, essa máquina é absolutamente conectada com o mundo contemporâneo, no qual ocorre a sincronização dos dispositivos móveis que narram, cada um a sua maneira, e todos com o mesmo entusiasmo, o desenrolar de nosso cotidiano.

Dentro dessa ótica, as fotos capturadas por essa câmera teriam a prerrogativa de sempre retratar um momento importante da vida. Afinal, elas mereceriam existir tanto no sentido material, como uma espécie de prova física da existência, quanto digital, para circular nas disputadas vitrines do ciberespaço.

### **Considerações finais**

Neste artigo, nos propusemos a analisar, através de dois modelos de câmeras instantâneas, a *Instax Mini 8* e a *Socialmatic*, como são ressignificados os registros fotográficos físicos e digitais na contemporaneidade.

Para entendermos um pouco mais sobre práticas de produção de sentido e de constituição do sujeito contemporâneo, vimos que a fotografia se tornou peça chave nas práticas de narrativas digitais. Por outro lado, observamos também que há um

movimento de consumo de produtos e experiências que remetem ao passado e, portanto, enaltecem a fotografia física, analógica.

Enquanto a *Instax* parece possuir um apelo extremamente nostálgico, a *Socialmatic* colabora para o processo de superproliferação de imagens, observável no cenário comunicacional da atualidade. Esta câmera produz dois produtos supostamente iguais em modelos diferentes. Um digital, para compartilhamento *online*, e outro impresso, para registro físico da experiência da vida.

O destino final de nossos registros parece ser a sua suspensão no ciberespaço, ação que pode causar desconforto em meio à notável quantidade de dados nele circulante e também pela aparente obsolescência que estes relatos rapidamente ganham, pois nas redes tende-se a priorizar o que há de mais novo e, portanto, atual.

Por fim, as temáticas abordadas neste artigo propõem uma reflexão inicial no que diz respeito ao registro da vida por meio de fotografias e ao uso das redes sociais da *internet*. Consideramos, portanto, que este é apenas um dos inúmeros estudos que podem contribuir para ampliar nosso entendimento acerca da produção de subjetividade e a constituição dos sujeitos no cenário comunicacional contemporâneo.

### Referências bibliográficas:

BAUMAN, Z. *Vida para consumo*. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

DA SILVA, J. *Guy Debord: Antes e Depois do Espetáculo*. In:

GUTFREIND, C.; DA SILVA, J. M.. 1a ed. Porto Alegre: ediPUCRS, 2007.

DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1967.

LEMOS, A. *Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2008.

SIBILIA, P: *Show do Eu*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2008.

\_\_\_\_\_ e DIOGO, L.: *Vitrines da intimidade na internet: imagens para guardar ou para mostrar?* UFF – Universidade Federal Fluminense. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Rio de Janeiro, 2011.



# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação

PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

+

## XII PósCom

|| Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio ||

# GT 4

# Representação Social e Mediações Socioculturais

## Anais

COMUNICAÇÃO

E SUAS

INTERLOCUÇÕES

21, 22, 23 de outubro de 2015

PUC-RIO

ISSN: 2176-610x

## **Prostituição e suas Representações na Mídia: <sup>1</sup>** **Um Estudo de Caso da Série O Negócio**

Ana Flávia Silva Nery<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo visa questionar como o corpo feminino é representado na mídia televisiva enquanto objeto de consumo sexual. As questões relativas a gênero e as construções ideológicas/sociais moldadas pelo sistema patriarcal serão analisadas buscando compreender as representações acerca da prostituição, verificando a relação entre o corpo e os imaginários produzidos sobre a temática. A série televisiva *O Negócio*, exibida pelo canal HBO Brasil, servirá, assim, como objeto de pesquisa do trabalho, a partir da qual se buscará verificar se existe uma predominância do pensamento machista que reduz as prostitutas à única condição de objeto de prazer sexual na trama ou, diferentemente, se lhes é atribuída à condição de sujeito. Para tanto, um Estudo de Caso será realizado na citada série durante a primeira temporada, a fim de analisar as representações exibidas pelo objeto de estudo em relação às personagens da série.

### **Palavras-chave**

Representação; Prostituição; Séries.

### **A Representação da Mulher na Mídia**

Através da presença feminina na mídia é possível perceber que – independentemente do meio – a mulher aparece de variadas maneiras, que vão da mãe zelosa, dona de casa a mulher independente e sensual. É importante salientar que todas essas representações constituem um reflexo das mulheres presentes na sociedade brasileira atual e/ou das construções ideológicas que as cercam.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 (Representação Social e Mediações Socioculturais) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ). Email: anaflaviasnery@gmail.com.

Paralelamente aos progressos sociais conquistados pelas mulheres, a televisão ainda utiliza mecanismos que ratificam o pensamento machista em relação ao sexo feminino, como, por exemplo, na série *A Mulher Invisível* (2011), na qual “Amanda” (a mulher invisível) surge da necessidade de “Pedro” de encontrar uma mulher que estivesse sempre disponível aos seus desejos – sexuais ou não – personificando assim um processo de aniquilação simbólica da mulher.

A mulher ideal midiaticamente necessita ser vista como frágil e indefesa, que busca no seu companheiro uma segurança para a vida. Carvalho (*apud* LARA, 2007) afirma que a mídia intensifica uma construção baseada nos princípios patriarcais, os quais estabelecem unicamente às mulheres a responsabilidade pelo bem-estar da casa e da família. Neste aspecto, o homem é tido como um componente indispensável para a felicidade e realização pessoal da mulher.

No discurso da mídia, em geral, a mulher é um ser insuficiente e que, portanto, requer proteção, controle e vigilância. Não estamos hoje, apesar de todo o discurso sobre a modernidade, muito distantes das sociedades pré-históricas, em que a vigilância sobre o corpo da mulher acabou dando origem a um tipo de família nuclear, quando surgiu a monogamia e o patriarcado. Por mais que os discursos da mídia procurem mostrar o contrário estão estruturalmente perdidos. (GARCIA, 2007, p. 18/19).

A figura feminina é, em geral, caracterizada pelo uso de estereótipos que a retratam, muitas vezes, a partir da perspectiva de objeto sexual, na qual o corpo ideal para os padrões estéticos preestabelecidos socialmente, prevalece. Rachel Moreno (2008) alega que o corpo feminino é apresentado na mídia a partir dos seus “pedaços”, mais especificamente “os seios e a bunda”. Essa representação acaba por desumanizar e reduzir a mulher “[...] à dimensão de uma fatia bem torneada de músculo, de carne à espera do consumo, o que deveria ser um ser humano complexo. A parte pelo todo” (p. 40).

Para Moscovici (2007, p. 216), as representações sociais são fenômenos específicos relacionados ao que ele denomina de “um modo particular” de compreender e de comunicar. De acordo com este teórico, os meios de comunicação aceleram o dinamismo, o processo de construção do senso comum. “A técnica é um

fator de estimulação imaginal [...], ainda mais nas tecnologias de comunicação, pois o imaginário, enquanto comunhão é, sempre, comunicação” (MAFFESOLI, 2001. p. 80).

Moscovici (2007) afirma ainda que as representações sociais “[...] necessitam de um referencial de um pensamento preexistente”, além de terem a função de convencionalizar os objetos ou acontecimentos, conferindo-lhes uma forma definitiva, categorizando-os, modelando-os. Assinala, também, que essas representações são prescritivas, porque se impõem como uma “força irresistível” que “decreta o que deve ser pensado”.

Essas representações podem ser disseminadas através de variados produtos construídos pelos *media*, que vão desde os conteúdos contidos nas produções informativas (como o jornalismo, o radiojornalismo, o telejornalismo), passando pelos programas de entretenimento, sejam eles ficcionais ou não. O fato é que, a depender de como esses discursos sejam construídos – e é importante salientar, a depender da subjetividade dos sujeitos que os recebam – os meios de comunicação, sobretudo aqueles de maior abrangência, podem funcionar como reforçadores de conceitos e atitudes sociais questionáveis, como racismo, homofobia, intolerância religiosa, machismo, entre outros.

La imagen que la televisión reenvía de la sociedad estructura la realidad, no en el ámbito de la realidad empírica, sino más bien en el campo de la representación. La televisión actúa sobre la sociedad determinando la representación que los individuos tienen de ella. La imagen de la sociedad que la televisión reenvía se posiciona como un reflejo exterior que permite a la sociedad real poder verse y representarse a sí misma. (BROQUEN, 2007, p. 33).

Conforme Moscovici (2007), a convenção e a memória são determinantes na formação do pensamento social, aliados às estruturas tradicionais, e menos da razão e das estruturas intelectuais ou perceptivas. Com base nessa afirmação podemos inferir que a televisão, ao atuar, sobretudo através das imagens, tende a transformar suas mediações em discursos muito expressivos no tocante à apresentação de certos modelos categorizantes, generalizantes e redutores.



Generalizando, reduzimos as distâncias [...] selecionamos aleatoriamente uma característica a utilizamos como uma categoria: judeu, doente [...] etc.. A caracterização se torna, como se realmente fosse, co-extensiva a todos os membros dessa categoria [...]. Particularizando, mantemos a distância e mantemos o objeto sob análise, como algo divergente do protótipo”. (MOSCOVICI, 2007, p. 66).

As relações sociais entre homens e mulheres perante a cultura patriarcal enfatizam a desigualdade entre os gêneros na mídia, ou fora dela, e constroem (ou consolidam), assim, uma ideologia que apregoa a submissão feminina diante o “poder” masculino institucionalizado. Esse “poder” se constitui através de simbolismos neutralizados socialmente e aceitos como verdade absoluta. “A força da ordem masculina se evidencia no fato de que ela dispensa justificação: a visão androcêntrica impõe-se como neutra e não tem necessidade de se enunciar em discursos que visem a legitimá-la” (BOURDIEU, 2014, p. 22).

Na obra *O Poder Simbólico*, Bourdieu (2007) complementa que os “sistemas simbólicos” funcionam como legitimadores da dominação, assegurando-a através da violência simbólica de uma classe sobre a outra, que contribui consequentemente com a “domesticação dos dominados”, neste caso, as mulheres.

Exercer um poder simbólico não consiste meramente em acrescentar o ilusório a uma potência “real”, mas sim em duplicar e reforçar a dominação efetiva pela apropriação dos símbolos e garantir a obediência pela conjugação das relações de sentido e poderio (BACZKO, 1985, p. 298/299).

Nesse sentido, a mídia – como fonte de [in] formação e [re] produção de opiniões – se utiliza de estereótipos e/ou representações que colocam a mulher em uma posição inferior ao homem, como, por exemplo, ao neutralizar a infidelidade masculina ou utilizar de maneira exacerbada a nudez feminina como forma de: 1) banalizar a sexualidade; 2) referenciá-la como objeto sexual; ou, 3) instigar práticas de consumo.

De forma absolutamente autoritária e, ao mesmo tempo, quase imperceptível, a linguagem na mídia deslizou aos poucos para uma



distorção total da mulher como ser genérico, no sentido de reforçar o papel subalterno que a sociedade lhe reserva. O referencial passou a ser diretamente o objeto ou o animal. Para enxergar uma mulher parte-se de um produto – seja um automóvel, uma roupa, um par de sapatos ou um creme para a pele – ou da sua comparação a um animal. (GARCIA, 2007, p. 12).

É notável a influência da publicidade na vinculação do corpo feminino a determinado produto, mesmo que este seja direcionado ao público masculino. Assim, “[...] a mulher transforma-se em objeto, especialmente em objeto visual: uma imagem. É pelo olhar que o homem transforma a mulher em objeto, como se ela estivesse disponível para o seu consumo, como um produto.” (ORESTES, 2007, p. 236). Contudo, é interessante salientar que as produções ficcionais televisivas também enveredam pela manutenção da representação mulher/corpo, geralmente retratando a mulher como uma pessoa vazia, que não apresenta grandes contribuições além da sua “bela aparência”.

### **Prostituição, Representação e Discriminação**

Uma profissão que se apropria do corpo para estimular o consumo é a prostituição, midiaticamente apresentada a partir de diversos enfoques, os quais – na maioria das representações – corroboram para a manutenção de ideologias discriminatórias. Exemplo disso na teledramaturgia brasileira foi visto a partir da personagem Bebel (Camila Pitanga), da novela “Paraíso Tropical”, exibida pela Rede Globo, em 2007, que sofria humilhações e era rejeitada socialmente pelos personagens masculinos da trama, inclusive pelo empresário Olavo (Wagner Moura), com o qual mantinha uma relação amorosa.

Ao contrário da discriminação sofrida pelas prostitutas ao longo da história da humanidade, a prostituição já foi considerada pelas sociedades antigas uma ocupação respeitada, sendo as meretrizes associadas – muitas vezes – às deusas que propiciavam poder e respeito a quem tivesse relações com elas. Era comum, naquela

época, que os homens mantivessem relações com suas concubinas abertamente, já que não existia a segregação social da amante, perante a esposa. A partir do surgimento das sociedades patriarcais, que visavam no campo sexual à geração de filhos e o controle sexual da mulher, as “mulheres da vida” começaram a ser subjugadas, discriminadas por não serem “descentes” e devotadas à família. Atualmente, no país, serviços de prostituição infantil, turística, homossexual, transexual e virtual já são notoriamente mais difundidos, apesar de as mulheres (atuando de maneira presencial) ainda ocuparem a maior parcela do ramo.

A aceitável liberdade sexual do homem perante a sociedade e a manutenção da castidade da esposa, ambas defendidas pelo sistema patriarcal, foi determinante para a constante procura pela prostituição. No entanto, é interessante salientar que, a despeito de quaisquer outras interpretações, a prática da prostituição também pode ser vista a partir da perspectiva do poder e da autonomia financeira e sexual da mulher.

Geralmente, as garotas de programa são categorizadas socialmente e midiaticamente em duas situações distintas: as vítimas, obrigadas a manter relações sexuais por razões como, por exemplo, imposição, pobreza ou tráfico; e as que o fazem por opção, por considerarem a prostituição uma profissão como outra qualquer, ademais de sentirem prazer no que fazem. Lola Benvenuti<sup>3</sup>, por exemplo, optou por ser “garota de programa”. “Sempre gostei de sexo, então tinha um desejo secreto de trabalhar com isso e não há nada mais justo, faço porque gosto”, disse em entrevista ao G1, em 29/4/2013.

O jornalista Gilberto Dimenstein conta em seu livro *Meninas da Noite* (1992) a respeito da escravização sexual de crianças e adolescentes as regiões Norte e Nordeste do Brasil. De acordo com ele, uma das principais causas para a prostituição precoce estava (e ainda permanece) na falta de uma estrutura familiar, que resulta em estupros por pais ou parentes e na necessidade de levar algum dinheiro para casa ao final do dia, estímulos para as respectivas meninas à venda dos seus próprios corpos.

---

<sup>3</sup> Nome fictício de Gabriela Natália da Silva, graduada em Letras pela Universidade Federal de São Carlos. Lançou em 2014 o livro “O prazer é todo nosso”, que conta a sua história, apresentando uma nova perspectiva sobre sexualidade.

“Elas não têm nada para vender. Não sabem ler, cozinhar, escrever. Só podem vender o único bem que possuem: o corpo” (p. 18).

A prostituição pode ser considerada uma das profissões mais antigas do mundo, e também uma das que causam maior curiosidade e marginalização social. Bourdieu (2014) complementa essa premissa quando ressalta que

[...] a vagina continua sendo constituída como fetiche e tratada como sagrada, segredo e tabu, que o comércio do sexo continua a ser estigmatizado, tanto na consciência comum quanto no Direito, que literalmente exclui que as mulheres possam escolher dedicar-se à prostituição como a um trabalho. Ao fazer intervir o dinheiro, certo erotismo masculino associa a busca do gozo ao exercício brutal do poder sobre os corpos reduzidos ao estado de objetos [...] (BOURDIEU, 2014, p. 31/32).

Bourdieu (2014) discute as relações de gênero na sociedade a partir de uma dominação predominantemente masculina, a qual utiliza basicamente as distinções corporais como mecanismos de supremacia social. “O mundo social constrói o corpo como realidade sexuada e como depositário de princípios de visão e de divisão sexualizantes” (p. 24). Presente na maioria das sociedades, a prostituição põe o corpo como principal fonte de trabalho e, conforme Bourdieu (2014), ao subverter a lógica dominante em relação à mulher, as prostitutas passam a ser consideradas possuidoras de uma identidade negativa, sendo, conseqüentemente, marginalizadas socialmente.

Jean Baudrillard (1995) complementa afirmando que a exploração sexual do corpo feminino parte de uma definição histórica de servidão social, sendo esta considerada maléfica e condenada moralmente como tal. Neste contexto, “[...] a mulher e o corpo partilharam idêntica servidão e rejeição ao longo da história ocidental” (p. 145).

A análise de “O Negócio” busca investigar se, na série em questão, essa lógica social e conseqüentemente midiática permanece, já que o corpo – mais precisamente o feminino – é constantemente representado no universo televisivo a partir de conotações discriminatórias, como, por exemplo, nos programas de humor em que a

mulher ou é “gostosa” ou inteligente; ou em peças publicitárias que se apropriam do corpo para estimular o consumo.

## O Negócio

A série ficcional “O Negócio”, exibida desde o dia 18 de agosto de 2013, pelo canal fechado HBO Brasil foi produzida em parceria pela HBO LatinAmerica e a empresa audiovisual Mixer, localizada na cidade de São Paulo. Caracterizada como drama, a série contou com 13 episódios em sua primeira temporada, tendo cada um aproximadamente 50 minutos de duração.

A trama conta a história de Karin (Rafaela Mandelli), Luna (Juliana Schalch) e Magali (Michelle Batista) – três garotas de programa que escolheram a prostituição por motivos variados e decidem juntas, fazer uma revolução em suas carreiras – antes tidas como estagnadas. É nítida a intencionalidade da série de trabalhar os conceitos relativos ao *marketing* e aplicá-los a prostituição, podendo isso ser observado tanto pelo título de cada episódio, quanto pelo próprio desenrolar da história. “Ao contrário do que muitos esperavam, com as transformações da sociedade e com as mudanças de comportamento das últimas décadas, a prostituição não tende a desaparecer, mas apropriar-se de outros artifícios para se manter, mais do que nunca, viva e atual” (SILVA, 2011, p. 15).

Com a locução de Luna, a primeira personagem a ser apresentada é Karin, tida pelo mundo da prostituição de luxo como a melhor garota de São Paulo, por atuar sempre de maneira profissional. O dilema inicial da personagem é a iminente aposentadoria que se aproxima por conta da idade e os constantes desentendimentos com seus *bookers*<sup>4</sup>. Desentendimentos estes que provocam o desejo de desvinculação total da mesma com seu agenciador Ariel (Guilherme Weber), que conseqüentemente desacredita na capacidade de Karin se manter no ramo sem a ajuda de nenhum homem. Neste ponto, fica explícito a manutenção de um discurso patriarcal a qual

---

<sup>4</sup> Agenciadores de garotas de programa de luxo.

subjuga a mulher como um ser incapaz de sobreviver sem a colaboração de um provedor masculino, seja este o pai, marido ou – no caso retratado – o “cafetão”.

Outro ponto interessante é a discrepância na maneira como os homens apresentados na ficção se relacionam com as personagens principais. Ao mesmo tempo em que são consideradas apenas corpos bonitos e sem nenhuma inteligência pelos que trabalham diretamente com elas – como, por exemplo, o já citado Ariel ou o dono de uma boate onde Luna conseguia seus programas, exibido no primeiro episódio – todos os outros personagens do sexo masculino (clientes ou não) demonstram respeito e interesse pessoal, mesmo tendo conhecimento da profissão que exercem. Silva (2011) afirma que o cientista social alemão Georg Simmel analisa a prostituição nas sociedades ocidentais, diferenciando a chamada prostituição superior, da considerada de baixo nível, já que com a primeira, a sociedade se aceita de uma maneira muito mais condescendente por esta ser mais “refinada”.

Os relacionamentos amorosos das garotas também são trabalhados na série de maneira positivista, sendo os companheiros delas compreensíveis com a profissão que desempenham, como é o caso de Augusto (João Gabriel Vasconcellos), ou incentivadores, como, por exemplo, Oscar (Gabriel Godoy).

Karin pode ser considerada a líder do grupo, já que, foi a partir dela que nasceu o interesse pelo *marketing* e, por conseguinte, a criação da empresa. Apesar de ter uma sociedade inicial apenas com Luna, em cada episódio é notório o empenho único de Karin em solucionar as adversidades que surgiam, implantar a maior parte das técnicas aprendidas, além de alugar uma sala comercial no mais importante pólo comercial de São Paulo.

Magali – que surge na série a partir do segundo episódio – representou uma ramificação da prostituição, sendo intitulado pelas demais como mercado informal. Sob esta vertente, o ato de se prostituir não configura a prática de relações sexuais em troca de dinheiro, e sim de benefícios que os clientes proporcionam a garota. Acesso a restaurantes caros, hotéis de luxo e roupas de grife são alguns dos “pagamentos”



recebidos nestes casos. É interessante salientar que, muitas vezes, tais garotas não tem consciência que estão se prostituindo ao receberem tais presentes/mordomias.

Luna, por sua vez, caracteriza alguns aspectos interessantes a análise. Acredita que a prostituição é uma fase passageira em sua vida e que lhe irá permitir realizar – como ela mesma diz, “o programa de sua vida”, que consiste em casar-se com um milionário. Outra vez, pode-se notar nesta personagem um anseio intrínseco a ideologia machista, que submete a mulher a desejar um casamento como solução de todos os problemas, vivendo em uma constante dependência financeira, emocional, afetiva, etc.

Existe ainda uma diferenciação explícita por parte das protagonistas em o que seria uma mulher para casar e uma mulher para diversão, visto, por exemplo, durante o primeiro episódio da série, em que Luna finge ser inexperiente sexualmente para demonstrar ao seu pretendente rico que ela seria uma esposa ideal.

De um lado, encontra-se a figura imaculada da mulher da casa, esposa e mãe e, no outro extremo, a mulher da rua, permissiva e promíscua, que se presta às práticas sexuais que jamais poderiam ser reproduzidas com as esposas. E independente das profundas transformações sociais que fizeram com que as mulheres conquistassem direitos civis e sexuais equivalentes aos homens, essa representação da prostituição e da prostituta mantém-se, curiosamente, atualizada. (SILVA, 2011, p.10).

Outro ponto abordado na trama se refere a relação em que a prostituição tem com os familiares das garotas de programa. A família de Luna é a única a ser apresentada ao telespectador e configura a alienação dos pais da personagem em relação à atividade que a mesma pratica. Luna, ou, Maria Clara, possui uma dupla identidade e tenta encobrir da sociedade a todo custo sua verdadeira profissão. Neste único eixo dramático é abordado para evidenciar o estigma existente no ramo e seu conseqüente preconceito social. De acordo com Goffman (1981), a sociedade estipula meios de categorizar as pessoas que a ela pertence a partir de atributos que configuram uma “identidade social”, podendo estas serem consideradas positivas e comum ao meio inserido; ou negativas, reduzindo a pessoa a um ser diminuído e/ou estragado.

O termo estigma, portanto, será usado em referência a um atributo profundamente depreciativo, mas o que é preciso, na realidade, é uma linguagem de relações e não de atributos. Um atributo que estigmatiza alguém pode confirmar a normalidade de outrem, portanto ele não é, em si mesmo, nem horroroso nem desonroso. (GOFFMAN, 1981, p. 06)

Com a evolução da série e o crescimento gradual da empresa, houve a necessidade de maximizar os lucros obtidos, sendo o mercado de luxo o escolhido para ampliar os negócios. Torná-las artigos de luxo, trabalhando o imaginário do consumidor alvo passou a diferenciá-las no ramo do entretenimento sexual. Apesar de oferecer o mesmo “produto” que milhares de mulheres, de diversas classes sociais, as protagonistas buscaram “vender” seus corpos como objetos que “poucos podem pagar, mas muitos querem ter”<sup>5</sup>. De acordo com Johnson e Ribeiro (2014), a partir da aplicação de um reposicionamento na marca “Oceano Azul”, os clientes passaram a desejar as garotas não somente pelo sexo em si, mas como sinônimo de qualidade de vida, exclusividade e *status* de poder sair com tais profissionais.

## Considerações Finais

A série ficcional “O Negócio” buscou abordar a temática da prostituição a partir de outras vertentes, utilizando o *marketing* e o mercado empresarial como suportes a trama. Contudo, como afirma Silva (2011), “[...] deve-se ter em mente que a prostituição é um fenômeno social complexo e multifacetado, muito distante da homogeneidade que por vezes lhe é atribuída.” (p. 08). Homogeneidade esta presente na série através da apresentação superficial de apenas uma ramificação do mercado sexual.

A prostituição de luxo, por si só, já dissocia a imagem da garota de programa que está no ramo por falta de oportunidade, que utiliza drogas ou álcool como subterfúgio para as constantes explorações/violências sexuais. Entretanto, não se pode afirmar que esta vertente também não sofra com preconceitos sociais. Majoritariamente, é possível perceber que a série parte de uma visão positivista sobre

---

<sup>5</sup> Frase dita por Karin no episódio 08, intitulado “Reposicionamento”.

a questão, demonstrando, muitas vezes, problemas superficiais. Deste modo, não é possível verificar (pelo menos durante a primeira temporada) grandes questionamentos, discriminações e/ou violências as quais as mulheres que trabalham com a prostituição são passíveis de sofrer.

A partir da conceituação da prostituição como um mecanismo de entretenimento presente na série, percebe-se uma boa relação social da maioria dos personagens (principalmente masculinos) com as protagonistas, podendo configurar assim uma tentativa da mídia em atribuir novos valores ao receptor considerado pós-moderno. Contudo, apesar da intencionalidade em atribuir midiaticamente novos significados e visões acerca da temática, alguns pontos intrínsecos na série corroboram na manutenção de discriminações que ainda estão impregnados pela ideologia patriarcal. Exemplo disto são as inúmeras vezes que as próprias garotas se auto intitulam como “putas” por estarem no ramo, em uma clara diferenciação das “mulheres do lar”.

“O Negócio” evidentemente conseguiu ultrapassar algumas barreiras representacionais em relação à prostituição e suas relações em sociedade, permitindo uma nova configuração midiática sobre o tema. Todavia, é necessário esclarecer que ainda há muito o que se modificar na ideologia vigente para que as mulheres – prostitutas ou não – possam ser representadas de maneira mais igualitária.

## **Referências Bibliográficas**

BACZKO, Bronislaw. A imaginação social. In: Leach, Edmund et Alii. *Anthropos-Homem*. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.

BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 1995.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Tradução: Fernando Tomaz (português de Portugal) – 11ª Ed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

\_\_\_\_\_. *A Dominação Masculina*. Traduzido por Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Best Bolso, 2014.

BROQUEN, X. G. *EL PODER SIMBÓLICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN*. Dikaiosyne no. 19. Revista semestral de filosofía práctica Universidad de Los Andes Mérida – Venezuela. Julio-diciembre de 2007. P 29-38.

DIMENSTEIN, G. *Meninas da Noite: a prostituição das meninas escravas no Brasil*. São Paulo: Ática, 1992.

G1. *Faço porque gosto, revela garota de programa recém graduada em letras*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/sao-carlos-regiao/noticia/2013/04/faco-porque-gosto-revela-garota-de-programa-recem-graduada-em-letras.html>>. Acesso em: 28 jun. 2015.

GARCIA, Maria Cecília. A amarga relação da mulher com os meios de comunicação de massa. In: SCHAUN, Ângela et al.(org.). *Gênero, mídia e sociedade*. São Paulo: Expressão e Arte Editora, 2007.

GOFFMAN, Erving. *Estigma* - notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Tradução: Mathias Lambert, 1981.

JOHNSON, T.; RIBEIRO, G. C. N. *Pelas esquinas da Vida: a (des)construção da imagem de prostitutas na série O Negócio*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014.

LARA, Andréa de A. *Representação de Mulher nos Comerciais de Automóveis: Garota é apenas equipamento opcional*. Brasília: Universidade de Brasília, 2007.

MAFFESOLI, Michel. *A Transfiguração do Político: a tribalização do mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2001.

MORENO, Rachel. *A Beleza Impossível: Mulher, Mídia e Consumo*. São Paulo: Editora Ágora, 2008.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Tradução Pedrinho Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2007.

*O NEGÓCIO*. Disponível em: <<http://www.hbomax.tv/o-negocio-2/>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

ORESTES, Isabel. Modos de ver a mulher. In: SCHAUN, Ângela et al.(org.). *Gênero, mídia e sociedade*. São Paulo: Expressão e Arte Editora, 2007.

SILVA, Rogério Araújo da. *A prostituição ontem e hoje: algumas reflexões em Georg Simmel*. Trilhos: - Revista do sudeste Goiano/Faculdade do Sudeste Goiano. v. 1, n. 1 (2003) – Pires do Rio – GO: Gráfica Pires

### ***Silent Book:***

## **Suporte e semiose no fotolivro de Miguel Rio Branco<sup>1</sup>**

Ana Paula Vitorio<sup>2</sup>

João Queiroz<sup>3</sup>

### **Resumo**

*Silent Book* (1997 [2012]), considerado um dos mais importantes fotolivros do século XX, é uma rara publicação de autoria do artista plástico e fotógrafo Miguel Rio Branco. A obra, cujo design é assinado por Jean Yves Cousseau, explora a materialidade do suporte (livro) e das relações entre fotografia e mídias como pintura, literatura, cinema e teatro. Baseados nos estudos de intermedialidade e na teoria do signo de C.S.Peirce, analisamos como os aspectos materiais do suporte são explorado na interpretação da obra. Observamos que, mais do que um mero meio de difusão, o livro atua como um signo, interferindo decisivamente nas relações semióticas que ocorrem no fotolivro.

### **Palavras-chave**

*Silent Book*; Fotolivro; Miguel Rio Branco; Intermedialidade; Fotografia.

### **Introdução**

*Silent Book* (fig. 1), de Miguel Rio Branco (1997 [2012]) é um dos mais relevantes fotolivros do século XX e reúne 79 imagens fotográficas coloridas e P&B. Impresso em capa dura (195 x 195 cm), ele é desprovido de qualquer texto verbal, salvo o título ou quando o texto é parte do objeto fotografado. Nele, todas as fotografias são impressas sangradas, algumas delas em folhas dobradas. Parte de um

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 (Representação Social e Mediações socioculturais) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestre em comunicação pela UFJF. [anissima.vitorio@gmail.com](mailto:anissima.vitorio@gmail.com)

<sup>3</sup> Professor no Instituto de Artes e Design da UFJF. [queirozj@gmail.com](mailto:queirozj@gmail.com)



conjunto de quatro livros publicados por Miguel Rio Branco, *Silent Book* desenvolve-se numa das fases mais produtivas do artista que é conhecido por transitar entre cinema, pintura, fotografia e outras artes visuais. Como descreve Fernández (2011), trata-se de “um livro sobre a dor, sempre silenciosa, dos protagonistas de suas imagens: boxeadores, prostitutas, animais, doentes, obras de arte, transformados em metáforas da solidão e da angústia e também do corpo e da sexualidade” (FERNÁNDEZ, 2011, p. 195).



Fig. 1: reprodução da capa e contracapa do fotolivro *Silent Book* (RIO BRANCO, 2012).

A obra é um exemplo paradigmático de fotolivro. Um trabalho no qual “as fotografias perdem suas características fotográficas próprias e tornam-se partes, traduzidas em tinta de impressão, de um acontecimento dramático chamado livro” (BOOM; PRINS, 1989, p. 12). Como “combinação midiática” (RAJEWSKY, 2012, p. 58-60), o fotolivro de Rio Branco associa sequências de imagens, layout e impressão, tipografia, características materiais do papel e da encadernação.

Apesar da relação entre livro e imagem fotográfica ocorrer desde os primórdios da impressão da fotografia, o estudo dos fotolivros é recente e inicia-se há cerca de duas décadas no mundo (SHANNON, 2010). No Brasil, eles tornam-se foco de atenção principalmente no início deste século, com a publicação de “Fotolivros Latino-Americanos” de Horacio Fernández (2011). *Silent Book* é criação de um dos mais importantes nomes da fotografia contemporânea brasileira (BRACCHI, 2014),

no entanto a atenção dada à obra e aos outros livros do artista é pouco expressiva em comparação com a crítica e os estudos dedicados aos trabalhos de Miguel Rio Branco no cinema e nas galerias de arte. Pode-se supor que uma das razões para tal negligência deve-se à dificuldade metodológica encontrada para abordar um fenômeno que não se adequa facilmente a abordagens de análise da fotografia.

Neste trabalho, observamos como o suporte livro relaciona-se com a fotografia e com as outras mídias presentes em *Silent Book*. Na obra, mais do que um mero meio de difusão, o livro atua como um signo, interferindo decisivamente nas relações semióticas. Os componentes e as características materiais do suporte (livro) - por exemplo, o vinco que divide as páginas, a relação dialógica entre as páginas (esquerda-direita) e dobraduras do papel que ocorrem esporadicamente -, atuam como signos icônicos das fotografias impressas e das relações entre essas fotos. O livro orienta a leitura/observação das fotografias e cria interações específicas entre as imagens fotográficas relacionadas nas páginas.

O ponto de vista adotado para a análise da obra baseia-se em dois domínios metodológicos: as noções de semiose e signo icônico desenvolvidas por C.S.Peirce e os estudos de intermedialidade (*intermedial studies*).

### **Intermedialidade e semiose**

Para Elleström (2010), “toda relação intermediária parece ser mais ou menos uma anomalia onde se presume que as diferenças essenciais que caracterizam determinada mídia são transformadas, combinadas ou misturadas de maneira particular” (ELLESTRÖM, 2010, p. 14). Autores como Rajewsky (2005, 2012) definem intermedialidade como “cruzamento de fronteiras midiáticas” (RAJEWSKY, 2005, p. 44; 2012, p. 52). Clüver amplia a definição para relação entre sistemas sígnicos (CLÜVER, 2006). O fotolivro é o resultado de processos nos quais fotografia e diversos sistemas presentes no livro (tipografia, sistema verbal, layout etc.) se relacionam. Quando a relação intermediária é uma “combinação midiática” (RAJEWSKY, 2012, p. 58-60), várias mídias encontram-se envolvidas materialmente

na constituição e significação de uma determinada “configuração midiática” (RAJEWSKY, 2012, p. 58-60), ou seja, de determinada obra ou produção. Segundo Elleström (2010), há um paralelo entre a noção de combinação midiática e a ideia de “mediação” porque ambas envolvem a materialidade de diferentes mídias. Segundo o autor, “mediação” é um tipo de intermidialidade no qual uma mídia atua como suporte de outra (ELLESTRÖM, 2010, p. 17).

*Silent Book* é um fenômeno intermidiático no qual são observadas várias mídias – ou sistemas semióticos – relacionadas (fotografia, design, pintura, texto verbal etc.). Se definidas com base na Teoria do Signo, de C.S.Peirce, essas relações podem ser consideradas semioses que se apresentam predominantemente como relações icônicas.

De acordo com Peirce, a “semiose” (EP 2:411), ou a “ação do signo”, envolve uma relação constituída por três termos irredutivelmente conectados – signo, objeto e interpretante (CP 2.228). Signo é “aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém” (CP 2.228). Os signos são classificados conforme as relações de determinação, e/ou causalidade, que mantêm com seus correlatos (objeto e interpretante) (FREADMAN, 2004). Com relação a seus objetos, os signos podem exibir alguma similaridade ou analogia, com eles, quando são classificados como “ícones”; podem forçar a atenção para um objeto, por meio de uma relação factual, como “índices”; ou podem, ainda, se relacionar com seus objetos com base em alguma característica imputada através de associações de ideias, ou leis, como os “símbolos” (CP 1.369, CP 1.558; QUEIROZ; EL-HANI, 2006).

Sobre o ícone, que é a classe mais importante em nossas análises, Peirce afirma que “em um sentido mais estrito, nem mesmo uma ideia, exceto no sentido de uma possibilidade, ou Primeiridade, pode ser um Ícone” (CP 2.276), no entanto, “[...] um signo pode ser icônico, isto é, pode representar seu objeto principalmente por sua similaridade, não importando seu modo de ser” (EP 2: 273). É precisamente nesse domínio que usamos esta noção, para descrever os signos que exercem função icônica nos fotolivros. Para Peirce, “uma propriedade muito característica do ícone é que através de sua observação direta outras verdades a respeito de seu objeto podem ser

descobertas” (CP 2.279). Esta definição representa uma destrivialização da noção de ícone como um análogo do objeto representado (STJERNFELT, 2000, 2007). O ícone é operacionalmente definido como um signo cuja manipulação permite, por observação direta de suas propriedades, a descoberta de alguma informação sobre seu objeto (ATÃ; QUEIROZ, 2014). É precisamente o que veremos na análise de *Silent Book*. Observando a disposição das páginas, por exemplo, obtemos certas informações sobre as fotografias, ou relações entre as fotografias quando associadas em páginas subsequentes, ocasiões em que a leitura de uma pode produzir interpretações muito orientadas de outra (s).

### **Relações entre sistemas semióticos em *Silent Book***

Em *Silent Book*, alguns aspectos materiais do livro funcionam como signos das fotos e das relações entre as fotos. O primeiro exemplo são as relações estabelecidas pelo pareamento entre páginas completamente pretas e páginas onde se observam fotos impressas. Isso ocorre em nove dos 41 dípticos<sup>4</sup> deste fotolivro. Como é possível observar nos exemplos do décimo, 14º e 20º dípticos, o resultado obtido por meio de um recurso de impressão (cobertura completa da página pela tinta preta), atua como signo icônico das fotografias com as quais é pareado. Isto é, o preto (aproximadamente 0, 0, 0 e 100% na escala CMYK) funciona como recorte metonímico e ampliação de parte da foto impressa ao lado.

Nos três exemplos, as correspondências entre foto e página em preto reduzem a distinção entre páginas provocada pela divisão material entre as partes do díptico. No décimo (fig. 2), o efeito divisor do vinco atenua-se próximo às extremidades verticais das páginas em razão da similaridade cromática (áreas mais escuras da foto impressa em B, aproximadamente 0, 28%, 100% e 56% na escala CMYK, em contato

---

<sup>4</sup> Chamamos de díptico cada duplo de páginas acessível quando o livro é aberto, sendo “A” a página esquerda e “B” a direita. No caso dos trípticos, que serão vistos adiante, chamamos de “A1”, “A2” as páginas formadas quando a página esquerda é desdobrada e de “B1” e “B2” quando o desdobramento ocorre no lado oposto do díptico.

com o preto total de A) o que resulta na interpretação de A como parte de B que se estende horizontalmente para a esquerda.

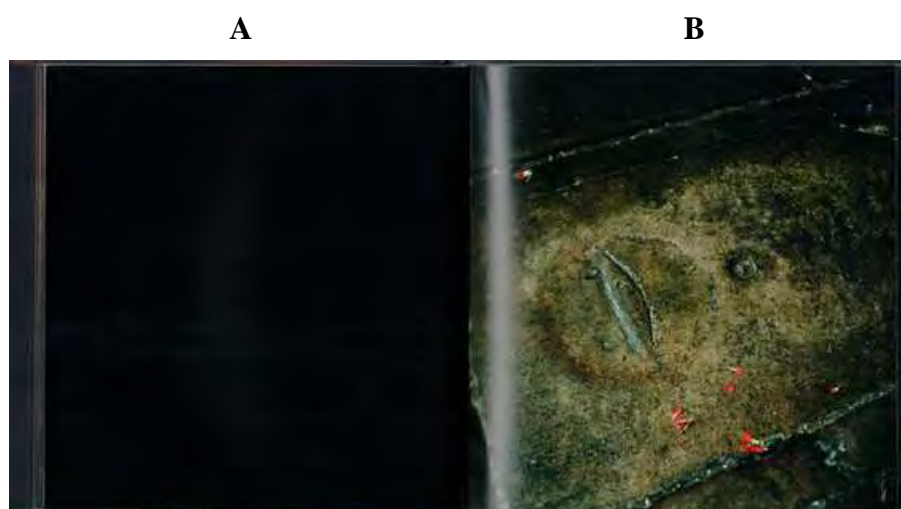


Fig. 2: reprodução das páginas 24 e 25 de *Silent Book* (RIO BRANCO, 2012).

No 14º díptico (fig. 3), o preto, presente em todo o plano de fundo de B, encontra, no vinco, o completo preto de A, oferecendo ao observador/leitor também a possibilidade de interpretar uma como parte da outra.

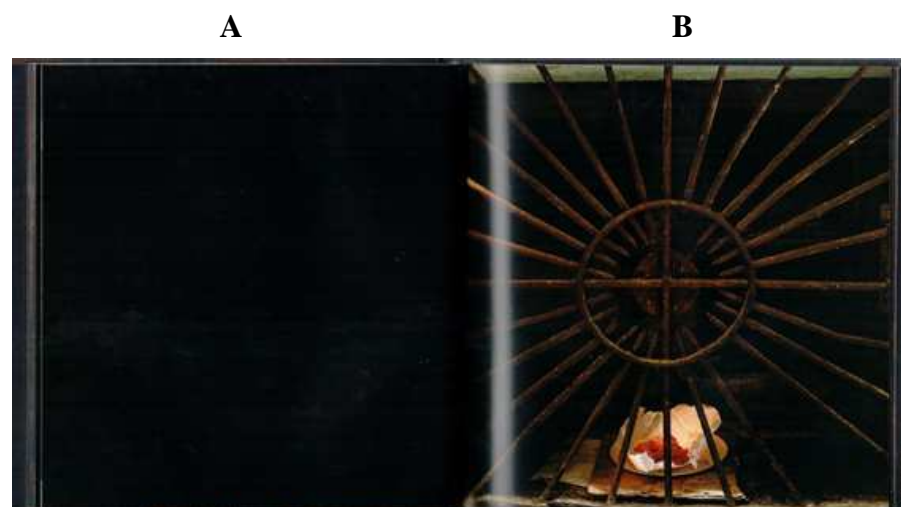


Fig. 3: reprodução das páginas 34 e 35 de *Silent Book* (RIO BRANCO, 2012).



No 20º, apesar do cinza escuro (aproximadamente 0, 0, 0 e 77% na escala CMYK) próximo ao vinco em B, que também reduzir o feito divisor do vinco, a similaridade entre as partes ocorre predominantemente entre o preto de A e o preto predominante na figura principal disposta no centro de B (abertura na parede).

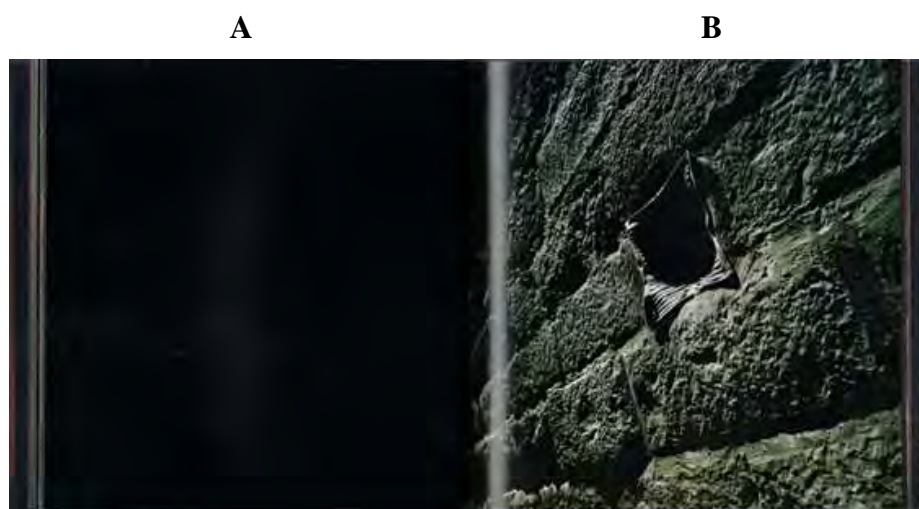


Fig. 4: reprodução das páginas 46 e 47 de *Silent Book* (RIO BRANCO, 2012).

Nos três casos um processo metonímico resulta das qualidades cromáticas compartilhadas nas páginas dispostas lado a lado. O processo de associação ocorre por similaridade, pela relação icônica que se estabelece entre aquilo que se vê impresso nas duas páginas.

Como resultado das condições de mediação, ou seja, das formas como as fotografias são impressas e dispostas no livro, as relações entre as fotografias são, na maioria dos casos, responsáveis por processos em que atuam menos como signo do objeto fotografado (“objeto do registro”, c.f. KOSSOY, 2002, p. 22), para funcionar como signos da própria interação entre as fotos, e entre elas e as páginas do livro.

O sexto díptico de *Silent Book* (fig. 5) é um bom exemplo. O *Hell's Diptych*, um dos trabalhos mais famosos de Miguel Rio Branco (BRACCHI, 2014), quando contextualizado no fotolivro sem o título que lhe foi dado quando parte da exposição dedicada ao artista em 2010 no Inhotim, tem sua interpretação sugerida pela sequência de imagens fotográficas que lhe precedem no fotolivro. Contudo, a relação de intermedialidade observada entre a pintura fotografada e impressa em A e a

fotografia disposta em B parece ser o que há de mais relevante no estudo das relações entre mídias neste díptico. O diálogo entre as duas páginas é um caso de “tradução intersemiótica” (transposição “de um sistema de signo para o outro”, c.f. JAKOBSON, 2007, p. 11), o que é possível constatar por meio das similaridades observadas entre pintura e fotografia pareadas. Nesta associação, A, disposta na porção esquerda do díptico e primeira a ser observada/lida quando o fotolivro é folheado da esquerda para a direita, influencia determinantemente a observação/leitura de B, à direita.

Os aspectos materiais do livro (por exemplo, o vinco entre o duplo de páginas) atuam junto da organização dos elementos que integram as imagens fotográficas, produzindo o espelhamento de uma página na outra. B reproduz características de A, como a incidência da luz centralizada, guiando o olhar do observador do ponto esquerdo inferior para o direito superior; como a relação cromática reduzida às cores que vão do laranja (aproximadamente 0, 35%, 85% e 0 na escala CMYK) ao marrom (aproximadamente 0, 28%, 100% e 56% na escala CMYK); a composição diagonal de figuras curvilíneas retorcidas; ausência de unidade geométrica; reduzida profundidade de campo; além de volumetria e aparência tátil das figuras. As características comuns entre pintura e foto sugerem que, no díptico, B atua como consequência de A, ou que B funciona como tradução intersemiótica de A. A disposição das imagens no fotolivro é responsável por estabelecer diretamente a relação de simetria entre as partes, permitindo uma observação alternada de suas propriedades. Se dispostas no mesmo fotolivro, em dípticos distintos, por exemplo, as similaridades continuariam a existir, no entanto, seriam atenuadas.

A

B



Fig. 5: reprodução das páginas 16 e 17 de *Silent Book* (RIO BRANCO, 2012).

Processo semelhante ocorre nos 32º (fig. 6) e 36º (fig. 7) dípticos, onde as relações icônicas, entre figuras impressas nas duas páginas destacam-se sobre as relações nas quais as fotos representam indexicalmente seus objetos.

No 32º díptico (fig. 6), o pareamento das duas fotos produz interpretações específicas: relacionadas, as fotografias parecem atuar como causa (B) e consequência (A). Como resultado das interferências semânticas exercidas por A em B, e vice-versa, observamos, por exemplo, a *ring girl* como “toureira”, mulher de cabeça inclinada como signo do touro que agoniza, ou o touro e a mulher como signos do mesmo objeto: “derrota”, “dor”, “morte”. Se observada isoladamente, B é signo de um ringue de boxe. Contextualizada, no díptico, no entanto, a relação entre a foto e o boxe perde importância por não contribuir para a relação entre as partes pareadas. B torna-se signo de A e, neste caso, são os aspectos icônicos da foto em B os responsáveis pelas correspondências observadas entre as fotografias.



Fig. 6: reprodução das páginas 72 e 73 de *Silent Book* (RIO BRANCO, 2012).

No 36º (fig. 7), a relação entre a foto em B e o objeto que ela representa (o objeto de registro) altera a relação entre a imagem em A e seu próprio objeto de registro. As pétalas de flor de bananeira caídas no chão em B são análogas ao cacho de bananas (inexistente nas fotos) e do saco de areia, cujas formas são exploradas na estruturação da foto em A.

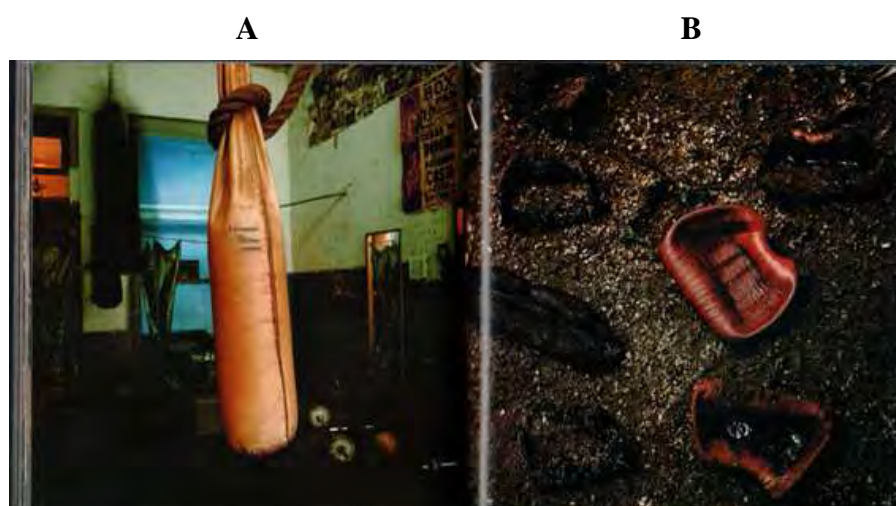


Fig. 7: reprodução das páginas 82 e 83 de *Silent Book* (RIO BRANCO, 2012).

Além dos 41 dípticos, em seis momentos no fotolivro, uma das páginas abre-se, revelando uma terceira fotografia (figuras 8 e 9). A associação entre três páginas e,



consequentemente, entre três fotos, formam “trípticos fotográficos”. Aqui a noção de “referência intermediática” (RAJEWSKY, 2012, p. 58) é útil uma vez que assim são definidos os casos de intermedialidade nos quais se verifica que elementos de uma mídia são adaptados ou aludidos em outra mídia. Quando encontra um tríptico, o observador/leitor é conduzido a explorar diferentemente a materialidade do livro. A associação entre três páginas alude aos “trípticos pictóricos” (conjuntos tripartidos de imagens pictóricas). O suporte relaciona-se por similaridade com a pintura. O livro atua “como se<sup>5</sup>” fosse a moldura tríplice que une e converte três pinturas em uma imagem “única”.



Fig. 8: reprodução das páginas 26 e 27 de *Silent Book* (RIO BRANCO, 2012).



Fig. 9: reprodução das páginas 26, 27 e 28 de *Silent Book* (RIO BRANCO, 2012).

<sup>5</sup> Expressão utilizada por Irina Rajewsky para explicar a relação de intermedialidade classificada por ela como “referência intermediática”: “O que se cria nesse caso é uma mera ilusão, um ‘como se’ relativamente à outra mídia” (RAJEWSKY, 2012, p. 69).



No terceiro (fig. 10) dos seis trípticos, por exemplo, a relação de correspondência entre os aspectos qualitativos das três fotografias ocorre predominantemente em função dos elementos cromáticos (cores similares próximas ao cinza - percentuais de 0, 0, 16% e 50% na escala CMYK). B1 funciona como vínculo material e formal, responsável pela intercessão de A e B2. Disposta entre as outras duas, B1 salienta correspondências entre A e B2, tais como semelhança cromática (tons de cinza), aparência tátil (aspereza) e reduzida profundidade de campo. A aparência de aspereza predominante em toda a superfície de A (parede) e B2 (chão) ocorre em B1 na figura principal (manchas brancas no vidro do relógio), funcionando como mais um denominador comum entre as três fotografias. A associação provoca correspondências que ocorrem também de maneira particular entre duas das três imagens fotográficas relacionadas. Observa-se que em A e em B2, diferente de B1, o branco pontua áreas específicas da imagem em vez de prevalecer na formação de uma figura. Quanto às correspondências entre B1 e B2, constata-se as linhas traçadas na diagonal próximo aos vértices das imagens, formando figuras triangulares: quadros inferior esquerdo, superior e inferior direitos de B1, e inferior e superior direitos de B2. Em B1 e B2 ainda, diferente de A, a figura principal (relógio em B1 e cruz em B2) destaca-se do plano de fundo pela disposição centralizada na imagem e contornos volumétricos.



Fig. 10: reprodução das páginas 48, 49 e 50 de *Silent Book* (RIO BRANCO, 2012).

No caso deste tríptico, como nos dípticos que o antecederam, observamos as influências do suporte sobre a observação/leitura das fotografias. As relações icônicas verificadas entre as fotos dispostas lado a lado evidenciam que a localização das fotos e das páginas pretas no livro não é aleatória e ocorre, sobretudo, em razão da relação dialógica entre as páginas, que é própria do suporte.

## Conclusão

Em *Silent Book*, vários aspectos materiais do livro e hábitos associados ao suporte são explorados de modo a direcionar a interpretação das fotografias lidas/observadas em sequência. Algumas das fotos vistas em *Silent Book* não são exclusivas da publicação, mas já integraram outros trabalhos de Rio Branco, como o caso de *Hell's Diptych*. No fotolivro, entretanto, essas imagens fotográficas tornam-se parte de um todo, relacionando-se não só com a foto disposta ao lado como com toda a sequência de fotografias e com o próprio suporte no qual se encontram impressas. Trata-se de um exemplo onde, mais do que um mero meio de difusão, o livro atua como um signo, interferindo decisivamente nas relações semióticas observadas no fotolivro.

Quando observada isoladamente, uma fotografia é, em geral, interpretada como signo indexical daquilo que se encontra na superfície fotográfica. Num fotolivro, entretanto, as condições em que a fotografia é impressa – por exemplo, tudo aquilo que se refere ao projeto gráfico da obra, incluindo a natureza e qualidade do papel, a escolha de famílias tipográficas, relações espaciais entre os componentes visuais etc. – alteram a relação entre as fotos, e entre as fotos e seus objetos ou referentes. As mídias envolvidas, inclusive a fotografia, não podem ser interpretadas isoladamente porque é a própria relação entre elas que caracteriza um fotolivro.

## Referências

ATÃ, Pedro; QUEIROZ, João. Iconicity in Peircean Situated Cognitive Semiotics. In: THELLEFSEN, Torkild; SORENSEN, Bent (Eds.). *Charles Sanders Peirce in His*

*Own Words – 100 Years of Semiotics, Communication and Cognition*. Berlin: Walter de Gruyter, 2014. p. 527-536.

BOOM, Mattie; PRINS, Ralph. *Photography between covers: the Dutch documentary photobook after 1945*. Amsterdam: Fragment Uitgeverij, 1989.

BRACCHI, Daniela. *Fotografia Brasileira Contemporânea a partir de Miguel Rio Branco*. São Paulo: USP, 2014.

CLÜVER, Claus. Inter textus / Inter artes / Inter media. In: *Aletria*. Belo Horizonte, v. 14, n. 1, p. 11-41, 2006.

ELLESTRÖM, Lars. The Modalities of Media: A Model for Understanding Intermedial Relations. In: \_\_\_\_\_. *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Houndmills, Palgrave Macmillan, 2010. p. 11-48.

FERNÁNDEZ, Horacio. *Fotolivros Latino-americanos*. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

FREADMAN, Anne. *The Machinery of Talk: Charles Peirce and the Sign Hypothesis*. Stanford: Stanford University Press, 2004.

JAKOBSON, Roman. *Linguística e Comunicação*. São Paulo: Cultrix, 2007.

KOSSOY, Boris. *Realidades e ficções na trama fotográfica*. Cotia: Ateliê Editorial, 2002.

PEIRCE, Charles Sanders. *Collected Papers*. Cambridge: Harvard University Press, 1931-1958. 8 vls.

PEIRCE, Charles Sanders; HOUSER, Nathan. *The essential Peirce: selected philosophical writings*. Indiana University Press, 1998.

QUEIROZ, João; EL-HANI, Charbel. Towards a multi-level approach to the emergence of meaning in living systems. In: *Acta Biotheoretica*. v. 54, n. 3, p. 179-206, 2006.

RAJEWSKY, Irina O. A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermedialidade. In: DINIZ, Thais (Org.). *Intermedialidade e Estudos Interartes: desafios da arte contemporânea*. Belo Horizonte: Rona Editora, 2012.

RIO BRANCO, Miguel. *Silent Book*. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

SHANNON, Elizabeth. The rise of the photobook in the twenty-first century. *North Street Review: Arts and Visual Culture*, v. 14, 2010, pp55-62.

STJERNFELT, Frederik. *Diagrammatology: an investigation on the borderlines of phenomenology, ontology and semiotics*. New York: Springer, 2007.

\_\_\_\_\_. *Diagrams as centerpiece in a Peircean epistemology*. Transactions of the Charles S. Peirce Society, v. 36, n. 3, p. 357-392, 2000.

## **Princesa congelada?**

### **Uma leitura feminista de *Frozen – uma aventura congelante*<sup>1</sup>**

Beatriz Beraldo Batista<sup>2</sup>

Jacqueline Sobral<sup>3</sup>

#### **Resumo**

O presente artigo se vale das teorias da representação social para debater a construção simbólica do papel da mulher na sociedade, tendo como suporte as narrativas de contos de fada. Partindo da hipótese de que o filme *Frozen - uma aventura congelante* (*Frozen*, 2014) representa uma leitura moderna dos tradicionais contos de fadas, propomos pensar o protagonismo da “princesa Elsa” como uma possível adoção de diretrizes feministas na construção de histórias infantis pelo conglomerado Disney.

#### **Palavras-chave**

Comunicação; Representação Social; Infância; Feminismo

#### **Considerações iniciais**

O amor cura; essa é uma das principais mensagens de *Frozen* (2014), um sucesso de bilheteria da Disney. Ao contrário da maioria dos desenhos produzidos pela indústria cinematográfica criadora do Mickey, o filme rompe com a lógica do amor romântico, que traz como um de seus alicerces o fato de que uma mulher precisa de um homem que a salve. A história apresenta Elsa e Anna como protagonistas para enfatizar a importância do amor entre duas irmãs e o laço que pode surgir entre duas figuras femininas, que não são lidas como pessoas frágeis, mas que têm suas qualidades e suas fraquezas. O gelo no longa-metragem aparece talvez como uma metáfora que representa a necessidade de repressão de seus próprios sentimentos por

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 (Representação Social e Mediações Socioculturais) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Email: biaberaldob@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).



parte da mulher, em favor de um protagonismo masculino ainda presente na sociedade contemporânea, e o seu consequente isolamento para a conquista da liberdade.

Trazendo este filme como objeto central de análise, este artigo tem como objetivo fomentar o debate em torno das teorias da representação social no que diz respeito à conformação dos papéis sociais desenvolvidos pela mulher em nossa sociedade – papéis estes que são construídos simbolicamente desde a infância.

Como referência teórica para o conceito “representações sociais” nos valem, prioritariamente, do texto homônimo de Moscovici (2011). O autor sustenta que é a partir das representações sociais que transformamos aquilo ou aquele que nos é estranho em algo compreensível, decifrável, ou em suas próprias palavras: “A finalidade de todas as representações é tornar familiar algo não familiar, ou a própria não familiaridade” (MOSCOVICI, 2011, p.54). Assim, as histórias infantis, comercializadas pela Disney, servem como processos de ancoragem da identidade feminina de crianças em todo o mundo. A presença de princesas delicadas e indefesas nessas histórias nos leva a imaginar que a feminilidade estaria associada a um caráter de fragilidade e até mesmo inferioridade, já que elas, invariavelmente, precisam de um homem (príncipe, caçador, pai) para salvá-las.

*Frozen*, entretanto, apresenta um enredo percebido como desviante deste padrão de feminilidade. Essa discussão é importante, pois na sociedade contemporânea além de fonte de lazer ou informação, a mídia, incluindo o cinema, assume um papel importante na educação das crianças, como ressalta Fischer (2002), que classifica os espaços dos meios de comunicação como lugares de formação: é a partir deles que obtemos um aprendizado cotidiano sobre quem somos e temos acesso a uma série de valores, concepções e representações.

### **A história do filme**

O filme conta a história de duas princesas irmãs, Anna e Elsa, que vivem no castelo do reino de Arandelle, com seus pais. Enquanto a primeira é alegre e espontânea, a segunda aparenta ser entristecida por ter nascido com o poder de

transformar tudo que toca em gelo. Como não consegue ter controle sobre esse "dom", Elsa acaba congelando a irmã durante uma brincadeira de criança. Passado o susto, o rei e a rainha decidem que a filha precisa ficar isolada. "Não sinta, não deixe aparecer", ordena o pai, mandando Elsa vestir luvas na tentativa de deter seu poder. Anna consequentemente fica sozinha, sem ter com quem brincar. Logo depois, os dois adultos acabam morrendo em um acidente e as irmãs passam a infância separadas uma da outra, Elsa consciente do motivo, Anna sofrendo sem entender por que tem que ficar isolada.

Três anos depois, as portas do castelo finalmente são reabertas, pois é o momento de Elsa ser coroada rainha. As duas vão para o evento com expectativas diferentes: ávida por carinho e afeto, Anna está contente, pois vai interagir com outras pessoas e ver a irmã, enquanto Elsa está reticente, pois teme que os outros descubram sua maldição e fica repetindo para si mesma "não sinta, não deixe que eles saibam." Durante a festa, Anna conhece o príncipe Hans e logo determina que ele é "o amor da vida dela" e anuncia que vai se casar; Elsa rebate dizendo que não vai ter casamento e que a irmã não sabe o que é amor verdadeiro. "Você é que não sabe, você excluiu todo mundo!", acusa Anna. A partir daí, o filme mostra uma sucessão de acontecimentos: as duas brigam, Elsa se descontrola e começa a transformar tudo em gelo; envergonhada, sem querer congela um chafariz e a água que sai dele, e é chamada de "monstro" pelos súditos; acaba fugindo. Anna decide ir atrás da irmã, enquanto a neve começa a cair e todo o reino é congelado.

Distante de todos, escondida na montanha, Elsa se livra das luvas e, sozinha, comemora a liberdade. O refrão da música que canta é *Let it go*; ela diz que não vai voltar ao que "ficou para trás" e que o frio não a incomoda. À medida em que canta, constrói um castelo de gelo só para si. O longa-metragem, então, mostra o percurso que Anna faz para encontrar a irmã, acompanhada do plebeu Kristoff e sua rena, Sven, que conhece no caminho. Ao ouvir a história de que ela encontrou seu "amor verdadeiro" na festa de coroação, o rapaz aparece em várias cenas do desenho questionando a princesa: "Peraí, você ficou noiva de um cara que conheceu no mesmo

dia? Como você pode saber que é amor verdadeiro?" O trio também passa a contar com a ajuda de Olaf, o boneco de neve criado por Elsa e Anna, quando eram crianças.

Quando Anna chega ao castelo de gelo, se surpreende ao ver a irmã tão bonita. Elsa fica feliz em vê-la, mas diz que ela precisa ir embora. "Não feche a porta para mim, podemos dar um jeito", diz Anna. "Por favor, volte e aproveite o sol", Elsa suplica. Ao ouvir que o reino inteiro está congelado, a princesa de gelo se descontrola novamente e acaba atingindo mais uma vez a irmã. Anna, contudo, parece estar bem. Não querendo machucar a irmã de novo, Elsa subitamente cria um imenso monstro de neve para afugentar Anna, que sai correndo junto com Kristoff, Sven e Olaf. Logo depois disso, o cabelo de Anna começa a ficar branco e ela descobre que Elsa sem querer congelou seu coração. Apenas um "ato de amor verdadeiro" será capaz de descongelá-lo.

Nesse momento da trama, Elsa é capturada por um grupo de homens sob o comando de Hans e fica presa na torre do castelo de Arandelle, até que consegue congelar as algemas e escapar. Enquanto isso, sua irmã já está bem fraca, mas tenta sobreviver com a ajuda de Olaf, que arrisca a vida para acender a lareira e aquecer a princesa. "Estava errada, ele não é meu amor verdadeiro", lamenta Anna sobre o príncipe. Olaf, então, diz a ela que Kristoff demonstra amá-la.

Tudo indica, dessa forma, que Kristoff será o herói da história: ele é que deverá ser responsável pelo ato de amor verdadeiro que salvará Anna, pensa o telespectador. No entanto, *Frozen* surpreende: o príncipe mal está prestes a matar Elsa, quando Anna, mesmo fraca, consegue se colocar no meio dos dois para impedir que isso aconteça; o gelo logo depois toma conta do corpo de Anna, e Elsa se agarra a irmã chorando; as lágrimas, então, acabam derretendo o gelo e salvando Anna. Eis o amor verdadeiro: o sentimento forte que existe no laço entre duas irmãs. No final do filme, Arandelle é descongelada; Elsa passa a controlar seus poderes; Hans é preso; Olaf ganha uma "nuvem de gelo" só para si, para não derreter, e passa a curtir o verão; Anna e Kristoff se beijam, mas não há nenhum indício no filme do lema "felizes para sempre", propagado por tantas outras produções da Disney. Na última cena do desenho, as irmãs aparecem felizes patinando na pista de gelo que Elsa criou.

## **Análise preliminares**

O filme *Frozen – Uma aventura congelante* foi um dos mais bem-sucedidos desenhos de animação 3D produzidos pela Disney. Seu resultado de bilheteria ficou atrás apenas de *O Rei Leão*, grande sucesso dos anos 1990. O filme foi aclamado também por seu conteúdo, considerado por muitos, como “feminista” em razão de ser o primeiro filme de princesas com enredo “sister before mister”<sup>4</sup>.

A música tema do filme “*Let it go*” foi vencedora do Oscar de melhor canção em 2014 e também chamou atenção por seu conteúdo libertário, pouco comum em filmes infantis. A letra, que fala de uma garota que deixa pra trás um modo de viver escondida, que lhe causava muito sofrimento, chegou a ser “acusada” de ser um hino LGBT<sup>5</sup>.

Como se pode ver, a animação provocou grande impacto na mídia, e como tudo que nos parece estranho ou desviante, dividiu opiniões. Para Becker (2008), saber “se um ato é ou não desviante, depende de como outras pessoas reagem a ele” (BECKER, 2008, P. 24); isto significa dizer que para compreender o impacto causado pelo conteúdo inovador de *Frozen*, faz-se necessário observar o público a quem se dirigem os desenhos Disney.

O conglomerado Disney (estúdios de animação e seus parques de diversão), embora seja uma invenção genuinamente estadunidense, é um modelo de sucesso que espalha suas criações, imaginário e narrativas para quase a totalidade do globo, conquistando, em especial, a audiência infantil do mundo ocidental. Para Jean Baudrillard (1991, p. 20), a Disneylândia seria um “jogo de ilusões” que atrai multidões interessadas em embarcar em um universo imaginário que, ainda segundo o autor, estaria mais próximo do real do que do mundo da fantasia, pois fornece a

---

<sup>4</sup> Tradução livre: Irmãs primeiro, rapazes depois. Ver: <http://www.dailytelegraph.com.au/rendezview/sisters-before-misters-and-other-life-lessons-learned-from-frozen/story-fnpugljf-1227267621124>. Último acesso em 09 de agosto de 2015.

<sup>5</sup> Ver: <http://www.theguardian.com/music/musicblog/2014/apr/10/frozen-let-it-go-disney-hit-adolescent-lgbt-anthem>. Último acesso em 09 de agosto de 2015.

imagem na qual a América se constrói. Giroux (2001) se vale das análises do teórico francês para lembrar que “Houston modelou o monotrilho do seu porto baseado no da Disneylândia” (GIROUX, 2001, p. 92).

Queremos afirmar com isso que a influência das narrativas Disney no mundo ocidental é indiscutível no ponto de vista das representações sociais. Segundo Serge Moscovici (2011):

Nossas coletividades de hoje não poderiam funcionar se não se criassem representações sociais baseadas no tronco das teorias e ideologias que elas transformam em realidades compartilhadas, relacionadas com as interações entre pessoas que, então, passam a construir uma categoria de fenômenos à parte. E a característica específica dessas representações é precisamente que elas “corporificam ideias” em experiências coletivas e interações em comportamento (MOSCOVICI, 2011, p. 48).

Nesse sentido, os filmes da Disney, bem como os seus parques de diversão, fornecem à coletividade ocidental uma ideologia compartilhada. O que se discute, portanto, são as mudanças nos discursos dos filmes de princesa que podem, até certo ponto, espelhar uma mudança de comportamento da sociedade.

### **Representações do gênero feminino nos filmes de princesa da Disney**

A célebre máxima de Simone de Beauvoir (1967) “ninguém nasce mulher: torna-se mulher” atenta para o fato de que as mulheres são ensinadas, nas sociedades capitalistas ocidentais, desde a primeira infância, a cumprir um papel social desenhado como inferior ao masculino, daí a sua interpretação de que o gênero feminino seria “o segundo sexo”.

São muitas as narrativas que suportam as representações femininas padronizadas que a mídia massiva e a sociedade do consumo difundem: novelas, revistas femininas, seriados, *reality shows* e obras cinematográficas são alguns exemplos. Estas representações alicerçam um modelo de feminilidade que, a rigor, não tem compromisso com a realidade concreta, mas com a manutenção de um *status quo* de subserviência feminina e de sua pretensa fragilidade:

Da ‘falta de homens’ à ‘epidemia de infertilidade’, do ‘estresse feminino’ à ‘prejudicial dupla jornada de trabalho’, estas pretensas crises femininas



tiveram sua origem não nas condições reais da vida das mulheres mas sim num sistema fechado que começa e termina na mídia, na cultura popular e na publicidade – um contínuo feedback que perpetua e exagera a sua própria imagem fictícia da feminilidade. (Faludi *apud* Alves, 2011, p. 305).

Nesta arena de representações midiáticas, é claro que os filmes infantis da Disney, não fogem à regra:

Como os desenhos animados da Disney produzem uma multidão de vilões, heróis e heroínas exóticos e estereotipados, eles estão repletos de fantasia. [...] As representações da Disney, tanto das mulheres boas quanto das más, parecem ter sido elaboradas na redação da *Vogue*. (GIROUX, 2001, p. 95-96).

Além disso, ainda segundo Giroux (2001), os filmes de princesas da Disney tendem não só a manter um padrão de feminilidade, mas também revelam um modelo de superioridade masculina. O autor se vale da expertise de Jack Zipers, professor alemão da Universidade de Minnesota e especialista em contos de fadas, para afirmar que “os desenhos animados da Disney celebram [o] poder masculino” (ZIPERS *apud* GIROUX, 2001, p. 98).

É fundamental enfatizar que: “disciplinadas desde a mais tenra infância [...], tendemos a encarar tais procedimentos como se fossem ‘naturais’, ou próprios à feminilidade” (SARDENBERG, 2002, p.60), quando na verdade são frutos da construção social sustentada em discursos midiáticos e instituições, como a chamada “cultura do consumo” que oferece às crianças produtos que demarcam as diferenças de gênero (WILLIS, 1997) sugerindo o lugar desejado para a mulher na sociedade.

A Disney, como se sabe, é um conglomerado de entretenimento que não se restringe aos filmes infantis. Os significados compartilhados a partir das narrativas dos desenhos animados se desdobram e se multiplicam em diversos outros produtos de consumo que atingem crianças de todo o mundo:

o sucesso comercial [da Disney] não se limita aos lucros de bilheteria [...] os desenhos animados da Disney abastecem um ‘mercado cultural’, uma plataforma de lançamento para um infindável número de produtos e mercadorias que incluem videocassetes, [dvds, blu-rays], trilhas sonoras, roupa infantil, mobílias, brinquedos de pelúcia e novos passeios aos parques temáticos” (GIROUX, 2001, p. 95).

Merece destaque o fato de que nos clássicos de princesa da Disney como *Branca de Neve*, *Cinderela*, *A Pequena Sereia*, *A Bela e a Fera* e *Alladin* não existe a figura da mãe (somente, em alguns casos da “madrasta má”) e nem tampouco é construída uma relação de amizade entre duas mulheres. Todas as princesas parecem viver suas vidas solitárias, sem amigos e amigas, à espera do príncipe encantado.

O movimento feminista tem como uma de suas diretrizes principais (FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, 2009) o combate a esta disputa feminina institucionalizada em nossa cultura. Isto é, a mulher ocidental tende a enxergar a sua semelhante como uma concorrente, uma ameaça, e o movimento feminista entende este confronto como um modo de enfraquecer o gênero feminino, pois inibe as possibilidades de sólidas construções afetuosas entre mulheres. Observa-se, por exemplo, que todos os vínculos de afeto nos filmes citados são compostos de elos entre a mulher e outros seres que não são identificados no gênero feminino<sup>6</sup> como a Branca de Neve e os sete anões; a Cinderela e os ratos do castelo; a sereia Ariel e o peixe linguado e o crustáceo Sebastião; a Bela e os objetos encantados do castelo da Fera; e a princesa Jasmine e o seu tigre de bengala.

Bourdieu (2003), por sua vez, acredita que a principal conquista dos movimentos feministas no último século foi o fato de, finalmente, conseguir levantar o questionamento sobre a “dominação masculina”, compreendendo-a não como um fator natural ou biológico da condição humana, mas como uma construção social e, portanto, histórica. Nas palavras do autor:

A maior mudança está, sem dúvida, no fato de que a dominação masculina não se impõe mais com a evidência de algo que é indiscutível. Em razão, sobretudo, do enorme trabalho crítico do movimento feminista que, pelo menos em determinadas áreas do espaço social, conseguiu romper o círculo do reforço generalizado, esta evidência passou a ser vista, em muitas

---

<sup>6</sup> Como toda regra tem a sua exceção (que, como garantem os estudos culturais, serve apenas para confirmar a regra), é possível ver algum nível de amizade entre as personagens Cinderela e sua fada madrinha, bem como a princesa Aurora e suas três fadas madrinhas. Compreendemos que as fadas, embora identificadas com o gênero feminino, são, além de aparentemente muito mais velhas do que as princesas, seres encantados que, por sua ausência de humanidade, não podem “competir” com as suas afilhadas. Sendo assim, é possível afirmar que a fugaz amizade entre mulheres nos filmes Disney só era viável em condições sobrenaturais.

ocasiões, como algo que é preciso defender ou justificar, ou algo de que é preciso se defender ou se justificar (BOURDIEU, 2003, p. 106).

Assim, desde o final do século XX e com especial ênfase neste início do século XXI, temos assistido a ascensão da temática feminista nas pautas midiáticas e políticas no Brasil e no mundo. Podemos então acreditar que a Disney não esteve imune aos questionamentos feministas sobre o padrão de feminilidade disseminado por ela através dos desenhos animados. Acreditando nesta premissa, analisamos o filme *Frozen – uma aventura congelante* (2014) sob a perspectiva de uma narrativa que destoa do cânone dos filmes de princesa da Disney por trazer em seu bojo de personagens duas mulheres que possuem um forte vínculo de amor amizade e que, além disso, não necessitam se submeter à aprovação das personagens masculinas para serem “felizes para sempre”.

A princesa Elsa possui o poder de transformar as coisas em gelo, mas não sabe como controlá-lo e por isso é tirada do convívio em sociedade, o que a priva de uma infância saudável ao lado de sua irmã, a princesa Ana. A morte precoce dos seus pais é um acontecimento que a faz ficar ainda mais isolada. Entretanto, conforme foi dito anteriormente, o laço de amor construído entre as irmãs Ana e Elsa tornou possível o final inédito em filmes da Disney, onde uma princesa é salva pelo verdadeiro amor de outra mulher.

O termo “sororidade” aparece no movimento feminista como livre tradução do termo inglês *sisterhood*, que representa algo como “a solidariedade entre mulheres” ou o sentimento de “irmandade”. A linguista e pesquisadora Ana Lúcia Dacome Bueno (2015) observa em sua pesquisa sobre a produção do sexismo na linguagem que, embora o termo “sororidade” já tenha uso corrente nos campos acadêmicos e da militância feminista, ele não pode ser encontrado compondo nenhum dos principais dicionários da Língua Portuguesa vendidos no Brasil e nem mesmo nas suas versões online<sup>7</sup>. Esta constatação, é claro, dificulta a nossa intensão de trabalhar o conceito

---

<sup>7</sup> Bueno selecionou os dicionários: Dicionário Online de Português (disponível em <http://www.dicio.com.br>) e Aurélio Beta (disponível em <http://www.dicionariodoaurelio.com>) e justificou a sua escolha afirmando que ambas as versões são “muito acessíveis por serem gratuitas e as

como suporte teórico para a relação de cumplicidade entre as irmãs de *Frozen*; todavia, acreditamos que o forte vínculo entre as duas princesa é uma “leitura Disney” do conceito de sororidade, em razão do corrente comentário entre os críticos de que este seria o primeiro desenho animado *sister before mister*, conforme já foi abordado.

### **Amor Romântico**

Diversos contos de fada trazem como trama central histórias de príncipes e princesas que, após um desencontro inicial, só conseguem se casar depois de vencer opositores e enfrentar desafios. "Depois do *felizes para sempre*, que em geral significa casos até que a morte os separe, termina o ciclo da maior parte desses relatos; mesmo quando mencionado que o casal teve filhos, a continuação da história não vai muito longe da boda" (CORSO & CORSO, 2006, p.130).

Na maioria dos clássicos da Disney, o ideal de amor romântico, burguês, é um elemento que não só está presente, como costuma ser um projeto de vida de suas personagens femininas, em busca de um príncipe, herói, que finalmente irá trazer sentido para as suas existências sofridas. *Valente* (2012)<sup>8</sup>, no entanto, já rompe com esse padrão, ao trazer uma princesa como protagonista que, ao contrário de suas "irmãs" Cinderela, Branca de Neve e Ariel, procura não um ideal de amor, mas a liberdade como conquista individual. Na trama de Merida, são as mulheres, no caso mãe e filha, que dominam a história e saem vitoriosas, sem uma participação efetiva do rei, o representante masculino. Dois anos depois, o conglomerado norte-americano de mídia lança *Frozen*, que assim como *Valente*, também traz duas mulheres como condutoras da narrativa, enquanto o rei pai morre logo no início do filme, e as outras figuras masculinas, como o príncipe Hans e o plebeu Kristoff, aparecem como coadjuvantes. Elementos tradicionais dos contos de fada continuam presentes: o

---

primeiras a aparecerem na pesquisa ‘dicionário de português grátis’, através do buscador Google, a ferramenta de busca mais utilizada no Brasil e no mundo” (BUENO, 2015, p. 04).

<sup>8</sup> Com o título original “*Brave*” e dirigido por Mark Andrews, o filme é uma produção da Disney/Pixar, lançada nos Estados Unidos no dia 22 de junho de 2012. No Brasil, o lançamento foi em 20 de julho do mesmo ano.

castelo, a maldição, o brinquedo que ganha vida (o boneco de neve Olaf); assim como as mocinhas heroínas da história mantêm o padrão Disney de beleza: são esguias, têm traços finos e olhos claros. No entanto, os papéis representados já não são mais os mesmos. No início, Anna até se deixa levar pela promessa de vida eterna do amor romântico, mas ao longo da narrativa percebe que suas declarações de romantismo foram precipitadas. Ela e Elsa estão longe de serem belas mulheres passivas, esperando o despertar para a vida a partir de um beijo de um homem que as salvará. Anna tem uma natureza alegre, mas convive com a angústia da solidão, tentando entender por que sua irmã precisou se manter afastada durante tanto tempo; já Elsa tem de lidar com o fato de ser diferente e com o desafio de assumir sua personalidade sem que isso signifique machucar ou congelar o mundo à sua volta. As duas passam a história tentando entender seus conflitos internos, forças e fraquezas, a compreender seu histórico familiar, e a lidar com a realidade.

Esse rompimento com a lógica da mocinha indefesa em busca de um príncipe que a faça feliz vai ao encontro da crise do amor romântico que a sociedade contemporânea vem presenciando, apontada por Giddens (1994), em virtude do que ele chama de ascensão do amor confluyente. A idealização burguesa do ser amado como um projeto a longo prazo de felicidade, que deve ter prioridade especial, segundo o sociólogo, está perdendo espaço para um contexto em que é dado tanto às mulheres quanto aos homens a liberdade de escolha. O pressuposto do amor confluyente, que vem ganhando força, é de que uma relação amorosa só deve existir enquanto for satisfatória para as partes envolvidas.

Claro que as representações do amor romântico ainda ocupam um espaço privilegiado, seja nas relações afetivas do cotidiano ou nas novelas e grandes produções cinematográficas. Entretanto, tais construções, que serviram como mecanismo de manutenção de uma condição feminina de submissão perante ao masculino, conforme destacado neste artigo, já não são aceitas como exclusivas na contemporaneidade.

## **Considerações Finais**



Corso & Corso (2006) afirmam que as versões modernas dos contos de fada têm sua origem no século XIX e suas histórias se confundem com a própria invenção da infância, como a conhecemos hoje. Em seu processo de desenvolvimento e formação, a criança se interessa por essas narrativas que trazem possibilidades de resolução de conflitos psíquicos inconscientes; como ainda não tem muito bem delimitadas as fronteiras entre o que existe e o que é imaginado, entre o verdadeiro e o verossímil, "todas as possibilidades da linguagem lhe interessam para compor o repertório imaginário de que ela necessita para abordar os enigmas do mundo e do desejo" (op.cit., p. 17). Ao estudarem essas histórias infantis, os psicanalistas observam que o amor na maioria das vezes aparece como "o motor, o prêmio, ou o desafio da trama":

O horizonte da juventude, onde elas têm a oportunidade de amar e mostrar seu valor, é fonte de apreensão, já que se preparam para vivê-la, é a porção de futuro que têm em vista. Nos contos, verificam que não será uma experiência fácil, embora percebam que há luz no fim do túnel. Se há algum dado do futuro que as crianças levam em conta é o amor. Evidentemente estão preocupadas com *o que vão ser quando crescer*, o que traduz em expectativas de trabalho e sucesso, mas sabem que dependem de amar e ser amadas para sua sobrevivência e não têm motivos para supor que essa dependência, tão explícita na infância, se modificará radicalmente. É normal, portanto, que se preocupem com o futuro de seus vínculos amorosos (CORSO; CORSO, 2006, p. 130).

A criança entende o mundo e constrói representações a partir de conteúdos produzidos em seu cotidiano com pais, professores, amigos da sua idade e, claro, com a mídia. Se as histórias transmitidas oralmente já são interessantes, as produções cinematográficas sofisticadas da Disney, com cenas de alta tecnologia, oferecem a ela uma mistura de aventura e prazer, de estética e conforto emocional, revestidas de um "fantasioso mundo de possibilidades" e, é claro, de representações sociais que suportam as construções de identidade. Isto significa dizer que, ao assistirem os filmes da Disney, as crianças não consomem apenas entretenimento, mas, principalmente, versões da "realidade" consolidadas em representações de gênero, de família e de valores em geral.

Dessa maneira, o alerta de Giroux (2001) — de que as fronteiras entre diversão, educação e comercialização ruíram — é significativo e merece atenção de comunicadores, educadores e outros interessados no tema. É necessário, porém, tomar o cuidado de não se adotar o discurso frankfurtiano de que as crianças simplesmente absorvem e tomam como verdade todas as mensagens, implícitas ou não, que os desenhos animados oferecem a elas. O trabalho de teóricos dos estudos culturais e de autores como Jesús Martín-Barbero indicam que, assim como adolescentes e adultos, as crianças são receptoras ativas, capazes de resistir, negociar ou aceitar os conteúdos a que são expostos (HALL, 2003).

É possível notar que as normas e convenções sobre o feminino e o masculino já vêm sendo questionadas pelas próprias crianças; casos de meninos que gostam de vestir fantasias de princesas e de meninas que se recusam a brincar com bonecas surgem como objeto de reflexão da academia, assim como são alvo de reportagens de revistas especializadas em educação. "Na contemporaneidade, multiplicaram-se os grupos, os sujeitos e os movimentos, as maneiras de se identificar com gêneros e de viver a sexualidade. Não há apenas uma forma de ser, mas tantas quanto os seres humanos", observa Guacira Lopes Louro, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)<sup>9</sup>.

Desse modo, acreditamos que à medida que as produções midiáticas voltadas para as crianças conseguem administrar múltiplos discursos, atendendo a diferentes representações sociais, elas promovem, conseqüentemente, a diversidade de identidades, liberando as meninas do destino marcado de outrora em direção ao amor romântico, por exemplo. Abre-se, então, espaço para a construção de uma coletividade mais tolerante, isto é, que se relaciona melhor com ideia de que existem diferentes formas de ser e estar no mundo. Por fim, concordamos em afirmar que ao entrar em contato com diferentes possibilidades narrativas, as meninas, finalmente, poderão sentir-se mais livres, tal como assegura a canção-tema de Elsa.

---

<sup>9</sup> Em entrevista concedida à revista Nova Escola, número 279, de fevereiro de 2015 (disponível em <http://revistaescola.abril.com.br/formacao/educacao-sexual-precisamos-falar-romeo-834861.shtml>).

## Referências Bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulação*. Relógio D'Água Editores: Lisboa, 1991.

BECKER, Howard Saul. *Outsiders: estudos de sociologia do desvio*. Trad. Maria Luiza X. de Borges – Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *A Dominação Masculina*. Trad. Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BUENO, Ana Lúcia Dacome. “A produção do sexismo na linguagem: gênero e poder em dicionários da Língua Portuguesa”. In: IV Simpósio Internacional em Educação Sexual: feminismos, identidades de gênero e políticas públicas, de 22 a 24 de abril de 2015, Na Universidade Estadual de Maringá. *Anais*. Disponível em <http://www.sies.uem.br/>. Último acesso em 16 de agosto de 2015.

CORSO, Diana Lichtenstein; CORSO, Mário. *Fadas no divã: psicanálise nas histórias infantis*. Porto Alegre: Artmed, 2006.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. “O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV”. *Educação e pesquisa*, v. 28, n. 1, p. 151-162, 2002.

FOUGEYROLLAS-SHWEBEL, Dominique. “Movimentos feministas” In: HIRATA, Helena [et al] (orgs.). *Dicionário crítico do feminismo*. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

GIDDENS, Anthony. *A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: Ed. Unesp, 1994.

GIROUX, Henry. “Os filmes da Disney são bons para seus filhos?” In: STEINBERG, Shirley R.; KINCHELOE, Joe L. (Orgs.). *Cultura Infantil: a construção corporativa da infância*. Tradução de George Eduardo J. Bricio. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Vozes, 2003.

SARDENBERG, Cecília Maria Bacellar. “A mulher frente à cultura da eterna juventude: Reflexões teóricas e pessoais de uma feminista ‘cinquentona’”. In: FERREIRA, Sílvia Lúcia; NASCIMENTO, Enilda Rosendo do (orgs.). *Imagens da mulher na cultura contemporânea*. Salvador: NEIM/ UFBA, 2002.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

WILLIS, Susan. “A Casa de Bonecas: O trabalho doméstico como cultura”. In:  
WILLIS, Susan. *Cotidiano: para começo de conversa*. Rio de Janeiro: Graal, 1997.

## **Obesidade Infantil<sup>1</sup>**

### **O campo de disputas do problema no Brasil sob o olhar de um vídeo documentário**

Camila da Silva Cruz<sup>2</sup>

#### **Resumo<sup>3</sup>**

As estatísticas atuais sobre obesidade infantil e sua perspectiva futura são extremamente preocupantes no âmbito da saúde pública, considerando que muitas crianças estão acima do peso recomendado pela Organização Mundial da Saúde. Percebeu-se a importância de analisar de que forma um produto midiático de grande visibilidade desenvolveu o tema através de uma interface entre os campos da Comunicação e da Saúde. O problema foi delineado depois de perceber que aspectos culturais e sociais da alimentação infantil no país são estabelecidos, em geral, por diversas disputas ideológicas ou políticas. A pesquisa utiliza como objeto de estudo o vídeo documentário ‘Muito Além do Peso’, para identificar quais dessas disputas são apresentadas pelo filme e de que forma o problema foi apresentado e resolvido. Como resultado preliminar foi possível perceber que a produção cinematográfica mostra as disputas, em especial, entre indústria alimentícia, publicidade, Estado, escola, pais e ciência. O próprio documentário pode ser considerado como força ativista que promove lutas ideológicas em defesa de seu ponto de vista.

#### **Palavras-chave**

Criança; Cultura; Obesidade; Vídeo documentário.

#### **OBESIDADE INFANTIL E A TRANSIÇÃO CULTURAL E ALIMENTAR**

A obesidade é reconhecida como um problema de saúde pública que atinge diversos países em níveis elevados e, por este motivo, a Organização Mundial de Saúde (OMS) passou a investir em propostas emergenciais para conter a doença e suas consequências ao redor do mundo. A OMS, segundo Luiz Antônio dos Anjos (2006), caracteriza a obesidade de modo

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GT 4 - Representação Social e Mediações Socioculturais - do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, especialista em Comunicação e Saúde, e mestranda em Informação e Comunicação em Saúde pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz).

<sup>3</sup> Este texto é uma parte resultante de pesquisa desenvolvida no âmbito de dissertação em andamento, aprovada no exame de qualificação.



geral como uma “doença causada pelo acúmulo excessivo de gordura corporal que traz repercussões à saúde” (ANJOS, 2006, p.11). O autor enfatiza a dimensão do problema de saúde e diz que, de acordo com o Relatório Sobre Saúde Mundial da OMS de 2002, as doenças crônicas não transmissíveis, como é o caso da obesidade, tem perspectiva de alcançar patamares de 73% da mortalidade mundial e 60% da carga de doenças no ano de 2020.

Em números concretos, a Pesquisa de Orçamento Familiar do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2008-2009) aponta que uma em cada três crianças, de 05 a 09 anos, estava acima do peso recomendado pela OMS. Segundo o Ministério da Saúde (2012), o sobrepeso atinge hoje 34,8% dos meninos e 32% das meninas nessa faixa etária. Já a obesidade foi constatada entre 16,6% dos meninos e entre 11,8% das meninas. (BRASIL, 2010)

No relatório da Rede Nacional Primeira Infância (RNPI), intitulado ‘Mapeamento da Ação Finalística Criança com Saúde: Obesidade na Primeira Infância’ consta que todas as regiões do país superam prevalências consideradas aceitáveis (2,3%), sendo a região Nordeste a que apresentou maiores prevalências de sobrepeso e obesidade (8,4% e 8,5%, respectivamente) no ano de 2013, entre crianças brasileiras menores de cinco anos. Já em relação à raça, o Relatório mostrou que em 2013 foi verificada maior prevalência de excesso de peso nas crianças indígenas (16,87%). Quanto à evolução do excesso de peso no período mesmo período, foi observado o aumento das prevalências entre as crianças de raça negra (1,16%) e indígena (0,25%) e redução nas raças branca (0,42%), amarela (1,87%) e parda (0,27%). (REDE NACIONAL PRIMEIRA INFÂNCIA, 2014).

Para discutir a questão da obesidade infantil faz-se estritamente necessário entender melhor, diante de um breve panorama, de que forma as transições culturais e nutricionais que aconteceram na sociedade pôde influenciar o significativo aumento da enfermidade no país. De acordo com Juliano Monteiro (2011), o alimento é uma necessidade primária de sobrevivência e sempre foi fator determinante para o desenvolvimento das civilizações. O autor relata que, historicamente, os homens passaram a dominar o fogo, aprenderam a cozinhar seus alimentos, descobriram a utilização do sal para conservá-los por mais tempo, além de passar a utilizá-los como moeda, originando então as trocas comerciais. Mais tarde,

durante o final do século XVIII, usaram baixas temperaturas para aumentar seu prazo de consumo e, posteriormente, foram descobertas diversas técnicas de industrialização.

Paralelamente a esse movimento, conforme explica o autor, a ciência agrícola foi aperfeiçoando a produção, tanto em qualidade como em quantidade, para a demanda da explosão demográfica mundial. Monteiro (2011) diz que com o final da Segunda Guerra Mundial, por conta da pouca oferta de alimentos que atingiu os países no século XX e com a necessidade de reconstrução do pós-guerra, o consumo de alimentos industrializados se intensificou, trazendo uma mudança definitiva dos hábitos alimentares da população.

Uma questão importante apontada por Contreras e Gracia (2011) é que todo o contato entre pessoas que vivem em sociedade urbanizada e a origem natural do alimento acabou perdida. Contreras e Gracia (2011) afirmam que foi criada uma dualidade entre o receio das pessoas consumirem alimentos industrializados *versus* a necessidade ou comodidade de consumi-los frequentemente, por conta da falta de tempo para o preparo de forma caseira.

Da mesma maneira, Dixis Figueroa (2004) afirma que a alimentação é uma atividade cultural, permeada por crenças, tabus, distinções e cerimônias. O autor explica que a socialização alimentar começa na infância, através da família, já que o bebê recebe estimulação para experimentar os alimentos da sua própria cadeia cultural. “Esta socialização é contínua e nela podem colaborar fatores como a propaganda, a mídia, os profissionais, as instituições do Estado, os movimentos ideológicos e religiosos e até mesmo o individual” (FIGUEROA, 2004, p. 105).

Jean-Pierre Poulan (2013) explica exatamente sobre a chamada “transição alimentar” e diz que, a princípio, este termo foi usado para descrever a passagem da alimentação das crianças, entre a exclusiva de leite para com alimentos sólidos. Porém, a partir da década de 80, passou a ser entendida como a mudança de alimentação ocorrida em vários países em desenvolvimento, influenciada certamente pela urbanização, industrialização, comercialização e, sobretudo, pela globalização.

Especialmente no Brasil, a questão da fome e desnutrição infantil era o grande desafio para a saúde pública nas décadas anteriores, porém este panorama mudou ao longo dos anos, pois houve a chamada “transição epidemiológica nutricional” da população

brasileira, acarretando a diminuição da desnutrição - por conta da redução de doenças infecto-contagiosas associadas justamente à desnutrição, fome, falta de saneamento básico e pobreza - em paralelo ao aumento do sobrepeso e da obesidade relacionados com o aumento de doenças crônicas não transmissíveis, ligado também a um padrão de vida mais urbano e industrializado (BRASIL, 2009).

A transição epidemiológica nutricional é, portanto, a passagem de um estágio de atraso econômico e social para uma etapa mais elevada do desenvolvimento, baseado em valores da chamada civilização ocidental. (FRENK *et al.*, 1991; MONTEIRO *et al.*, 2000; POPKIN, 1994 *apud* BATISTA FILHO E RISSIN, 2003). Foi constatado, ainda, e em sentido oposto à diminuição da desnutrição em crianças, que a obesidade em adultos praticamente triplicou entre a metade dos anos 70 e o início dos anos 2000, problema que até hoje apresenta crescimento.

Alguns pensamentos quanto às questões de risco à saúde aos quais as pessoas se submetem com este novo modo de vida urbana também tem fundamental importância na discussão sobre obesidade. De acordo com Castiel *et al.* (2010), o estilo de vida hoje é o principal foco da promoção e educação em saúde, considerando ainda que o modo como a pessoa vive e age pode ser associado com as escolhas e atitudes equivocadas.

E é sob essa perspectiva que é necessário olhar para a questão da obesidade, onde cada setor da sociedade possui suas responsabilidades diante do problema, não transferindo diretamente a culpa para o indivíduo, no caso, as crianças ou seus pais. Os autores dizem, portanto, que é claro que existem estilos de vida que são muito perigosos, seja para o próprio indivíduo ou também para aqueles que o cercam, mas que é essencial, entretanto, não perder de vista a perspectiva de que o risco trabalhado aqui não visa a culpabilização do indivíduo e, sim, a divisão de responsabilidades de todos os envolvidos no processo de adoecimento. Considerando estes aspectos, é possível afirmar que as produções culturais e os meios de comunicação também exercem importante papel e responsabilidade diante do problema da obesidade infantil.

## **VIDEO DOCUMENTÁRIO COMO FORMA DE REPRESENTAR A REALIDADE**

O campo da comunicação está inserido nesta pesquisa através da análise de um documentário brasileiro e por considerar fundamentais os aspectos culturais da alimentação, trazidos pelo filme. A respeito da consagração relacionada ao espetáculo público, Rodrigues (2010) ressalta que o filme documentário nunca teve grandes plateias, sempre foi considerado marginal durante todo este período, mas a partir da virada entre os séculos XX para o XXI, essa condição de cinema começou a mudar e foi se transformando até que houve um *boom* do cinema documentário, tanto na produção quanto na distribuição do gênero. Por esse motivo os filmes se tornaram cada vez mais populares, alcançando o status de gênero cinematográfico.

Essa mudança trouxe grandes avanços para o documentário, pois houve aumento da quantidade de títulos no mercado e nas grandes plateias, além da crescente participação de documentários em festivais de cinema, nos quais acabaram concorrendo em categorias de melhor filme ao lado de ficções. O auge dessa transformação, conforme explica a autora, foi o reconhecimento internacional de filmes e cineastas do cinema de não-ficção que atestam o recente sucesso do gênero.

Sobre a rápida evolução da eletrônica e da informática, a autora explica que o vídeo digital está ganhando hoje um mercado cada vez maior na produção cinematográfica, através da diminuição do tamanho das câmeras, do sistema digital na captura das imagens e dos sons, além das modernidades de finalização de vídeo. A autora afirma que isso tudo está transformando o gênero documentário, levando em consideração também a qualidade suficiente para emissões televisivas e projeções em salas comerciais. Omar *apud* Rodrigues (2010) diz que: “A questão de como documentar a realidade brasileira já é uma questão cultural, ou seja, a questão de como deve ser a nossa cultura: e o filme, um elemento dessa cultura, uma proposta de solução para os impasses no desenvolvimento dessa cultura” (OMAR, 1997, p. 181 *apud* RODRIGUES, 2010).

A respeito dos tipos de documentários, Bill Nichols (2005) defende a concepção de que existem dois tipos: os de satisfação de desejos, que são os filmes de ficção; e os de representação social. Os documentários de representação social, de acordo com o autor, são os de não ficção, pois esses filmes representam aspectos de um mundo realista, que já ocupamos e compartilhamos, ou seja, proporcionam novas visões de um mundo comum, para que possamos explorar o que está ao nosso redor por outra perspectiva.

Esse tipo de documentário oferece um retrato ou uma representação reconhecível, além de proporcionar a capacidade de enxergar questões que necessitam de atenção, como questões sociais, atualidades, problemas recorrentes de soluções possíveis, histórias, argumentos, evocações ou descrições. Pela capacidade que têm o filme e a fita de áudio de registrar situações e acontecimentos com fidelidade, o autor afirma que nos documentários nos deparamos com pessoas, lugares e coisas que também poderiam ser vistas por nós mesmos, fora do cinema.

Entretanto, Nichols (2005) afirma que os documentários também significam ou representam interesses próprios, pois esta questão está imersa a quem o produz, porém a questão ética é extremamente importante, justamente porque no caso dos filmes de não ficção as pessoas são reconhecidas como atores sociais e não artistas teatrais, ou seja, seguem a vida da mesma forma como levariam sem a presença da câmera, sem qualquer encenação. Um ponto imprescindível apontado é a diferenciação entre reprodução e representação da realidade. Ele ressalta que o documentário é uma representação do que vivemos, pois representa uma determinada visão de mundo que talvez nunca tenhamos nos deparado antes, mesmo que os aspectos sejam familiares.

Fernão Ramos (2001) faz, por sua vez, um delineamento e chama a atenção para a questão da ideologia do documentarista, em que afirma que é ético apontar o processo de representação, entretanto, não é ético construir essa representação para sustentar uma determinada opinião. Na sequência sobre ética no documentário, César Guimarães e Cristiane Lima (2007) explicam em seu artigo que as questões éticas perpassam tanto na relação entre quem filma e quem está sendo filmado, quanto na relação de respeito com o espectador.

## **PROBLEMA E OBJETIVOS**

Diante dessa perspectiva do tema contemporâneo da obesidade infantil e como problematização do artigo, percebeu-se a importância de analisar de que forma um produto midiático - vídeo documentário que teve grande alcance no país a respeito do tema - foi desenvolvido através de uma interface entre os campos da Comunicação e da Saúde para abordar uma questão de fundamental importância para a saúde pública, considerando também



a forte influência que os a mídia exerce diante da opinião e hábitos das pessoas. Os objetivos deste artigo, em caráter exploratório, foram identificar como o vídeo documentário apresenta e resolve o problema apontado; como o próprio produto midiático se posiciona ideologicamente; quais disputas de caráter social e cultural são apontadas pelo objeto de estudo a respeito do consumo alimentar infantil no Brasil; e qual o contexto político do país que pode ter influenciado a produção e questionamentos levantados pelo filme.

## **METODOLOGIA**

O objeto de análise foi o vídeo documentário *Muito Além do Peso* ([www.muitoalemdopeso.com.br](http://www.muitoalemdopeso.com.br)), lançado em novembro de 2012 e produzido pela empresa Maria Farinha Filmes, em parceria de patrocínio com o Instituto Alana. O Instituto Alana é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, que visa à garantia de condições para a vivência plena da criança, com objetivo de mobilizar a sociedade para os temas da infância. Por sua vez, a Maria Farinha Filmes é uma produtora audiovisual que faz parte da Associação Brasileira de Produtoras Independentes de Televisão (ABPIT).

O vídeo documentário foi escolhido após buscas entre produções cinematográficas brasileiras do gênero, no qual foi possível identificar que este é o produto do segmento mais adequado dentro da proposta da pesquisa, que é identificar disputas entre atores sociais, e também por falar especificamente a respeito da obesidade infantil. O filme é colorido, com censura livre e possui 84 minutos de duração, gravados em diferentes regiões do país (MUITO ALÉM DO PESO, 2012).

O método utilizado como base para identificação de características importantes sobre as disputas políticas e sociais sobre a obesidade infantil foi a “análise de documentário televisivo”, organizada por Igor Sacramento (2007). O autor propõe originalmente que o documentário contemple quatro aspectos: “a construção ideológica da narrativa; as condições de produção; as relações com o cenário midiático; e o contexto sociocultural e político” (SACRAMENTO, 2007, p. 12). Considerando que o documentário indicado é um filme cinematográfico, mas não necessariamente televisivo, portanto, foi tomada a decisão de

analisar, a princípio, apenas alguns pontos de dois aspectos: *construção ideológica da narrativa* e o *contexto sociocultural e político*.

É importante ressaltar aqui que a grande parte dos métodos de análise de documentário é voltada para um princípio mais técnico de filmagem, poucos são os que têm por objetivo identificar contextos, disputas e questões sociais dentro das produções cinematográficas, sendo este um dos desafios encontrados na pesquisa. Outra ponderação é que a delimitação de infância foi considerada dentro da faixa etária até 12 anos, de acordo com a classificação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

Nesta pesquisa, portanto, para a *análise da construção ideológica da narrativa*, foi necessário observar como a realidade é construída no discurso do documentário, além de identificar como o problema proposto é apresentado, problematizado e resolvido ao longo do filme. O autor resalta que é importante observar também como é feita a utilização dos depoimentos, dos documentos, do modo como os textos e imagens constroem o lugar de falas dos seus personagens e, também, identificar a posição ideológica do autor do documentário podendo ser percebida através dos sons, da edição e montagem das imagens filmadas, dos planos com que elas são construídas e o posicionamento da câmera.

A respeito do *contexto sociocultural e político*, Sacramento (2007) diz que é necessário identificar as forças que atuam no terreno de disputas no qual o documentário está inserido, para que seja possível compreender a situação política que permeia o problema apresentado pelo documentário.

## RESULTADOS DA ANÁLISE

O documentário faz um alerta sobre a obesidade infantil no Brasil e se respalda em opiniões de autoridades nacionais e internacionais para falar sobre o tema que é também uma preocupação mundial. A respeito da realidade construída e a posição ideológica dos autores do documentário, o filme demonstra claramente contrário, em especial, a forma como a indústria alimentícia comercializa e formula seus produtos e as publicidades abusivas para crianças, mas também faz fortes críticas quanto à falta de controle do Estado e de preocupação por parte das escolas, se posicionando em defesa dos pais e responsáveis. Essas

conclusões foram delineadas pela percepção dos cortes das imagens, fala dos entrevistados e pela intensidade como essas questões foram abordadas ao longo do filme.

Quanto à sequência das cenas, aqui chamadas de seção, foram contabilizadas 102. As mesmas não seguem necessariamente uma continuidade de lugar e tempo, ou seja, mescla no decorrer do filme, especialmente a ordem das entrevistas com especialistas no tema. Foram entrevistadas 27 autoridades nacionais e internacionais, de diversas áreas do conhecimento, sendo sua grande maioria médicos endocrinologistas e pediatras brasileiros. Estes sempre vestindo jalecos brancos, como forma de caracterizar credibilidade, tendo poder de voz autorizada e autonomia em seu discurso, baseado em suas experiências, mas também no conhecimento científico.

É possível perceber que a população em geral, os pais e as crianças são vozes que, através da edição do filme, comprovam as informações dadas pelos especialistas ou então se apresentam como exemplo daquilo que está sendo explicado. O documentário utiliza como recursos também quadros gráficos com dados estatísticos de pesquisas junto a músicas de drama e suspense em tom alto para que seja possível chamar a atenção sobre a doença ou causas dela, o que se pode também caracterizá-los também como vozes de instituições oficiais referenciadas.

Apenas um dos entrevistados se mostrou a favor das propagandas infantis, um publicitário, sendo contestado sempre com outras vozes de especialistas, também através dos recortes feitos pelos produtores, em especial por um desembargador do Tribunal de Justiça e especialista em direito do consumidor, que de acordo com a edição das falas demonstra a intenção de medir força entre regulamentações, direito, leis e atitudes morais.

As regiões apresentadas na produção foram: Careiro de Várzea, interior do Amazonas; Porto Alegre, no Rio Grande do Sul; São Paulo; capital; Brasília, no Distrito Federal; Breves, interior do Pará; e Aldeia Santo Antônio, na Tribo indígena Moura. A finalidade, percebida ao longo do filme, foi trazer exemplos de diversas regiões do Brasil, de Norte a Sul, e com personagens de diferentes classes sociais (alta, média e baixa, tendo como grande maioria as com baixo poder aquisitivo).

Dentre diversas entrevistas com crianças, adolescentes e adultos ouvidos durante as filmagens, o produtor selecionou, em especial, 14 personagens (oito meninos e seis meninas),

sendo crianças entre seis meses e 12 anos de idade, que apresentavam sobrepeso ou obesidade, geralmente com alguma doença crônica. Os personagens foram filmados dentro de suas próprias residências, mas existem outras imagens que compõem o documentário, filmadas também em ambientes como a escola, rua, praças de alimentação, consultórios e instituições de pesquisa, assim como são focados muitas vezes a imagem do corpo de crianças acima do peso recomendado pela OMS.

A profissional que faz as entrevistas é sempre a mesma, no qual conversa em tom informal, com vestimenta simples, fazendo perguntas bastante diretas, porém com respeito e curiosidade. São realizados também grupos focais com crianças e pais, com a intenção percebida em dar uma noção de amplitude ao problema, já que algumas vezes são realizadas perguntas gerais como: “quem aqui consome refrigerante todo dia?”, tendo como positiva a resposta da maioria.

É importante fazer uma comparação com a cronologia da situação política do país que permeou o problema apresentado. O filme foi lançado em novembro de 2012, após alguns fatos relevantes de comparação, considerando que a versão atualizada da “*Política Nacional de Alimentação e Nutrição (PNAN)*”, originalmente de 1999, foi republicada no início de 2012. Outro ponto foi a Pesquisa de Orçamento Familiar do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (POF-IBGE) que analisou a população entre os anos de 2008-2009, a qual apontou que uma em cada três crianças, de 05 a 09 anos, estava acima do peso recomendado pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Estes fatos possivelmente incentivaram a produção do vídeo documentário.

Algumas forças que atuam no terreno de disputas puderam ser identificadas na pesquisa. Segundo o documentário, existe uma competição desigual entre os alimentos saudáveis e os alimentos industriais, pois o investimento das indústrias em produção e publicidade é extremamente alto. Foi possível perceber que houve a intenção de indicar que a indústria e a publicidade se unem visando lucros com a venda desses produtos e como o Estado não possui proibições quanto ao excesso de açúcar, gordura e sal nas fórmulas e também permite os efeitos sedutores e fantasiosos da publicidade, esses segmentos acabam se apropriando daquilo que é falho na regulamentação Estatal. Da mesma maneira como

acontece com as atividades físicas das crianças, que foram trocadas pelas novas tecnologias vindas do processo do capitalismo e expansão industrial.

O objeto analisado passa a impressão de que as escolas têm falhado com a falta de educação alimentar para as crianças, assim como as cantinas ou merendas não estão adequadas a uma alimentação saudável. Os pais são defendidos no filme, mas é mostrado entre algumas imagens que alguns deles estão pouco enfáticos a respeito dos limites aos filhos ou até mesmo em relação à conscientização, embora exista a necessidade de trabalhar muito e se ausentem desse controle, não por falta de vontade, mas pelo próprio sustento da família. O filme discute, ainda, que existe uma questão emocional nas crianças, como a falta de “sentido” na vida delas (assim como foi dito por uma criança) e o vazio existente, com isso o filme indica que fica aberto o espaço para as forças influenciadoras da obesidade. Ainda foi falado a respeito do status econômico dos alimentos criados nas crianças e a discriminação que elas sofrem por serem obesas.

O documentário, como foi dito anteriormente, se apoia, sobretudo, em personagens e especialistas para discutir o problema. Primeiro apresenta as doenças que a obesidade acarreta, depois mostra as forças que atuam contra e a favor do problema, entre as histórias as diferentes classes sociais e raças afetadas e o filme termina fazendo um apelo a toda a sociedade, mas principalmente aos pais para que comprem somente produtos no qual os valores das empresas sejam compatíveis com seus próprios valores pessoais.

Foi percebida a intenção de indicar que os pais têm importante papel contra a obesidade e precisam fazer mais parte da vida das crianças, voltarem a cozinhar em casa, além de tentar recuperar nelas a cultura do brincar. Através dos especialistas, o autor termina o filme dizendo que a conversa na família pode solucionar coisas que vão muito além da alimentação e incentivar o fortalecimento das pessoas para que lutem contra a obesidade. A seção final do documentário é de uma criança com sobrepeso correndo em direção ao mar, como se fosse para simbolizar a liberdade e o brincar livre.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**



É fundamental perceber que o próprio documentário se posiciona como uma força de disputa a respeito da alimentação infantil contemporânea. A produção tenta fazer um panorama do problema da obesidade infantil, porém sem deixar seu posicionamento de lado, principalmente contra a indústria e a publicidade, a favor em especial do bem estar das crianças. O autor do filme tenta cumprir um papel social de chamar a atenção para este problema, embora dê pouco espaço para uma opinião contrária ao seu ideal. Foi sentida também a ausência de uma voz mais direta de órgãos oficiais de saúde como o Ministério da Saúde do Brasil e a Organização Mundial da Saúde para que ficasse mais claro quais ações e políticas estão sendo implementadas para o combate da doença e também para responder questionamento levantados no decorrer do documentário.

Estes são resultados preliminares e parciais de uma dissertação de mestrado em andamento, em que o documentário ainda será analisado mais detalhadamente com a utilização do método apresentado e contará também com a análise da produção científica brasileira sobre obesidade em crianças, utilizando a base de dados Medline, via Pubmed, e a principal fonte de informação de acesso livre do país, a SciELO. O intuito será realizar uma pesquisa interdisciplinar, entre a comunicação midiática e a comunicação científica e, por isso, além da identificação das disputas presentes e a ideologia do autor do filme, será identificada também como a produção científica tem atuado no Brasil a respeito do tema.

## REFERÊNCIAS

ANJOS, Luiz Antonio dos. **Obesidade e saúde**. Editora Fiocruz. Rio de Janeiro, 2006.

BATISTA FILHO, Malaquias; RISSIN, Anete. A transição nutricional no Brasil: tendências regionais e temporais. **Caderno de Saúde Pública**, volume 19, suplemento 1.1. Rio de Janeiro, 2003. Disponível em:

[http://www.SciELO.br/SciELO.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-311X2003000700019](http://www.SciELO.br/SciELO.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2003000700019).

Acesso: 16 de março de 2015, às 19h46.

BRASIL, Ministério da Saúde. **Indicadores de vigilância alimentar e nutricional**. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Brasil: Ministério da Saúde, 2009.

BRASIL, Ministério da Saúde. **Política Nacional de Alimentação e Nutrição**. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Série B. Textos Básicos de Saúde. Brasília, 2012. Disponível em:  
<http://189.28.128.100/nutricao/docs/geral/pnan2011.pdf>. Acesso: 14 de dezembro de 2015, às 10h13.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009**: Antropometria e Estado Nutricional de Crianças, Adolescentes e Adultos no Brasil. Diretoria de Pesquisas. Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro, 2010.

CASTIEL, Luis David; GUILAM, Maria C. R.; FERREIRA, Marcos S. **Correndo o risco**: uma introdução aos riscos em saúde. Editora Fiocruz. Rio de Janeiro, 2010.

CONTRERAS, Jesús; GRACIA, Maria. **Alimentação, sociedade e cultura**. FONSECA, Maia; GUIDALLI, Barbara I. (Trad.). Editora Fiocruz. Rio de Janeiro, 2011.

FIGUEROA, Dixis. Padrões Alimentares: da teoria à prática – o caso do Brasil. Centro de Ensino Superior do Seridó – Campus de Caicó. **Revista de Humanidades**. Publicação do Departamento de História e Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. V. 04. N. 09, fev./mar. de 2004. Disponível em:  
<http://www.cerescaico.ufrn.br/mneme/pdf/mneme09/005-p.pdf>. Acesso: 19 de março, às 13h31.

GUIMARÃES, César; LIMA, Cristiane da Silveira. A ética do documentário: o rosto e os outros. **Revista do Programa de Pós Graduação em Comunicação UFF - Contracampo**. Nº 17. Rio de Janeiro, 2007.

INSTITUTO ALANA. Organização da sociedade civil. São Paulo, 2014. Disponível em:  
<http://alana.org.br/>.

MONTEIRO, Juliano Ralo. Direito à alimentação ainda deve ser efetivado. **Revista Consultor Jurídico**, 2011. Disponível em: <http://www.conjur.com.br/2011-mar-23/mudou-inclusao-direito-alimentacao-constituicao>. Acesso: 14 de janeiro de 2015, às 12h39.

**MUITO ALÉM DO PESO**. Documentário. Direção: Estela Renner. Produção: Maria Farinha Filmes. Patrocínio: Instituto Alana. São Paulo, 2012. 84 minutos, colorido, censura livre. Disponível em: <http://www.muitoalemdopeso.com.br/>.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Tradução Mônica Saddy Manins. Editora Papirus – São Paulo. Campinas, 2005.

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologia da obesidade**. Editora Senac São Paulo. Tradução Cacília Prada. São Paulo, 2013.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

RAMOS, Fernão Pessoa. **O que é Documentário?** In RAMOS, Fernão Pessoa e CATANI, Afrânio (orgs.), Estudos de Cinema SOCINE 2000. Editora Sulina. Porto Alegre, 2001.

Rede Nacional Primeira Infância. Plano Nacional da Primeira Infância. **Obesidade na Primeira Infância.** Ação Finalística Criança com Saúde. Fortaleza, 2014.

RODRIGUES, Flávia Lima. Uma breve história sobre o cinema documentário brasileiro. Comunicação. **CES Revista**, volume 24. Juiz de Fora, 2010.

SACRAMENTO, Igor. **O documentário televisivo como texto cultural:** narrando uma opção metodológica. Trabalho apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação do Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Santos, 2007. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1000-1.pdf>. Acesso: 28 de maio de 2015, às 20h21.

## **Idosos e internet: Narcisismo e inserção social<sup>1</sup>**

Claudimiro Lino de Araújo<sup>2</sup>

### **RESUMO**

Procura-se, aqui, uma revisão teórica a respeito de processos atuais de nossa sociedade midiática que interferem diretamente em percepções e valorações a respeito do velho e do novo, do jovem e do idoso, do consumismo exagerado, da vida acelerada, narcísica e individualista. Longe de se utilizar conceitos antagônicos ou dicotômicos da comunicação, filosofia, sociologia ou psicologia, o que se valoriza através deste artigo é a contraposição de autores ou o diálogo com teorias que se complementam, ajudando a explicitar ou ao menos visualizar a questão da velhice de forma mais ampla, sem reducionismos. Aborda-se também, conseqüentemente, a noção de cidadania que valoriza a visibilidade do ser humano, o ser visto e reconhecido pelo próximo como parte integrante do tecido social, na perspectiva de um olhar de participação e inserção dos idosos no uso da internet e das redes sociais.

### **Palavras-Chave:**

Internet. Cidadania. Narcisismo. Mídia. Velhice.

### **Introdução**

Em tempos de redes sociais, globalização e esferas midiáticas virtuais, particularmente na sociedade ocidental, é marcante o individualismo que se relaciona com a velocidade, a eficiência dos “Tempos Modernos”. Quando se vive o capitalismo e o domínio da técnica em sua plenitude, não se pode ficar alheio à indiferença que grassa em relação ao outro e a tudo que diz respeito ao coletivo. A abordagem, aqui proposta, busca a crítica e a superação de algo que vai contra a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 - Representação Social e Mediações Socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Goiás (Linha de pesquisa - Mídia e Cidadania. Orientador: Tiago Mainieri): Graduado em Comunicação Social - Jornalismo, pela Universidade Federal de Goiás, especialista em Marketing Político pela Universidade Federal de Goiás e MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas/Esup. E-mail: claudimiro@gmail.com.

própria existência humana. Atualmente tem-se a impressão de que: “Vive-se como se nunca se fosse morrer e morre-se como se nunca tivesse vivido”<sup>3</sup>.

Este artigo procura pensar especificamente sobre os idosos, não esse conceito abstrato, essa palavra que se constrói para se disfarçar a velhice, para se enganar em relação à própria existência, porque, idosos não são coisas, não são outra coisa, muito menos “os outros”, são pessoas como nós, são seres humanos como todos, como qualquer um que quiçá venha a ser, que possui uma história, um rico passado, um presente e também um futuro. No entanto, eles são a encarnação viva das contradições do presente. Um presente que não valoriza o passado, que não considera a memória como configuradora do futuro, que se volta apenas para o novo enquanto sinônimo de juventude, do novo como renovação constante do poder do consumo, do capitalismo, ou individualismo. O idoso, sem usar nenhuma figura de linguagem, sente na própria pele o tempo presente.

O que se procura, aqui, é a revisão de algumas concepções da atualidade, de forma a favorecer a reflexão sobre esse “sinal dos tempos”, a que Edgar Morin se refere (2002) ou ao momento líquido que se esvai por entre as mãos como diria Zygmunt Bauman (2006). O objetivo principal do presente trabalho é refletir de que forma os idosos conseguem se inserir socialmente por meio das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação (NTIC's), a fim de obter um empoderamento nestes novos tempos e alcançar a cidadania por meio da esfera pública mediada. Em relação à internet, a preocupação é saber se esta oferece uma nova oportunidade aos idosos, assim como a outros grupos sociais, de se comunicarem e discutirem questões relevantes a si mesmos, criando e recriando a própria cidadania, bem como o ambiente social pelo qual estão envolvidos.

---

<sup>3</sup> O trecho é adaptação de uma parte do texto de Jim Brown chamado “Sonhei que tive uma entrevista com Deus” e foi reproduzido na internet.



## **Tempo presente versus tempo passado**

Segundo Muniz Sodré (2002), a singularidade ou o espírito do tempo presente seria a “velocidade e fluidez dos processos”. Ao falar sobre o que caracteriza de *ethos* midiaticizado, o autor nos remete ao que chama de catalaxia, ou seja, “um ordenamento mercadológico do mundo, para além de qualquer desígnio humano” (SODRÉ, 2002, p. 14). Infelizmente é preciso concordar com essa análise. E além desse viés estritamente voltado para o consumo, em que os meios de comunicação têm papel estruturante, há que se destacar também outro elemento, o da velocidade. Os tempos atuais, que alguns chamam de modernidade e outros de pós-modernidade, são visivelmente caracterizados pela exigência de rapidez, dinamicidade, transformação constante, renovação *ad aeternum*, é a dromologia<sup>4</sup> impulsionando nossas sociedades (VIRILIO, 1996, p. 56) e quem disse que esse processo necessariamente precisa excluir os mais velhos? Talvez uma resposta a essa pergunta esteja na própria concepção do que seja moderno ou pós-moderno, e a essa tarefa vários estudiosos se dedicaram.

Neste caminho, se encontra de forma substantiva o pensamento de Stuart Hall (1992), quando este propõe a caracterização de três sujeitos: um do iluminismo, “centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação”. Outro sociológico: “formado na relação com ‘outras pessoas importantes para ele’, que mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos – a cultura – dos mundos que ele/ela habitava” (HALL, 2006, p. 11-12). E por último um sujeito pós-moderno: “como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2006, p. 11-12).

---

<sup>4</sup> Paul Virilio (1996), filósofo e urbanista francês, expõe em seu livro “Velocidade e Política” o conceito de dromologia (dromos = corrida), quando relaciona o novo império da técnica à velocidade, dizendo que se vive uma era em que a pressa dita o ritmo.

O autor se refere a um descentramento progressivo do sujeito, o que o levaria consequentemente a um processo de desenvolvimento de múltiplas identidades. Para Hall: “As sociedades modernas são, portanto, por definição, sociedades de mudança constante, rápida e permanente. Esta é a principal distinção entre as sociedades ‘tradicionais’ e as ‘modernas’” (HALL, 2006, p. 14). Anthony Giddens (1991, p. 10), por seu lado, chama de “descontinuidade” a separação entre as instituições sociais modernas e as ordens sociais tradicionais.

Hall prossegue afirmando que seria lugar comum dizer que “a época moderna fez surgir uma forma nova e decisiva de *individualismo*, no centro da qual erigiu-se uma nova concepção do sujeito individual e sua identidade” (HALL, 2006, p. 24). Ou seja, nos tempos pré-modernos a individualidade seria “conceptualizada” de forma diferente (HALL, 2006, p. 25). Antes da modernidade, não havia a ideia de que a pessoa fosse um “indivíduo soberano”, predominava a crença de que as tradições e estruturas sociais eram divinamente estabelecidas. Assim, Hall ressalta que o nascimento do “indivíduo soberano” entre os séculos XVI e XVII, fim do Renascimento e começo do Iluminismo, se constituiu num verdadeiro impulso para a modernidade. Segundo ele, alguns autores até questionariam se o capitalismo realmente exigiu um indivíduo soberano desse tipo, no entanto, sua emergência seria inegável (HALL, 2006, p. 27).

Ainda sobre o conceito de pós-moderno, encontra-se em Lyotard uma referência fundamental. Este se refere à “posição do saber nas sociedades mais desenvolvidas”, explicando que pós-moderna: “Designa o estado da cultura após as transformações que afetaram as regras dos jogos da ciência, da literatura e das artes a partir do final do século XIX” (LYOTARD, p. XV). De acordo com sua concepção, a pós-modernidade seria essencialmente cibernética-informática e informacional, onde predominariam esforços de informatizar a sociedade. Outros autores, como Lipovetsky (2005) e Bauman (2006), por seu lado, descrevem a pós-modernidade como marcada pelo consumismo.

## **Narcisismo como expressão do individualismo**

Alguns autores norte-americanos se mostram céticos e pessimistas em relação aos anos pós-guerra, relacionando-os a um crescente individualismo nos EUA e também em outros países por conta da expansão do capitalismo. Para Christopher Lasch (1983), por exemplo, a década de 1970 representaria um enfraquecimento sensível em relação à percepção anterior de decurso de tempo, na perspectiva de continuidade histórica, daí que:

Viver para o momento é a paixão predominante – viver para si, não para os que virão a seguir, ou para a posteridade. Estamos rapidamente perdendo o sentido de continuidade histórica, o senso de pertencermos a uma sucessão de gerações que se originaram no passado e que se prolongarão no futuro (LASCH, 1983, p. 25).

Deste modo, relacionando o individualismo norte-americano com o narcisismo crescente, Lasch (1983) raciocina que houve uma desagregação de tradições, até mesmo em função da própria história de povoamento dos EUA e de sua ruptura com a Europa. Tais tradições antigas de autossuficiência teriam sido minadas e com elas a competência em lidar com o cotidiano. Aos poucos o indivíduo norte-americano teria se tornado “dependente do Estado, da corporação e de outras burocracias” (LASCH, 1983, p. 30). “O Narcisismo representa a dimensão psicológica dessa dependência. Não obstante suas ocasionais ilusões de onipotência, o narcisista depende de outros para validar sua autoestima” (LASCH, 1983, p. 30). Assim, a liberdade de laços familiares simplesmente contribuiria para uma insegurança somente superada por seu eu refletido nas atenções de outras pessoas, ou “[...] ao ligar-se àqueles que irradiam celebridade, poder e carisma [...] Para o narcisista, o mundo é um espelho, ao passo que o individualista áspero o via como um deserto vazio, a ser modelado segundo seus próprios desígnios” (LASCH, 1983, p. 31).

Em outro contexto socioeconômico, mas refletindo igualmente a respeito da sociedade pós-moderna, Muniz Sodré assinala que estaria ocorrendo uma (na década de 1990) macrotelevisão ou teleorganização da sociedade, no entanto, acredita-se que

Sodré (1994), assim como McLuhan (1964), na verdade traçava de antemão as características de um futuro próximo, o da presença da internet. McLuhan (1964), coincidentemente, também se refere ao narcisismo despertado pelas “extensões de nós mesmos”:

É a contínua adoção de nossa própria tecnologia no uso diário que nos coloca no papel de Narciso da consciência e do adormecimento subliminar em relação às imagens de nós mesmos. Incorporando continuamente tecnologias, relacionamo-nos a elas como servomecanismos. Eis por que, para utilizar esses objetos-extensões-de-nós-mesmos, devemos servi-los, como a ídolos ou religiões menores (MCLUHAN, 1964, p. 63).

Sodré, corroborando com McLuhan (1964), ressalta a característica de jogo entre a imagem e o real, a importância do olho, e afirma que na civilização ocidental este teria sido investido da veleidade de uma visão universal. O olhar do indivíduo passaria, por meio do livro, do teatro e pintura no Renascimento, a ter uma autoridade ampliada, que possibilitou ao olho do sujeito da observação “um domínio sem precedentes” (SODRÉ, 1994, p. 18). Por outro lado, a sociedade atual levaria o indivíduo a encontrar sua identidade “fora do espaço da ambivalência, num imaginário objetivado, isto é, em imagens de cuja produção ou de cujo circuito dialético estaríamos cada vez mais afastados (simulacros)” (SODRÉ, 1994, p. 65).

Outro autor, Lipovetsky (2005), igualmente, contribui ao avaliar que a pós-modernidade instala um novo estágio para o individualismo, justamente o narcisismo, que designaria novas relações do indivíduo consigo mesmo e com seu corpo, os outros, o mundo e o tempo num “momento em que o ‘capitalismo’ autoritário cede lugar a um capitalismo hedonista e permissivo” (LIPOVETSKY, 2005, p. 32). E sentencia: “Se a modernidade se identifica com o espírito do empreendimento e com a esperança futurista, é claro que, devido à sua indiferença histórica o narcisismo

inaugura a pós-modernidade, a última fase do *homo aequalis*”<sup>5</sup> (LIPOVETSKY, 2005, p. 32).

Assim, nesse contexto, a questão do narcisismo parece se relacionar também ao idoso (e não apenas a este segmento social) e à internet, na medida em que se percebe, particularmente nas redes sociais, uma espécie de “imperativo imagético”, uma atenção que se volta ao ego (PAIVA, 2012, p. 3). Trata-se de uma sobrevalorização da imagem do ser humano voltada para si mesmo, em contextos que não geram tensões sociais, mas que possibilitam algum tipo de ganho social, de aquisição simbólica por parte de quem se expõe. Além disso, segundo Diego Oliveira (2014), haveria dois fatos significativos em curso: “o acelerado envelhecimento da população e a ampliação da ascensão às novas tecnologias e às redes digitais” (OLIVEIRA, 2014).

### **Idoso e internet: o que dizem os números**

Segundo o IBGE, o número de pessoas com mais de 60 anos, com acesso à internet, dobrou de 2008 a 2013, passando de 5,7% para 12,6% (de um total de 13% ou 26 milhões com 60 anos ou mais). Vale ressaltar que a taxa de crescimento da população, na faixa etária até 39 anos (de 2008 a 2013) apresentou queda nestes cinco anos, ao passo que a taxa de crescimento da população entre 40 e 60 anos ou mais, se mostra em franca expansão. A população brasileira, claramente, está envelhecendo e a projeção do IBGE é de que, no ano de 2050, a faixa etária de 60 anos ou mais passe a representar um terço da população brasileira, o que implicaria também em maior demanda à internet. No mesmo período, a proporção de internautas passou de 49,2% para 49,4% do total da população residente (201,5 milhões de pessoas). O percentual de pessoas com telefone celular para uso pessoal (10 anos ou mais de idade) subiu de 53,7% para 75,5% (crescimento de 40,6%).

---

<sup>5</sup> *Homo Aequalis: Gênese e Desenvolvimento da Ideologia Econômica* é uma obra do antropólogo francês Louis Dumont, publicada em 1977. Através de sua análise, busca compreender os valores e ideologias da sociedade ocidental.



## **Concepções da velhice e do idoso<sup>6</sup>**

Ecléa Bosi (1994), em seu livro “Memória e Sociedade: Lembranças de Velhos”, realiza abordagem interessante a respeito da velhice, principalmente em relação ao processo em que se daria a fixação da memória e a conceituação filosófica da mesma, permitindo-se inclusive, o estabelecimento de uma valoração diferenciada entre o passado e o presente, o jovem e o velho: “a memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interface no processo ‘atual’ das representações. Pela memória, o passado não só vem à tona das águas presentes, misturando-se com as percepções imediatas, como também empurra, ‘desloca’ estas últimas, ocupando o espaço todo da consciência” (BOSI, 1994, p. 47).

A memória permitiria, assim, uma relação do corpo presente com o passado e se constituiria numa espécie de interface atual das representações, a autora se refere neste trecho ao pensamento do filósofo Henri Bergson, quanto este faz a seguinte reflexão: “Aos dados imediatos e presentes dos nossos sentidos nós misturamos milhares de pormenores da nossa experiência passada. Quase sempre essas lembranças deslocam nossas percepções reais, das quais retemos então apenas algumas indicações, menos ‘signos’ destinados a evocar antigas imagens” (BERGSON, 1999, p. 30).

A respeito dos idosos, numa época sem internet, na década de 1970, Simone de Beauvoir traça um quadro deprimente de como a sociedade os encarava à época: “Os homens eludem os aspectos de sua natureza que lhes desagradam. E, estranhamente, a velhice. A América riscou de seu vocabulário a palavra morto: fala-se de caro ausente; do mesmo modo, ela evita qualquer referência à idade avançada”

---

<sup>6</sup> O envelhecimento tem sido pensado e colocado discursivamente, de forma mais recorrente, a partir da década de 1970. Em 1994, buscando-se um tratamento mais respeitoso, regulamentou-se a Lei 8.842/94, que considerou idosas as pessoas com mais de 60 anos de idade (a literatura geriátrica prefere 65 anos). A partir de 1980, grupos de idosos e associações passam a se denominar “grupos de terceira idade” (MARQUES, 2004).

(BEAUVOIR, 1970, p. 7). Para Beauvoir haveria uma conspiração do silêncio em relação à velhice, à qual não haveria o rito de passagem característico de outras fases da vida. Este seria mal definido, ou seja, o momento em que começa a velhice seria indistinto.

Beauvoir (1970) se debruça, na primeira parte de seu livro, sobre o que a biologia, antropologia, história e sociologia contemporâneas nos ensinam sobre a velhice. Na segunda parte procura descrever a maneira pela qual o homem idoso interioriza sua relação com o próprio corpo, com o tempo, com os outros, ela assume uma multiplicidade de aspectos, irreduzíveis uns aos outros. “A velhice não é um fato estatístico; é o resultado e o prolongamento de um processo” (BEAUVOIR, 1970, p. 17).

A noção de velhice é construída tanto em termos individuais quanto sociais e culturais, e desse contexto emergem imagens do envelhecimento e da velhice. Assim, Reis (2013), replica o pessimismo de Beauvoir (1970) e alerta para o processo de se traduzir essas imagens sociais em “estereótipos, preconceitos ou discriminação, que, por sua vez, se transformam em idadismo e, em particular em velhismo, discriminação para com os mais velhos” (REIS, 2013, p. 167). O idadismo se refere, de forma geral, em atitudes e comportamentos negativos em relação a indivíduos, “baseados somente numa característica – a sua idade” (REIS, 2013. p. 167).

No entanto, seria um erro se apegar somente à caracterização da velhice em relação a aspectos negativos, e é nesse sentido que Debert (1997) defende a ideia de que a expressão “Terceira Idade” traria em torno de si conteúdos que seriam elementos ativos no que chamaria de “processo de reprivatização da velhice”, que envolveria a transformação desta numa responsabilidade individual, tal processo seria resultado de uma intensa interlocução entre “o discurso gerontológico, o público mobilizado nos programas para a terceira idade e a mídia” (DEBERT, 1997). Debert se refere a uma celebração da terceira idade pelos programas voltados para a

população mais velha e também pela mídia, como um novo mercado de consumo<sup>7</sup>. A terceira idade, então, não seria sinônimo de decadência, pobreza e de doença mas sim um tempo privilegiado para atividades livres, uma nova etapa, um tempo de lazer com novos valores coletivos.

### **Idoso e capital social: possibilidades de assunção**

As redes sociais na internet representam excelente espaço atual para o exercício do narcisismo de seus usuários, no entanto, mais do que isso, para os idosos parece se constituir em algo extremamente positivo na medida em que lhes dá a oportunidade de serem vistos, de se inserirem numa realidade social e lutarem contra uma possível exclusão. Na internet, através de fotos, diálogos, páginas, discussões, estes têm um acesso facilitado, uma vez que não se exige deles o deslocamento físico. Segundo Wasserman (2014): “Um dos principais motivos dos idosos utilizarem as novas tecnologias é a possibilidade de estarem incluídos na sociedade, ou seja, ser ativo e fazer parte do novo panorama” (WASSERMAN, 2014, p. 4). Além disso, 75% dos idosos pesquisados por Warsserman faziam uso do Facebook, sendo que as principais atividades eram enviar mensagens instantâneas e adicionar e visualizar fotos.

Recuero (2009) argumenta que um elemento relativo à qualidade das conexões de uma rede social na internet seria o capital social. Este conceito, estudado por diversos autores, seria um indicativo da “conexão entre pares de indivíduos em uma rede social” (RECUERO, 2009, p. 44), no entanto, não haveria concordância entre os estudiosos. Em Bourdieu, por exemplo, o capital social seria definido como: “[...] um conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão vinculados a um grupo, por sua vez, constituído por um conjunto de agentes que não só são dotados de propriedades comuns, mas também são unidos por relações permanentes e úteis” (BOURDIEU,

---

<sup>7</sup>Versão modificada de trabalho apresentado pela autora no GT Cultura e Política da ANPOCS, em 1996.

1998, p. 67). Além disso, o capital social seria constituído a partir de dois componentes:

[...] um *recurso* que é conectado ao *pertencimento* a um determinado grupo; às relações que um determinado ator é capaz de manter; e o *conhecimento e reconhecimento mútuo* dos participantes de um grupo. Esse conhecimento transformaria o capital social em capital simbólico, capaz de objetivar as diferenças entre as classes e adquirir um significado (RECUERO, 2009, p. 47).

Tal aceção, ainda de acordo com Recuero (2009), estaria diretamente relacionada aos interesses individuais, uma vez que seria das relações sociais que se teria alguma vantagem pessoal. Ora, não é difícil perceber o quanto esta noção seria proveitosa à presença dos idosos na internet. Ao participarem de redes sociais, compartilharem fotos e mensagens, estes estariam também compartilhando uma espécie de capital social na medida em que passariam a se sentir parte de um grupo, mesmo que virtualmente e desterritorializado. No entanto, esta seria uma característica a favor dos idosos que não dispõem de mobilidade urbana ou que socialmente não são mais vistos. O fato de se inserirem numa rede social virtual contribuiria para que eles saíssem da “conspiração de silêncio” referida por Simone de Beauvoir (1970).

Realizando, enfim, uma discussão a respeito de concepções diferentes de capital social – a partir de Putnam, Bourdieu, Coleman dentre outros – Recuero (2009) propõe uma definição para capital social que seria, segundo ela, mais adequada para as redes sociais:

[...] como um *conjunto de recursos* de um determinado grupo (recursos variados e dependentes de sua função, como afirma Coleman) que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade (de acordo com Putnam). Ele está embutido nas relações sociais (como explica Bourdieu) e é determinado pelo conteúdo delas (RECUERO, 2009, p. 50).

Retomando a argumentação inicial deste artigo, a respeito do narcisismo e da sociedade pós-moderna, é possível vislumbrar nas redes sociais, assim como Recuero (2009) identificou, características que facilitariam um comportamento narcísico, mas,

para além disso, uma maneira de se portar, quem sabe um *habitus* do internauta do Facebook em expor o eu, o *self*, e isto se constituiria, para o idoso, numa forma de ser visto, de passar a existir, de conseguir “compartilhar” os seus signos e significados e lutar por uma ressignificação social. Paiva (2012) descreve essa característica em que os participantes “tendem a exhibir a sua ‘persona midiática’ num patamar simbólico de distinção, evitando compartilhar as imagens mais modestas”. Desta forma, o narcisismo no Facebook e em outras redes sociais se transformaria inclusive num capital simbólico, fundamental para as relações (PAIVA, 2012, p. 4). E qual seria o sentido ou a contribuição de se utilizar o Facebook e não a mídia tradicional em se tratando do idoso?

Talvez no sentido proposto por Tiago Mainieri (2013), quando este entende a comunicação “enquanto um espaço de interlocução e intervenção do cidadão no debate de questões de interesse público”, ou seja, no sentido de uma comunicação contra-hegemônica (MAINIERI, 2013, p. 57). Afinal, na medida em que um grupo social se esforça por valer suas questões, ser visto, reconhecido como parte importante do tecido social, isto também não seria interesse público? Mainieri (2013) ressalta a importância em se romper com a mídia tradicional:

As mutações ou revolução tecnológica, como queiram os autores, de fato impactam em novas configurações nos processos comunicacionais. Cabe à sociedade apropriar-se e conceber uma comunicação genuinamente dialógica, calcada na participação plural e não hegemônica de diversas vozes. Vozes que ecoam e que têm seu lugar de fala garantido. É necessário romper com a lógica comunicacional que privilegia o monólogo (MAINIERI, 2013, p. 57).

Este movimento seria o de uma espécie de grito dos idosos, apoderar-se para ter voz, entrar em sintonia para distoar, aliar-se ao inimigo para tentar derrotá-lo, porque a realidade social na mídia tradicional é sempre um falso reflexo, algo que não corresponde ao real mas que, ao mesmo tempo, se ancora nele (SODRÉ, 2002, p. 23). No entanto, nos ambientes digitais da nova mídia, o usuário se move trocando sua representação clássica por uma “vivência representativa”: “O ‘espelho’ midiático não



é simples cópia, reprodução ou reflexo, porque implica uma forma nova de vida, com um novo espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos, portanto, outros parâmetros para a constituição das identidades pessoais” (SODRÉ, 2002, p. 23). Trata-se aqui de uma luta por significação social. É preciso se adaptar a esse novo meio para sobreviver.

Concordando com Recuero (2009), opta-se aqui por uma posição francamente positiva em relação à internet e às Novas Tecnologias de Comunicação e Informação (NTIC's) bem como à chamada Comunicação Mediada pelo Computador (CMC). A internet, nos termos da discussão de Recuero (2009, p. 52), “muitas vezes, constitui-se em uma via alternativa para o envolvimento em grupos sociais. A mediação pelo computador, assim, seria uma via de construção do capital social, permitindo a indivíduos acesso a outras redes e grupos” (RECUERO, 2009, p. 52). Aqui o conceito de reputação parece se ligar ao de imagem pública e se define, no ambiente virtual, no fato “de que há informações sobre quem somos e o que pensamos, que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós” (RECUERO, 2009, p. 109).

Lemos (2010) estende o mesmo pensamento de Recuero (2009) ao afirmar que “os instrumentos do ciberespaço permitem a famílias dispersas, assim como às pessoas geograficamente afastadas do lar geográfico de sua comunidade nacional, manter contato estreito com seu grupo de pertencimento, principalmente com as novas tecnologias móveis” (LEMOS, 2010, p. 105). A questão que se impõe, enfim, é também a capacidade de um grupo ou indivíduo de ser visto, de produzir comunicações que consigam ressignificar as representações sociais de si mesmo. Só assim se poderia alcançar o ideal de um dos aspectos da cidadania<sup>8</sup>, o de pertencimento e reconhecimento como parte igual na sociedade, e a mídia, ou neste caso a internet, se transforma em instrumento de construção de identidade, numa

---

<sup>8</sup> Para Gorcevski (2011) a cidadania ou pertencimento a uma comunidade seria um processo histórico e sujeito a uma constante evolução. Na perspectiva do conceito de comunidade, o indivíduo não existiria sozinho, mas sim em função de uma vida social. Segundo o autor, haveria uma “necessidade humana de pertencimento e identificação comunitária” (GORCZEVSKI, p. 62). Assim, o indivíduo só seria reconhecido como tal em relação a uma comunidade, de onde emergiria de forma plena.

relação com o outro e de “alcance de visibilidade dentro da sociedade” (TUZZO, 2014, p. 164). Essa relação de alteridade não se consegue de uma hora para outra, no entanto, há que se começar de algum lugar, afinal, como diria Simone de Beauvoir: “É a inércia que é sinônimo de morte. Mudar é a lei da vida. É um certo tipo de mudança que caracteriza o envelhecimento: irreversível e desfavorável – um declínio” (BEAUVOIR, 1970, p. 17).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Tradução: Albino Santos Mosquera. Barcelona: Paidós, 2006.

BEAUVOIR, Simone. **A velhice**. Tradução: Maria Helena Franco Martins. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1970.

BERGSON, Henri. **Matéria e memória**: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito. Tradução: Paulo Neves. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade**: lembranças de velhos. 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

BOURDIEU, Pierre (1980). O Capital Social – Notas Provisórias. In: NOGUEIRA, Maria Alice e CATANI, Afrânio (org.). **Escritos de educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.

DEBERT, Guita G. A invenção da terceira idade e a rearticulação de formas de consumo e demandas políticas. In: **Revista brasileira de ciências sociais**, v.12, nº. 34, São Paulo, 1997. Disponível em <[http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=203:rbc-34&catid=69:rbc&Itemid=399](http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=203:rbc-34&catid=69:rbc&Itemid=399)>. Acesso: 17/06/2015.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Tradução: Raul Fiker. 5ª ed. São Paulo: Unesp, 1991.

GORCZEVSKI, Clovis; MARTIN, Nuria Belloso. **A necessária revisão do conceito de cidadania: movimentos sociais e novos protagonistas na esfera pública democrática**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2005/2013.

LASCH, Cristopher. **A cultura do narcisismo**: a vida americana numa era de esperanças em declínio. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1983.

LE MOS, André. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia / André Lemos e Pierre Lévy. São Paulo: Paulus, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole, 2005.

LYOTARD, Jean-François. **O pós-moderno**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

MAINIERI, Tiago. Caminhos para uma outra comunicação – em busca da identidade. In: COUTINHO, Eduardo Granja e MAINIERI, Tiago (Org.). **Falas da história**: comunicação alternativa e identidade cultural. Goiânia: FIC/UFG, 2013.

MARQUES, Ana Maria. Velho/idoso: construindo o sujeito da terceira idade. In: **Revista Esboços**, 2004. Disponível em:  
<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/esbocos/article/view/336/9870>> Acesso: 17/06/2015.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MESSIAS, Ana Regina. **O idoso no facebook: sociabilidade e encontro geracional**. In: Facebook e educação. 2014. Disponível em:  
<[https://grupomiradas.files.wordpress.com/2014/10/o-idoso-no-facebook\\_soc-e-enc-ger.pdf](https://grupomiradas.files.wordpress.com/2014/10/o-idoso-no-facebook_soc-e-enc-ger.pdf)>. Acesso: 17/06/2015.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tempo – neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

OLIVEIRA, Diego. **A terceira idade e os relacionamentos líquidos nas redes sociais**. In: Interprogramas de Mestrado Faculdade Casper Líbero, 10º, 2014, São Paulo. Disponível em: <<http://casperlifero.edu.br/wp-content/uploads/2015/01/Diego-Oliveira-FCL.pdf>>. Acesso: 17/06/2015.

PAIVA, Cláudio Cardoso. **O espírito de narciso nas águas do facebook**. As redes sociais como extensões do ego e da sociabilidade contemporânea. In: Intercom, XXXV, 2012, Fortaleza. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0953-1.pdf>>. Acesso: 17/06/2015.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REIS, Devani Salomão de Moura. Idosos: qualidade de vida, capital social, respeito e reconhecimento em políticas de saúde. In: MATOS, Heloiza (org.) **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013.

SODRÉ, Muniz. **A máquina de narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil**. São Paulo: Cortez, 1994.

\_\_\_\_\_. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SOUSA, J. K. L. L. **Caiu na net é jovem? O exercício do protagonismo do idoso na internet no Brasil e na Espanha**. Brasília, 2009. 397f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de Brasília.

TUZZO, Simone Antoniacci. O lado *sub* da cidadania a partir de uma leitura crítica da mídia. In: TUZZO, Simone Antoniacci. PAIVA, Raquel (Org.). **Comunidade, mídia e cidade: possibilidades comunitárias na cidade hoje**. Goiânia: Cirgráfica, 2014.

VIRILIO, Paul. **Velocidade e política**. Tradução: Celso Mauro Paciornik. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

WASSERMAN, Camila et al. Redes sociais: um novo mundo para os idosos. **Novas tecnologias na educação**, v.10, nº. 1., CINTED-UFRGS, julho, 2012, p.1-10. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/renote/article/view/30863>>. Acesso: 17/06/2015.

**Valéria Vasques e Janete<sup>1</sup>**

## O risível como mediador entre o discurso midiático e o tempo da cotidianidade

Elijerton Rogério Chaves Veras<sup>2</sup>

### Resumo

O artigo tem como objetivo a reflexão teórica sobre o risível como mediador entre o discurso midiático e o tempo da cotidianidade. Para tanto, o corpus é estruturado na análise das falas das personagens Valéria Vasques e Janete, interpretadas pelo ator Rodrigo Sant'Anna e Thalita Carauta no humorístico Zorra Total da Rede Globo. O método utilizado nesta etapa do trabalho, que faz parte da pesquisa inicial de mestrado, é a análise de conteúdo. Tal caminho segue também pela revisão bibliográfica, fundamentada nos autores Agnes Heller, Henri Bergson, Jesus Martín-Barbero e Mikhail Bakhtin para problematizar os aspectos relacionados entre as visibilidades e as representações construídas a partir de tipos populares fortemente marcados por estereótipos sociais no humor televisivo.

### Palavras-chave

Risível; Cotidianidade; Estratégias de Comunicação; Estereótipo Social; Humor.

### Introdução

O programa humorístico Zorra Total está no ar desde março de 1999<sup>3</sup>. Nesses dezesseis anos de história consagrou inúmeros atores como, por exemplo, *Marcos Veras*, *Maria Clara Gueiros*, *Rodrigo Sant'Anna* e *Thalita Carauta*, que atuam tanto no teatro quanto na televisão.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GT 4 - Representação Social e Mediações socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Estácio de Sá (UNESA). Dedicar-se à elaboração de estudos envolvendo mídia, raça, classe social, humor e estereótipo e as suas relações com o cotidiano. Possui experiência nas áreas de publicidade e animação de personagens. Email: elijerton@gmail.com.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/humor/zorra-total/curiosidades.htm>. Acesso em: 08 de Jun. de 2015.



Conhecida a extensão do mercado do riso e a sua diversidade de segmentos e relevância na formação e divulgação de atores de elite no humor televisivo, o recorte metodológico do artigo foca nas representações das personagens Valéria Vasque e Janete, que desde o dia 28 de maio de 2011 até 2014, contribuíram com a boa audiência do Zorra total nas noites de sábado<sup>4</sup>.

Para a aplicação da metodologia de análise de conteúdo, a observação pretendida foi dividida em dois blocos de análises. O primeiro, sobre a representação de estereótipos sociais nas personagens Valéria Vasques e Janete tendo o risível como estratégia de comunicação; o segundo, na mediação entre o discurso midiático e o tempo da cotidianidade.

Nesta perspectiva, no primeiro momento, as personagens foram analisadas a partir de "preconceitos e estereótipos" intrinsecamente ligados ao "cotidiano" e vinculados ao que Agnes Heller (2014) chama de "juízos de valores". Ou seja, ideias iniciais preestabelecidas ou não que servem para categorizar a realidade.

A reflexão seguiu também na relação dos pensamentos de Muniz Sodré (2006) e Henri Bergson (2004). Tal análise partiu da observação de que mídia não promove nada que não possa funcionar como mercadoria ao riso como forma de ação corretiva àquilo que diverge de uma estrutura social preestabelecida.

Dessa forma, o estudo focou nas relações entre humor, televisão e o movimento que vai da "generalização" à "ultrageneralização" de Heller (2014). Ou seja, na transição dos estereótipos sociais de categorização para os individuais de exclusão, que podem ser fomentados pela mídia como forma de delimitação de esferas sociais ou como segmentação de consumo.

No segundo momento, o trabalho focou no processo de mediação entre o discurso da mídia e o tempo da cotidianidade que, segundo Jesus Martin-Barbero (1997), é o tempo do cotidiano das pessoas; tempo das culturas populares; tempo do "aqui agora". Nesta perspectiva, a construção do artigo se deu em um contexto de recepção menos apocalíptico e mais direcionado às mediações culturais.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/07/ser-chamado-de-valeria-na-rua-e-constrangedor-diz-ator-de-zorra-total.html>. Acesso em 05 de Jan de 2015.

Interligada às estas mediações, segue a concepção de linguagem a partir dos estudos do círculo de Mikhail Bakhtin (2006), que toma a comunicação como objeto de disputa social, haja vista a sua construção em signos que, segundo o autor, derivam do "ideológico". Ou seja, a comunicação será pensada através das culturas populares e a suas implicações nos processos "ideológicos" dos signos que podem ser construído sobre elas ou para elas.

É a partir dessa estrutura teórica que o artigo escreve seus objetivos. Isto é, uma discussão teórica sobre a apropriação estratégica do riso pela mídia como fator de mediação entre a vida cotidiana, para demarcar fronteiras sociais e hábitos de consumo, através das representações de tipos populares marcados por estereótipos sociais no humor das personagens Valéria Vasques e Janete no programa humorístico Zorra Total da Rede Globo.

## **1 - O risível como estratégia de comunicação na veiculação de estereótipos sociais.**

As aparições de Valéria Vasques e Janete caminham sempre para o mesmo desdobramento. Isto é, elas se encontram, dentro do metrô lotado, e ao final do quadro Janete é assediada por alguém. Mas, no episódio do dia 24 de Setembro de 2011, além da já repetida frase dita por Valéria "Aproveita porque você não está podendo escolher", segue-se a complementação de "aproveita babuína!".

A partir desse episódio, a reflexão se deu na indagação de qual era a discussão que estava realmente por trás de tais discursos. Assim, partiu-se da hipótese de que as aparições das personagens foram construídas sobre duas bases distintas, o risível e os estereótipos. No entanto, tais bases são associadas a um mesmo gênero e introjetadas no cotidiano através de estratégias de comunicação que veiculam um discurso que tipifica e cristaliza o que seria socialmente considerada uma mulher feia.

Foi verificado que a ancoragem mercadológica da mídia se deu pelos opostos e não pelas equivalências. As aparições dos tipos populares representados pelas personagens citadas, estruturadas no contexto do risível, lançaram mão de objetivos

comunicacionais que foram construídos pelas as suas antíteses. Ou seja, veicularam um modelo estético, padronizado e aceito pela sociedade, que buscou a subjetivação através do contraste aos modelos "grotescos" das personagens.

Três autores basilares foram utilizados para embasar tais hipóteses e objetivos. Muniz Sodré (2006), Agnes Heller (2014) e Henri Bergson (2004). Todavia, conhecendo a realidade histórico/social de cada autor, o uso desta bibliografia não tem a intenção de abordar nem possíveis aproximações nem divergências. É entendida aqui, não só a distância conceitual que separa tais pensadores, mas as suas distintas bases epistemológicas, haja vista os limites bem demarcados em suas ciências sociais, filosóficas e comunicacionais.

Sobre o conceito de estereótipo, percebe-se que o mesmo é abordado por várias áreas de conhecimento, desde a filosofia/sociologia até a comunicação/psicologia. No entanto, como explicitado anteriormente, segue-se pelo viés da socióloga húngara Agnes Heller (2014), que aborda o homem como ser "genérico" que já nasce inserido na "vida cotidiana" a qual ela chama de "a vida do homem inteiro". Ou seja, aquela que, como construto de uma história já pronta que o antecede, não o permite à desvinculação, como é o caso dos indivíduos que nascem inseridos em uma determinada classe social.

A autora aborda os preconceitos e estereótipos intrinsecamente ligados ao cotidiano e sob a perspectiva da oposição de valores que se definem através de esferas irregulares. Isto é, sobre valores que são impetrados sobre estruturas sociais e cognitivas desiguais, fortalecendo não só as desconformidades, mas encerrando também os seus limites. Para a autora, "uma esfera pode explicitar a essência em *um* sentido, ao passo que outra esfera impede isso em *outro* sentido e se orienta para uma desvalorização" (HELLER, 2014, p. 18-19, grifo da autora).

Trazendo esse processo de desvalorização de uma classe por outra para a cotidianidade, percebe-se uma divisão muito bem sinalizada sobre os conceitos de beleza, haja vista o padrão estético dado por uma classe que impede qualquer tentativa de equalização por outra. Ou seja, uma alçada valorativa imposta de cima para baixo sobre o que pode ou não ser chamado de belo, delegada por uma categoria

privilegiada economicamente, em detrimento a uma outra categoria desfavorecida economicamente e exposta, preconceituosamente, sob um discurso que apresenta os seus valores estéticos diminuídos e estereotipados. Exemplos, os padrões de magreza, jovialidade e raça demonstrados nos programas sobre moda em contraponto aos tipos representados, pelos programas humorísticos, como tipos inferiores, os muito magros, os gordos e os negros.

Na abordagem do filósofo francês Henri Bergson (2004) o riso é descrito sobre três definições diferentes: como algo racional, intrinsecamente social e facultado apenas ao humano. Ou seja, uma que diz não existir comicidade fora daquilo que é humano - animais não riem. Outra que defende o risível como algo que é dirigido à inteligência pura - a razão entende uma tragédia representada pelo comico pela consciência que separa as duas realidades. E, para finalizar, a concepção de que o riso é inerente a uma determinada comunidade ou grupo social - quando o riso se constrói naquilo que diverge das práticas desse grupo como forma de correção.

No que tange o riso como exclusividade do humano, a abordagem é tecida na ruptura do corriqueiro no cotidiano, já que, sempre que há a quebra da lógica comum das coisas, surge o riso. Exemplos, um simples tombo ao caminhar ou o sujar a blusa ao tomar café. Nesse sentido, a reação do "outro" assume um caráter cômico e descontraído. Mas, tal comicidade, ainda que atravessada por esse riso descontraído, é exposta sobre uma espécie de correção, isto é, como ato de corrigir, no sentido disciplinar da palavra.

Por isso, ela faz pairar sobre cada um, senão a ameaça de correção, pelo menos a perspectiva de uma humilhação que, mesmo sendo leve, não deixa de ser temida. Essa deve ser a função do riso. Sempre um pouco humilhante para quem é seu objeto, o riso é de fato uma espécie de trote social. (BERGSON, 2004, p. 101).

Sobre o riso como inteligência pura, o autor discorre a faculdade racional humana que, ao saber que algo sério é representado de forma cômica, entende e separa as realidades e se libera da seriedade para se entregar ao cômico. Um exemplo é a abordagem da tragédia por humoristas. Sabe-se da seriedade dos fatos, mas racionalmente, entende-se que a representação cômica gera um distanciamento da

realidade. Como diz o autor: "A comicidade, dizíamos, dirige-se à inteligência pura; o riso é incompatível com a emoção" (BERGSON, 2004, p. 104).

Em sua terceira abordagem sobre o riso, Bergson (2004) o descreve subordinado ao contexto social, na interação entre pessoas de um mesmo contexto social e as suas adequações a padrões socialmente estabelecidos. Ou seja, como algo que atinge um indivíduo sobre o efeito causado pelo outro dentro de um grupo social estabelecido com suas regras e crenças exatamente pela não adequação desse outro a essa estrutura já determinada.

As estratégias de comunicação também atravessaram diversas pluralidades em termos de áreas de conhecimento, sendo abordadas, mesmo que de forma pragmática, muito mais nas áreas de marketing e publicidade/propaganda. No entanto, como objeto teórico pertencente a um processo que vai além da razão baseada na ação/reação, ou seja, no estímulo à compra pela ação publicizada de mercadorias de consumo, Muniz Sodré (2006) tece a análise sobre a autonomia da área de comunicação social, como algo efetivo que se constrói sobre um processo de veiculação/vinculação que se dá em outra ordem. A ordem do "sensível".

A abordagem de Sodré (2006), além de ressaltar a autonomia do campo da comunicação, se distancia claramente das abordagens que procuram explicá-la ou pelo viés da Indústria Cultural/Marxista ou por estudos embasados nas ciências naturais. Assim, quando o autor referencia a televisão, fala que ela ultrapassa a mera mecânica relacional e funcional de transmissão de conteúdo, chegando assim, a um "vínculo" comunicativo que se estabelece sobre uma ótica do comum que abarca, no sentido de produção de semelhanças, a consonância de singularidades diversas.

Quanto ao comum (instaurador do vínculo), é precisamente esse plural manifestado na totalidade das vinculações humanas, que não se deixa definir nem como uma unidade universal abstrata, nem como uma centrifugação de diferenças. Não se trata, portanto, de um mero estar-juntos, entendido como aglomerado físico de individualidades (por exemplo, a comunidade enquanto massa gregária substancializada), e sim da condição de possibilidade de uma vinculação compreensiva. O comum é a sintonia sensível das singularidades, capaz de produzir uma similitude harmonizadora do diverso. (SODRÉ, 2006, p. 69)



Isto é, as suas análises se consolidam na ocorrência da construção de um vínculo comunicativo que é tramado nas relações social e cultural, sob o prisma de uma ambiência, que vai além do conceito mecânico de televisão, e que acaba ampliando as realidades tradicionais ao mesmo tempo em que as ordena. Não obstante, o autor ainda alonga o seu pensamento sobre o assunto contrapondo tal ambiência aos estudos que abordam os meios de comunicação como parte distinta do processo comunicacional, apontando um ajustamento entre o que ele chama de bios e os sujeitos que assim o experimentam.

Desta maneira, quando levamos em consideração toda uma forma de vida (bios) virtual, e não a gramática exclusiva de um meio de comunicação separado, a experiência sensorial do "espectador" ultrapassa a das expressões externas do corpo de um falante (meneios de cabeça, piscadelas, sorrisos, movimentos de mãos, etc.). É que ele não mais se institui como mero espectador, e sim como membro orgânico de uma ambiência que deixa de funcionar na escala tradicional do corpo humano, para adequar-se existencialmente ("ponto de existência", em vez do visual ponto de fuga), pelo êxtase ou pelo deslumbramento da imersão, à escala de um sistema "neural" (a interconexão dos muitos dispositivos representacionais, a que se dá o precário nome de "mídia"), onde desaparece a corporeidade como tal. (SODRÉ, 2006, p. 106).

Voltando ao contexto sociológico, no que concerne a análise dos preconceitos, segundo Heller (2014), os mesmos são vinculados aos chamados "juízos de valores" que servem para tangibilizar ou para categorizar a realidade. No entanto, a autora defende que os estereótipos vão além do conceito de generalização preexistente, chegando assim, à "ultrageneralização", o que os configuram como algo muito mais amplo do que o seu uso como forma de organização social.

Logo, tal processo de "ultrageneralização" ou tipificações que são usadas para tornar a sociedade inteligível, se constrói sob duas colunas. Na primeira, com a concordância dos estereótipos como conexões e esquemas já elaborados, e na segunda, naqueles que são construídos com o tempo, em que os seus efeitos dependem tanto do indivíduo quanto da época de sua aplicabilidade. Ou seja, para tornar habitável o mundo dos humanos, sintetizam-se as coisas através de tipos prontos que podem ser, ou aqueles que antecedem os homens, sendo objeto da cultura

de uma sociedade, ou aqueles que são construídos e validados pelos indivíduos e que sofrem a ação de uma determinada época.

No caso das personagens, no recorte já apresentado, Valéria Vasques repetiu inúmeras agressões e discriminações à Janete, tanto referente a uma aceitação de assédio sexual, tendo em vista a sua inferioridade estética, quanto na colocação do apelido de "babuína", termo que remete, segundo a sociedade, a uma discriminação racial fortíssima. No entanto, a fala da personagem não ficou apenas na "generalização", além da cristalização, adentrou o imaginário popular tornando-se uma das frases mais repetidas entre o seu público. Ou seja, a fala da primeira personagem alcançou a "ultrageneralização".

Ressalta-se também que, o processo de validação desse discurso deve ser pensado também em conjunção com a produção midiática. Nesse caso, a observação foi atravessada pelo conceito de "grotesco" trabalhado por Sodré e Paiva (2002). Assim, Valéria Vasques e Janete rompem com os padrões éticos e morais no objetivo de emplacarem um riso cruel. Mas, tal êxito só se concretiza por pertencerem a uma outra ordem: a ordem do "grotesco", que se configura nas representações do ridículo ou de algo que foge à normalidade para atingir um riso degradante.

Sobre o riso como exclusividade da condição humana, o filósofo Henri Bergson (2004), ao descrever diversas características do homem como, hábitos, gestos e movimentos do corpo, demonstra que as rupturas dessas ordens então estabelecidas, geram o riso com a função de corrigir tais imperfeições. Exemplificado aqui, as personagens citadas que, rompem com os padrões estéticos estabelecidos.

Logo, é através dessa ação de retificação social dada sobre a Janete, através do riso de correção estética, que ficam de fora as consequências negativas do discurso, valendo-se, portanto, da sua aparência "grotesca". Ou seja, é o desajustamento entre indivíduo e as regras determinadas por uma sociedade que fomentam o riso que pode ser construído pelo domínio da mídia, ou como forma de delimitação de esferas sociais ou por segmentação de consumo.

No contexto comunicacional, Sodré (2006) direciona a sua percepção para o processo de subjetivação de indivíduos com o objetivo de torná-los melhores

consumidores, lançando mão de um modelo de representação que se assemelha ao processo ideológico descrito por Debord (2013). Ou seja, a televisão, ao ultrapassar a racionalidade produtiva que lhe conferia apenas valor de mercadoria deixa de ser um simples aparelho de transmissão de conteúdo para se tornar uma "ambiência" que se vincula aos contextos natural, tecnológico, social e cultural. Dessa forma, o "espetáculo" de Debord (2013) também não se resume a imagens, mas à mediação das mesmas nas relações sociais entre indivíduos.

É nessa lógica acima que entram os novos valores e que se constrói uma nova moralidade. É nessa vertente que os “juízos de valores” de Heller (2014) saem do contexto da “generalização” e entram no da “ultrageneralização”. Ou seja, é nessa mediação imagética que a televisão interage com a realidade e constrói novas relações sociais com o objetivo de tornar o indivíduo melhor consumidor. É também neste objetivo comunicacional que o "pré-conceito", como categorização prévia, sai do âmbito da inteligibilidade social e entra na cristalização ultrageneralizada do discurso estereotipado.

Muniz Sodré (2006) fala de que a mídia não promove nada que não possa funcionar como mercadoria. Para isso, constrói estratégias comerciais que são introjetadas, de forma cognitiva quase desvinculada de sua natureza técnica e vinculada ao contexto de “ambiência” que intencionam a reeducação dos indivíduos aos moldes mercadológicos através dos meios de comunicação.

Um exemplo disto é a veiculação da ideia de um padrão estético contido no discurso do humor que intenta a reeducação ao consumo oposto ao representado. Seja pelo “grotesco” ou pela forma de “correção”, é fortalecida e legitimada pelo risível na televisão, a separação de categorias estereotipadas. Dessa forma, é excluído do ideal de consumo tudo que difere do padrão de beleza já estabelecido por uma classe economicamente superior.

Como síntese, foi percebido o processo de fomentação das estratégias de comunicação como abordagem voltada a uma reeducação do agir mercadológico mediado pela televisão como "ambiência". Compreendeu-se também que mídia veicula valores determinados e determinantes de separação social/econômica. Tais

são transcritos em forma de estereótipos representados por modelos que, ao divergirem do padrão socialmente estabelecido por um bloco economicamente superior, constroem um riso que separa classes distintas, tendo o seu agir, como forma de correção, no oposto das figuras grotescas representadas por Valéria Vasques e Janete.

## **2 - O discurso da mídia sobre o que seria realmente belo e o tempo da cotidianidade.**

Para tal reflexão, seguiu-se na ancoragem de dois autores distintos. O filósofo Russo, Mikhail Bakhtin (2006) e o pensador colombiano nascido na Espanha, Jesus Martin-Barbero (1997). Sobre tal escolha, ainda que os dois autores tenham bases marxistas, o percurso se deu na lucidez das diferenças entre as suas respectivas obras. Logo, o trabalho aqui é enveredar por complementações que auxiliem nas análises de como a mídia pode determinar um tipo de beleza padrão, estipulado por um discurso que é outorgado e introduzido no ambiente cotidiano, de cima para baixo.

Para isso, parte-se, inicialmente, de um dos conceitos do filósofo russo, que toma a comunicação como objeto de disputa social, tendo em vista a sua construção semiótica, e finaliza-se, pensando a comunicação, abordada pelos vieses das mediações, através das culturas populares como reestruturadoras de conteúdos midiáticos, para dessa forma, procurar entender quais as suas implicações nos processos "ideológicos" dos signos que podem ser construído sobre as culturas populares ou para elas.

As falas e as aparições de Valéria Vasque e Janete, ao representarem questões corriqueiras do cotidiano, transcrevem situações que podem ser discutidas tanto pelo prisma da cultura quanto pelo sentido ideológico que carregam. Ou seja, ora direcionadas às mediações, fazendo amarrações entre práticas comunicacionais e pluralidades culturais Martín-Barbero (1997), e ora com a comunicação e a sua

natureza social ou sendo seu campo representativo como expressão das relações e lutas sociais. Isto é, o lócus de embate de significação, Bakhtin (2006).

Bakhtin (2006) pensa a língua para além de um sistema categorial ou estrutural. Ele a reconhece como um apanhado de vozes, distintas e equalizadas em um mesmo tom, que transformam e são transformadas socialmente. Por isso, valorizou especialmente a fala, pois pela sua natureza social ela se apresenta como expressão ideológica das relações de lutas sociais.

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas, nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da interação verbal, realizada através da enunciação ou das enunciações. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua. (BAKHTIN, 2006, p. 125)

No entanto, sobre a representação das personagens, duas questões se entrelaçam: a imagem e as falas das personagens. Ou seja, a aparência "grotesca" da Janete, descontextualizada dos padrões de moda determinados pela sociedade, a transexual que mais parece com uma *drag queen*, e as suas falas que, verbalizam o "feio", contido nelas próprias, de forma cômica mas sem perder o caráter discriminatório e perverso.

Tais aparições são descritas sob dois universos semióticos distintos, mas equalizadas em um mesmo contexto, o midiático. A linguagem imagética é articulada à linguagem verbal enquanto dizem da mesma coisa. Mas, o significado da primeira independe da segunda, que, por sua vez, se comporta de forma autônoma. Ou seja, cada linguagem diz algo próprio, mas para além desse próprio, existe um genérico que as unifica e um mesmo contexto.

No entanto, quando Valéria Vasques diz que Janete tem que aproveitar o assédio dentro do metrô, por ser feia e não ter escolha, ainda que tal discurso seja construído sob a "anestesia" do riso, tais palavras são carregadas de sentidos ideológicos, pois como diz o pensador russo, “na realidade não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes, triviais, agradáveis ou desagradáveis etc.” (BAKHTIN, 2006, p. 96). Ou seja, tal discurso não é neutro e carrega outros significados para além do riso



descontraído. Nesse caso, para a construção de um sistema significativo de beleza oposto aos das personagens.

Mas, além da ideologia contida no enunciado das personagens, para que tal discurso seja compreendido e firmado com algo ideológico, deve existir o que Berger & Luckmann (1985) chamam de “acervo social disponível do conhecimento”. Ou seja, um conhecimento construído historicamente que se refira a um mundo que é comum a um determinado grupo de homens.

Esse mundo, que é construído com o homem e pelo homem, tem a sua fonte de transformação no tempo do aqui agora. No tempo do embate imediato, no tempo em que está compreendido o espaço entre o discurso proferido pelas personagens e a recepção de suas mensagens, ou seja, nas mediações. Assim, segundo Martin-Barbero (1997) no cotidiano há três lugares de mediação que alteram o modo de receber tais mensagens. Primeiro, a cotidianidade familiar; segundo, a temporalidade social; terceiro, a competência cultural. Isto é, os conflitos corriqueiros do cotidiano, o tempo da produção do capital e a vivência das pessoas são situações que determinam os tipos de subjetivação que serão construídas nos telespectadores.

Nesse caso, o cotidiano é o lugar privilegiado para a análise do processo de recepção, pois é nele que se dão todas as relações corriqueiras entre indivíduos e as suas relações com o tempo que Martin-Barbero (1997) chama de "tempo da cotidianidade". No entanto, o autor não entende o processo de recepção como algo manipulável pelo receptor, ele entende que o processo de reestruturação da mensagem é programado com o objetivo desejado e, para isso, a mensagem é construída sob as bases culturais do nicho intentado. “Boa parte da recepção está de alguma forma, não programada, mas condicionada, organizada, tocada, orientada pela produção, tanto em termos econômicos como em termos estéticos, narrativos, semióticos”. (MARTÍN-BARBERO, 1997: 56).

O autor reconhece que para entender os meios de comunicação, devem-se estudar as assimetrias e negociações entre emissor/receptor e receptor/emissor. Assim, nas falas da Valéria e Janete, no que concerne a produção de seus conteúdos, mais do que uma harmonia acabada entre emissão e recepção, deve-se lançar mão da

observação da apropriação de vestuários, espaço popular, bordões e gestos de modelos reais do cotidiano para a construção das personagens, para dessa forma, de maneira cambiável, gerar uma conformidade que pode ser alterada a qualquer momento, haja vista que é o movimento conflitante entre emissão e recepção que, segundo o autor, caracteriza os meios de comunicação na América Latina.

Todavia, Martin-Barbero (1997), influenciado por Pierre Bourdieu (2006) passa a considerar também a produção de sentido como forma de distinguir tais indivíduos, ou seja, como noção de “reconhecimento”. Dessa forma, as personagens se constroem sob tramas simbólicas de interpretações e de reconhecimentos sociais, com uma dimensão distinta de outros grupos sociais ou de uma outra classe.

Assim, segundo Martin-Barbero (1997), percebe-se que há um entrelaçamento transformacional entre recepção e emissão que tanto altera os processos culturais cotidianos quanto é alterado por eles. Entretanto, mesmo com esse movimento de “sobredeterminação”, pode-se perceber também que as representações das personagens, no que tange às suas simbologias, demarcam claramente o grupo ou classe a que elas pertencem, deixando as fronteiras de separação de classe sob o viés do simbólico, muito bem acentuadas.

Não obstante, o processo comunicativo não constitui apenas a simbologia estética, mas atravessa também o discurso que separa, simbolicamente, mundos socialmente distintos, fortalecendo um reconhecimento social em detrimento a um outro que é enfraquecido. Assim, nas questões de beleza, pronunciadas pelas personagens, há um construto ideológico de direcionamento a um determinado grupo, sob a forma de pertencimento, que gera não apenas “reconhecimento social”, mas que distingue e delimita classes, fazendo do cotidiano, no que concerne à família, ao trabalho etc., o lugar vital da mediação.

### **Considerações finais**

De acordo com as abordagens dos autores escolhidos, sobre os conceitos de estereótipos, risível, comunicação como objeto de disputa social e estratégias de

comunicação, a reflexão foi construída, em um primeiro momento, na defesa do movimento da generalização à ultrageneralização de Heller (2014).

Na construção deste movimento, foi analisada a adesão efetiva do riso como uma das estratégias de comunicação para validar os discursos que atravessam preconceitos e estereótipos sociais. Foi percebido que há estratégias de valoração entre as ideias de beleza de uma classe economicamente favorecida e de uma outra menos favorecida. Foi ressaltada a forma excludente que a mídia representa os padrões de beleza, de estética e de comportamento e como o humor é utilizado como fator palatável de tal discurso.

Em um segundo momento, a defesa se deu na discussão teórica sobre a apropriação estratégica do riso pela mídia como fator de mediação entre a vida cotidiana e as fronteiras sociais, demarcando hábitos de consumo como forma de pertencimento e entendendo a comunicação como objeto de disputa social e atravessada pelas culturas populares.

Em síntese, tais reflexões abordaram o conceito de vínculo comunicativo que é tecido nas relações social e cultural. Tal análise se deu sob o prisma de uma ambiência que vai além do conceito mecânico de TV. Foi atravessada pela análise dos preconceitos e estereótipos que se constroem, inicialmente sobre os "juízos de valores", podendo chegar ou não a "ultrageneralização". Além de contemplar os processos de legitimação que são fomentados pelo riso, como fator de correção social, abarcado em sua estrutura homem/sociedade, para, dessa forma, aumentar ou manter um domínio hegemônico de uma classe sobre outra.

## **Bibliografia**

- BAKHTIN, Mikhail; VOLOCHINOV, Valentin. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Tradução Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 2006.
- BERGSON, Henri. *O Riso: Ensaio sobre a significação da comicidade*. Trad. Ivone Castilho Benedelli. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: Tratado de sociologia do conhecimento*. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*. Trad. Daniela Kern; Guihlherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp, 2006.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo*. Tradução Rio de Janeiro: 4ª ed. Contraponto, 2013.

HELLER, Agnes. *O Cotidiano e a História*. 10ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*; Tradução de Ronaldo Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho: Uma Teoria da Comunicação Linear e em Rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

\_\_\_\_\_. *Estratégias Sensíveis: afeto mídia e política*. Petrópolis, RJ, Vozes, 2006.

SODRE, Muniz & PAIVA, Raquel. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.

**Sites:**

<http://terceirotempo.bol.uol.com.br>

## **As mulheres que não se quer ver Imagens do feminino na novela Babilônia<sup>1</sup>**

Gabrielle Moreira<sup>2</sup>

### **Resumo**

A novela Babilônia (Rede Globo, 2015) antes de estrear já provocava polêmica pela caracterização de algumas personagens femininas, construídas em dissonância aos modelos mais consagrados de mulheres na televisão. Os alvos dos ataques eram especialmente o casal gay formado por Teresa e Estela, mas também inclui outras personagens femininas que de alguma forma, deslocam e problematizam o imaginário sexualizado e objetificado para consumo de outros. As mulheres de Babilônia são protagonistas afirmativas de desejos e ações na trama que tensionam modelos convencionais de representação e atuação feminina. Dessa forma, a novela pauta debates sobre mudanças no comportamento feminino e questiona valores sociais atrelados ao universo feminino.

### **Palavras-chave**

Estudo de televisão; Gênero; Cultura visual; Novela.

### **Mídia e gênero**

De várias formas convivemos desde a mais tenra idade com imagens e discursos sobre o corpo e o que determina ser próprio ao feminino (e masculino), que são objetos dos mais variados produtos midiáticos, especialmente os artefatos visuais e audiovisuais, como fotografia, produtos de TV e filmes de cinema, que fazem circular de forma ampla representações acerca do universo feminino. Tais produtos, enquanto parte da cultura da mídia, “fazem circular um conjunto de representações que atuam como presença da coletividade frente ao indivíduo. Força *externa* efetivamente, visto que nasce fora das consciências particulares, sendo o ato criador

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 (Representação Social e Mediações Socioculturais) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Email: gabicmoreira@gmail.com.



em seu campo nada mais que tradução das significações coletivas” (Rocha, 1995, p. 35). As imagens que circulam através da mídia tradicional – rádio, cinema, TV, jornal impresso, revistas – e da *home media* atualmente, fazem parte do tecido social da vida cotidiana e através dos artefatos culturais tanto reforçam quanto modelam visões de mundo, sentimentos, comportamentos, gênero, desejos, medos, fornecendo material para que os indivíduos forjem sua identidade e pertencimento, ao mesmo tempo em que formatam uma cultura comum globalizada. Tais representações coletivas não são inventadas, mas sim fornecidas pela própria sociedade.

A televisão como parte da cultura da mídia, nos fornece grande parte das imagens que consumimos diariamente. A cultura visual que localiza o feminino com o erótico através da exposição do corpo jovem e atraente na mídia parece ir de encontro com os debates sobre o ponto em que o feminismo e a luta das mulheres se inserem. No mundo contemporâneo (sobretudo em países ocidentais), não é difícil constatar que as mulheres ocupam espaços de destaque na vida cotidiana, derrubando gradativamente preconceitos que historicamente vetavam sua participação em diversas atividades. Se, por um lado, as questões relacionadas ao corpo e à sexualização feminina ubiquamente apresentada na publicidade, no cinema, no culto às celebridades, nos esportes, na música e na televisão permanecem no centro de intensos debates acerca dos papéis femininos na sociedade, é possível identificar abordagens e produtos midiáticos que complexificam tais modelos, apresentando figuras femininas que torcem alguns estereótipos recorrentes.

Os debates atuais sobre representação feminina oscilam entre o reconhecimento de substantivos avanços rumo a uma igualdade de direitos entre os gêneros e a constatação de que tais avanços ainda são insuficientes para um desejável equilíbrio entre homens e mulheres. Os argumentos do primeiro grupo apontam para a ampliação do protagonismo feminino em diversos campos profissionais, para as conquistas feministas da liberdade sexual e para a criminalização de violências e discriminações contra a mulher. Não seria exagero afirmar que atualmente, identificamos uma diversidade considerável de papéis femininos na sociedade, consolidando conquistas e direitos.

Por outro lado, parte significativa dos debates sobre consumo e estilos de vida femininos aponta para inúmeras dificuldades encontradas no dia a dia por mulheres em quase todo o planeta. De um modo geral, o foco desse grupo de pesquisas incide sobre as questões relacionadas ao corpo e à sexualização feminina. A exposição exagerada do corpo feminino na mídia seria um elemento de reafirmação de um papel inferiorizado da mulher diante do homem, uma espécie de atualização da hierarquia patriarcal entre os gêneros. De acordo com Miriam Goldenberg, o corpo feminino é criado “pelo e para o olhar dos outros, como objetos receptivos, atraentes, disponíveis” (Goldenberg, 2005), o que gera dependência simbólica e insegurança. Nessa direção, o corpo feminino seria objetificado pelo olhar e discurso do outro (que, no caso, não é exclusivamente o “outro” masculino, mas qualquer agente externo), o que tornaria a mulher dependente do olhar do outro ao introjetá-lo como parte constituinte do ser feminino (Braga, 2009).

Diante desse quadro relativamente polarizado, os produtos midiáticos elaboram, constroem, tensionam e reificam representações do feminino no mundo contemporâneo de modo contraditório. “Os meios de comunicação são elementos constitutivos das estruturas da articulação e da circulação de sentido, deixando marcas que se imprimem nas relações que as pessoas mantêm com seus corpos, com sua consciência e com suas ações” (Gumbrecht, 1998, p. 67). Determinados canais, programas e agentes estabelecem modelos modernizantes e feministas de concepção da feminilidade, enfatizando liberdades individuais e direitos sobre o corpo, a profissão, a vida cotidiana. No entanto, uma quantidade majoritária de produtos de mídia – sobretudo no campo do audiovisual – reforça um imaginário feminino fortemente atrelado ao corpo e à sexualização erotizada da mulher na sociedade.

As novelas inserem-se historicamente na grade televisiva como um produto destinado majoritariamente ao público feminino. De forma geral, o imaginário compartilhado sobre o universo feminino está atrelado a papéis convencionais e conservadores historicamente associados ao gênero feminino, especificamente referente ao lar e aos cuidados da família, da saúde, da beleza, e, claro, ao amor romântico. As mulheres apresentadas nas novelas apontam para a lógica de inclusão

diversificada de modos de ser do feminino, matizada fortemente na ideia de uma “performatização do gênero” (Butler, 2008) construída em processo cotidianamente. Porém, em comum, mesmo as vilãs, estão em torno de temáticas amorosas e familiares. Todo esse processo é deflagrado pela circulação de imagens e imaginários femininos que circulam pelas telenovelas e por diversas mídias, pautando debates e posicionamentos sociais.

### **O quê se vê**

O consumo de imagens midiáticas nos coloca diante da visualidade de uma época, de seus padrões visuais, das formas de ver e ser visto, ao mesmo tempo em que nos indica uma forma de olhar o mundo, de compreender a realidade e de influenciar as ações dos sujeitos sociais. De várias maneiras as imagens nos afetam. Ao ver uma imagem podemos chorar, rir, nos impressionar, horrorizar, comover, apaixonar, odiar, rejeitar. A percepção que temos de uma imagem parte do conhecimento que temos dela ou sobre seu tema, e por isso, nos permite saber dos homens, pois as imagens nos informam. Como disse Manguel (2001, p. 27),

para aqueles que podem ver, a existência se passa em um rolo de imagens que se desdobra continuamente, imagens capturadas pela visão e realçadas ou moderadas pelos outros sentidos, imagens cujo significado (ou suposição de significado) varia constantemente, (...) As imagens que formam nosso mundo são símbolos, sinais, mensagens e alegorias. Ou talvez sejam apenas presenças vazias que completamos com nosso desejo, experiência, questionamento e remorso. Qualquer seja o caso, as imagens, assim como as palavras, são a matéria de que somos feitos.

A visão como parte dos sentidos humanos permite que a imagem atinja todas as camadas sociais (Knauss, 2006, p. 99). Indivíduos ou grupos sociais que não se identificam através da escrita, por exemplo, podem se identificar com uma mesma imagem. Nesse sentido, a imagem possui um “potencial de comunicação universal”, mesmo considerando as diversas técnicas e especializações que abrange a palavra imagem. As imagens nos mostram a organização, confronto, disputa e negociação simbólica da sociedade (Knauss, 2006).

Talvez isso nos permita caracterizar a imagem como expressão da diversidade humana, ao mesmo tempo em que sublinha que as imagens podem ser lidas de muitas maneiras e ambigualmente. Segundo Manguel (2001, p.27), existem “modos de ver”, pois a relação com a imagem é marcada por um conjunto de imagens já vistas, o espectador vê aquilo que ele pode traduzir na sua própria experiência, “infelizmente (ou felizmente) só podemos ver aquilo que, em algum feitio ou forma, nós já vimos antes. Só podemos ver as coisas para as quais já possuímos imagens identificáveis”.

Mas os sentidos não estão nos objetos, são as relações humanas que atribuem sentidos e significados, e assim o olhar pode ser definido como uma construção cultural, na qual uma rede de associações e valores integra as competências visuais. As representações visuais são parte de relações imbricadas de práticas e discursos, “a experiência visual não se realiza de modo isolado. Ao contrário, elas são enriquecidas pelas memórias e imagens de vários universos de nossas vidas” (Knauss, 2006, p. 114).

Para René Gardies (2008, p. 123) “a interpretação incorporada na nossa visão já não nos permite ver de outra maneira”, para ele o espectador “seleciona na imagem os elementos que lhe permitem ver a imagem *como* a quer ver”. Essa interpretação dominante parece ser explicada pelas convenções e costumes sociais que orientam a sociedade, pois “na medida em que queremos participar da vida social, devemos começar por reconhecer os hábitos interpretativos da nossa sociedade” (Gardies, 2008, p. 124).

O sociólogo Howard S. Becker aponta que as convenções fornecem os elementos através dos quais uma relação social será construída a partir de um objeto cultural e/ou artístico. “As convenções ditam as abstrações a serem usadas para transmitir ideias ou experiências particulares (...). As convenções regulam as relações entre artistas e público, especificando direitos e obrigações de ambos” (2008, p. 29). Quando vemos uma imagem ou buscamos *algo* ou somos seduzidos por *algo* que desloca o nosso pensamento, e nos permitimos imaginar, viver uma cena. Dessa forma nos colocamos em relação com a imagem, que por sua vez nos coloca diante de nossa existência no mundo. A imagem se transforma em figuração de desejos ou

conflitos, o que vemos é a nossa própria experiência, ou ainda, como interpretamos essas imagens.

Essas considerações relativas aos estudos visuais é de suma importância para conjugarmos as questões feministas ou de gênero com a questão do olhar. Seja pensando na telespectadora que assiste e se influencia de diversas maneiras, seja pela forma como essa telespectadora deseja ser vista. Nesse sentido, é importante pensar que as produções audiovisuais, mais que determinarem esse olhar do outros sobre a mulher, podem determinar como a mulher deve ser vista (Mulvey, 2011). Para Mulvey (2011), a questão do olhar e do corpo feminino ocupam posições negativas, uma vez que são denotadas de forte impacto erótico e visual. Essa dimensão ganha relevo quando nos damos conta que os produtos que iremos analisar são muitas vezes produzidos ou elaborados ou idealizados ou pensados por outras mulheres (Betterton, 2011).

## **Babilônia**

A telenovela Babilônia, exibida na Rede Globo, na faixa das nove entre 16 de março e 28 de agosto de 2015, recebeu durante toda sua exibição duras críticas. Com íbope baixo (em algumas capitais do interior do Brasil chegou a 12 pontos), a novela teve que ser repensada e reconfigurada. Ainda em março diversos meios de comunicação proclamavam que a novela precisava de ajustes. A trama da novela Diversos blogs sobre televisão e novela comentavam sobre a crise que a novela gerou, considerando-a como uma das mais problemáticas da história recente da Globo. Em maio começou a circular a informação que a novela acabaria um mês antes do previsto.

Na realidade, antes mesmo da estréia Babilônia já gerou polêmica. Desde novembro de 2014 que se sabia que a novela entraria no ar no final de março de 2015 e que Camila Pitanga (Regina) seria a protagonista, Glória Pires (Beatriz) e Adriana Esteves (Inês) antagonistas, e que Fernanda Montenegro (Teresa) e Nathalia Timberg (Estela) co-protagonistas que viveriam um casal lésbico com filho.



O casal homossexual é o motivo mais frequentemente mencionado para justificar a rejeição inicial da novela. Ativistas religiosos (majoritariamente cristãos evangélicos e católicos) apressaram em condenar moralmente, desde a exibição do primeiro capítulo, a representação de um o casal gay com filhos. O tema da homossexualidade está na pauta no mundo todo, resultado de intensa atuação política de diversos grupos LGBT em diversas esferas. Recentemente, até o Papa Francisco, liderança mundial de notável ascendência sobre comunidades católicas, se pronunciou contrário à exclusão dos homossexuais da pregação cristã. No Brasil, apesar de reações conservadoras aparecerem em diversas situações, também existe um forte movimento de defesa, inclusive político e jurídico, rumo ao reconhecimento de igualdade entre gênero e sexualidade.

A existência de personagens gays em novelas não é novidade. Desde os anos 1970 que as novelas apresentam personagens homossexuais. Segundo Colling (2007), a primeira novela a ter um personagem gay foi *Rebu*, apresentada na Rede Globo entre novembro de 1974 e maio de 1975. Entre 1975 e 1980 outras novelas também tinham personagens gays, como *O astro*, de Janete Clair; *Dancin'days*, de Gilberto Braga; *Marronglacé*, de Cassiano Gabus Mendes; e *Os gigantes*, de Lauro César Muniz. Nesse momento incipiente, os personagens costumavam estar associados com criminalidade e não se relacionavam exatamente com outro par do mesmo sexo. Nos anos 1980, os personagens passarão a ser mais frequentes (e polêmicos), ao todo nove novelas contaram com personagens homossexuais. Mas, o mais importante é que eles também foram apresentados de forma diferente. Na novela *Brilhante*, (também) de Gilberto Braga, os personagens de Denis Carvalho e João Paulo Adour eram namorados, e estes não foram caracterizados como afeminados ou qualquer outro estereótipo que os identificasse à primeira vista como gays, era preciso prestar atenção nos diálogos para entender do que se tratava. Nos anos 1990 a presença de personagens homossexuais cresceu, e foi nessa época se começou a usar a narrativa da revelação nas tramas novelescas (Colling, 2007). A revelação de ser gay se daria quase sempre no final da trama e apenas muitas dúvidas e contradições do

personagem, o que envolvia o público com seus dramas pessoais e amorosos. De certa, essa tipo de narrativa ajuda a conquistar o público.

Não foi isso o que aconteceu com Estela e Teresa. A novela já começa com o casal morando juntos há mais de uma década e com um filho, que na realidade é neto de Estela, mas criado por elas desde a morte da mãe do menino. Aqui houve negação qualquer de qualquer revelação. O casal está junto e ponto, tem uma vida estável e feliz. De certa forma, ao não compor uma narrativa reveladora, o casal parece não ter o direito de viver uma relação afetiva, ou ao menos de ostentar carinhos físicos.

O beijo foi *top trends* no twitter e muito falado, questionado como não próprio para crianças e a família. Recentemente, o beijo de Estela e Teresa voltou aos *top trends* em comparação com a cena de sexo entre padrasto e enteada na novela das 23h *Verdades secretas*. Os comentários perguntavam por que o beijo gay causou tanto rebuliço e essa cena em que a filha transa com o marido da mãe não repercute mal, não gera boicote, nem matéria no jornal sobre conduta moral. “Beijo gay não pode, mas incesto pode?!”, foi recorrente no twitter depois da cena.

Outro aspecto crucial na caracterização de Teresa e Estela é a faixa etária. A homossexualidade feminina é menos problemática de ser exibida no horário nobre quando interpretadas por atrizes jovens, de corpos esbeltos e afinados com o imaginário erotizado do corpo feminino. Ao serem apresentados como um casal homoafetivo feminino de idosas, Teresa e Estela encarnam duplos preconceitos e intensificam o rechaço tanto à afetividade homossexual quanto à sexualidade geriátrica. O beijo não é nada mais do que a explicitação imagética dos corpos idosos em atração física e afetiva, numa relação estável e estruturada. A explosão dessa singela manifestação de afeto entre idosos (rara nas tramas televisivas até mesmo entre casais heterossexuais) detona duplamente imaginários e convenções relacionados a gênero e sexualidade em nossa sociedade. Mas isso é algo que, de alguma forma, é rejeitado por parte importante da audiência das telenovelas. É algo que não se quer ver.

## O que não se quer ver

O debate proposto por Babilônia apresenta um tensionamento nos modelos femininos consagrados que circulam pelas mídias nacionais. O casal Teresa e Estela não é o único núcleo de personagens que entortam modelos previsíveis de representação feminina. A filha de Estela, Beatriz (Gloria Pires), é uma mulher de meia idade que luta por poder na empresa de seu marido, traindo-o por prazer e vivendo intensamente sua vida sexual fora do casamento. Em determinado momento da trama, ela vira presidente da empresa e passa a deter enorme poder em suas relações. É uma vilã clássica, sexualizada e ativa, mas fortemente caracterizada enquanto mulher ativa e livre, que “inverte” as expectativas das relações de gênero convencionais.

Os desempenhos esperados culturalmente – que os meninos sejam “fortes, agressivos, competentes e dominantes”, e as meninas “dependentes, sensíveis, afetuosas e que suprimam seus impulsos agressivos e sexuais”, de algum modo, formam conjuntos de disposições diferenciais a serem seguidos. E, conforme a clássica hipótese de Parsons (1964), orientam-se os meninos de uma forma instrumental, com ênfase na competência e capacidade para a ação – respostas impessoais – e as meninas para uma dimensão expressiva, com foco na ternura e no bem-estar dos outros – respostas pessoais. (NEGREIROS e FÉRES-CARNEIRO, 2004)

Ou seja, de uma mulher se espera simpatia, cordialidade, ternura. Outra personagem que foge dessa referência é Regina (Camila Pitanga), uma mulher jovem, negra e pobre que trabalha numa “barraca” na praia do Leme. Regina não se submete nem ao racismo nem ao patriarcalismo da sociedade e não hesita em levantar voz contra injustiças ou preconceitos. De modo frequente, é caracterizada por outros personagens da trama como *barraqueira*, o que termina por apresentar um enorme nó semântico ao fundir o termo que faz referência ao seu trabalho na “barraca” à gíria que associa o qualificativo à mulheres que brigam de modo ostensivo e desproporcional, sem vergonha de defender seu ponto de vista. Regina encarna a própria “negra barraqueira”.

A apresentação de imagens e narrativas que pautam senhoras lésbicas, negras barraqueiras e cinquentonas ativas sexualmente encontra reverberação ambígua no

público das telenovelas, encontrando resistências de várias ordens. Por um lado, a existência de espaço hegemônico na grade de programação da Rede Globo para tais personagens é aspecto altamente positivo de um certo grau de maturação dos debates sobre gênero em nossa sociedade. Por outro, é impossível comemorar de modo mais entusiástico tal espaço diante da forte reação conservadora que compromete inclusive comercialmente o próprio ganho do espaço. Nesse equilíbrio tênue, podemos tão somente registrar a representação de modelos alternativos de feminilidades, que são construídos distantes do referencial jovem, erotizado e objetificado do feminino convencional. É pouco, mas não é desprezível. Ou... é muito pouco ainda para ficarmos satisfeitas.

## Referências

- BECKER, Howard S.. *Art worlds*. Berkeley, Los Angeles, USA, London, England: University of California Press, 2008.
- BETTERTON, Rosemary. Olhar feminista: olhar o feminismo. In: MACEDO, Ana Gabriela e RAYNER, Francesca (orgs). *Gênero, cultura visual e performance: Antologia crítica*. Braga, Universidade do Minho, Edições Humus, 2011.
- BRAGA, Adriana A.. Corpo, Mídia e Cultura. In: *Razón y Palabra*, v. 69, p. VII - 2, 2009.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2008.
- COLLING, Leandro. Personagens homossexuais nas telenovelas da Rede Globo: criminosos, afetados e tereossexualizados. In: *Revista Gênero*, vol. 8, n. 1, segundo semestre de 2007, p. 207 a 222.
- GARDIES, René. *Compreender o cinema e as imagens*. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.
- GOLDENBERG, Miriam. Gênero e corpo na cultura brasileira. In: *Psicologia Clínica*, Rio de Janeiro, vol. 17, N. 2, p. 65-80, 2005.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Modernização dos sentidos*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- HUTCHEON, Linda e HUTCHEON, Michael. O corpo perigoso. In: *Estudos Feministas*, Florianópolis, vol. 11, N.1, jan-jun/2003, p. 20-60.
- KNAUSS, Paulo. O desafio de fazer história com imagens: arte e cultura visual. In: *Artcultura*, v. 8, n. 12, 2006. Uberlândia, Universidade Federal de Uberlândia, Instituto de História.
- MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens*. São Paulo: Cia das Letras, 2001.

MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: MACEDO, Ana Gabriela e RAYNER, Francesca (orgs). *Gênero, cultura visual e performance: antologia crítica*. Braga, Universidade do Minho, Edições Humus, 2011.

NEGREIROS, Teresa Creusa de Góes Monteiro; FERES-CARNEIRO, Terezinha. Masculino e feminino na família contemporânea. *Estud. pesquis. psicol.*, Rio de Janeiro, v.4, n.1, jun. 2004. Disponível em

[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1808-42812004000100004&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1808-42812004000100004&lng=pt&nrm=iso) acesso em agosto de 2015.

ROCHA, Everardo. *A sociedade do sonho*. Comunicação, cultura e consumo. Rio de Janeiro: Mauad Ed, 1995.

Sites acessados:

Memoria Globo



## **Gramática da Amizade no Facebook<sup>1</sup>** **Redes Sociais e a Expressão do Sentimento**

João Vitor Rodrigues<sup>2</sup>

### **Resumo**

Redes sociais não são sinônimo de um dado momento da sociedade, dominada pela cultura digital, tampouco estão relacionadas apenas ao desenvolvimento e à expansão da internet. Aliados à metáfora de redes, os sites de redes sociais na internet podem estar modificando códigos ou condutas de relacionamento a partir da interação nos seus ambientes digitais. Com foco no sentimento amizade, através da observação das interações dos atores no Facebook, e com a abordagem de aspectos da Antropologia das Emoções, o objeto de estudo deste artigo são os códigos de expressão da amizade entre on-line e offline, sob a perspectiva de um site de rede social.

### **Palavras-chave**

Redes Sociais; Amizade; Antropologia das Emoções; Facebook.

Compartilhar. “Ter ou tomar parte em; participar de; compartilhar, partilhar<sup>3</sup>”. À definição do dicionário poderia se acrescentar algo como “estar presente” no maior site de rede social nos dias de hoje, o Facebook<sup>4</sup>, já que o compartilhamento é aquilo que forja o sistema de interações entre as pessoas dentro dele. Depois do Orkut<sup>5</sup>, o site de rede social surgido em 2004, quando muitos aprenderam a criar uma identidade através de um perfil nessa rede para encontrar e buscar outros usuários, enviar e receber mensagens e demonstrar suas preferências e opiniões através da participação e identificação com comunidades, o momento é de compartilhar e curtir, os verbos que

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 – Representação Social e Mediações Socioculturais – do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Email: joaovitorodrigu3s@gmail.com.

<sup>3</sup> Mini Aurélio Escolar Século XXI, 2001

<sup>4</sup> [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

<sup>5</sup> [www.orkut.com](http://www.orkut.com)

regulam a interação no maior e mais popular site de rede social. Nascido no mesmo ano do Orkut, o Facebook já ultrapassou um bilhão de usuários em todo o mundo<sup>6</sup>. A princípio não muito diferente de seu antecessor, vem se mantendo na preferência dos usuários como o site de relacionamentos para encontrar e manter listados os amigos próximos e distantes, colegas, parentes, conhecidos e novos contatos, entre outros.

Redes sociais não são um sinônimo do momento por que passa a sociedade, dominada pela cultura digital. Tampouco estão relacionadas apenas ao desenvolvimento e à expansão da rede mundial de computadores, a internet<sup>7</sup>. Watts (2009) explica redes como um conjunto de objetos de alguma forma conectados, que podem ser desde pessoas em uma rede de amigos ou em uma empresa até roteadores na internet ou neurônios no cérebro. Recuero (2009) atualiza o conceito de rede social definindo-a como um conjunto de atores e conexões. Os atores são pessoas, instituições ou grupos, representados pelos nós da rede. E as conexões são as interações ou laços sociais. Dessa forma, a rede torna-se “uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores” (RECUERO, 2009, p.24).

Aliados a essa metáfora de redes e às mudanças trazidas para a sociedade pelo advento da Comunicação Mediada pelo Computador (CMC)<sup>8</sup>, que vem alterando “as formas de organização, identidade, conversação e mobilização social” (RECUERO, 2009, p.16), encontram-se os sites de redes sociais na internet. Esses são “uma consequência da apropriação das ferramentas de comunicação mediada pelo computador pelos atores sociais” (RECUERO, p.102). As ferramentas de que os atores participantes da comunicação mediada pelo computador se apropriaram, como

---

<sup>6</sup> Relatório publicado em novembro de 2014 pelo ITU – International Telecommunication Union: Measuring the Information Society Report 2014 (pág.22). Disponível em: [http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS2014\\_without\\_Annex\\_4.pdf](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS2014_without_Annex_4.pdf)

<sup>7</sup> Neste trabalho, ‘internet’ será grafada com letra minúscula seguindo padrão e metodologia escolhidos por Fragoso et al. (2011, p.23), em que afirma que a utilização da letra maiúscula sugere ao termo tratar-se de nome próprio ou de lugar.

<sup>8</sup> Originalmente, a CMC era definida como uma forma de comunicação eletrônica escrita, mas o termo passou a ser usado para se referir a um amplo âmbito de tecnologia que facilita tanto a comunicação humana quanto a partilha interativa de informação através de redes de computador. (BRAGA, 2008, p.41)

os sites de redes sociais, permitiram a eles que pudessem se constituir na rede através de dados como nomes, fotos, data e local de nascimento, cidade onde vivem, gostos musicais, entre outros dados e informações, constituindo assim uma identidade através de seus perfis pessoais dentro desses sites. Além disso, possibilitaram interagir e comunicar-se com outros atores. Com isso, a partir da década de 90, conforme aponta Recuero (2009), o estudo de redes sociais tem uma nova perspectiva, pois as indicações, ou rastros, deixados por eles na comunicação, interação e conversação com outros atores na rede de computadores “permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros” (RECUERO, p.24). Dessa maneira, “é neste âmbito que a rede como metáfora estrutural para a compreensão dos grupos na Internet é utilizada através da perspectiva de rede social” (RECUERO, p.24)

O estudo das redes sociais na Internet, assim, foca o problema de como as estruturas sociais surgem, de que tipo são, como são compostas através da comunicação mediada pelo computador e como essas interações mediadas são capazes de gerar fluxos de informações e trocas sociais que impactam essas estruturas. (RECUERO, 2009, p. 24)

E foi diante dessa nova possibilidade para estudar as conexões entre os indivíduos, através da perspectiva dos estudos de redes sociais e frente ao fenômeno dos sites de redes sociais que surge o interesse para investigar o objeto deste trabalho. O Facebook, além de tornar-se uma ferramenta apropriada na comunicação mediada pelo computador e de ter um alcance significativo frente ao número de pessoas com acesso à internet no mundo<sup>9</sup>, chama atenção para a necessidade deste artigo pela possibilidade de estar interferindo ou alterando códigos de relacionamento do sentimento amizade a partir da interação no ambiente digital, dentro do site dessa rede social.

### **Relação e interação dentro da comunicação mediada pelo computador**

---

<sup>9</sup>Serão mais de três bilhões de usuários de internet no mundo até o final de 2015, segundo estimativas divulgadas em maio deste ano pelo ITU – International Telecommunication Union, disponível em <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>

Segundo Braga (2009), no processo de interação social que ocorre no interior dos ambientes da internet, as estratégias são individuais e grupais adquiridas por apropriação de regras já estabelecidas em outros contextos relacionais. Ali, os comportamentos serão moldados caso a caso, conforme “demandas situacionais, anteriores a uma codificação formal explícita ou mesmo tácita, que se consolidará com a sedimentação de uma cultura da atividade on-line” (BRAGA, 2009, p.16). No que se refere especificamente à amizade, nos sites de redes sociais ela é aquilo que estabelece a conexão entre os participantes. Basta encontrar e enviar um convite para ser adicionado à lista de amigos de um outro usuário. Se o convite é aceito, então a amizade se estabelece entre as duas partes. Depois do convite enviado e da solicitação de uma nova amizade aceita, os dois participantes passam a interagir mutuamente através de funcionalidades desse site que é o Facebook, como mensagens públicas, privadas, *chat*, conversas em grupos ou listas e eventos, entre outras.

A partir da afirmação de Braga (2009), citada acima, para a investigação proposta neste artigo foi realizada a observação de alguns usuários no Facebook, buscando as interações nos comentários das publicações compartilhadas nessa rede em seus perfis pessoais. E foi possível perceber que, ao mesmo tempo em que aquelas tais regras poderiam ser de um contexto relacional pré-existente, ainda assim muitas delas não estavam claras para todos naquele novo espaço de interação ou que tantas outras poderiam estar sendo elaboradas de acordo com as necessidades de adaptação dentro desse ambiente. É comum notar amigos comentando em publicações de amigos em tom de reclamação sobre o comportamento e as ideias compartilhadas no Facebook, provocando reações diversas, que podem levar até à exclusão de alguém da lista de pessoas com permissão para seguir e ler o conteúdo compartilhado por um perfil, ou seja, os amigos no Facebook. E em alguns casos, houve relatos de pessoas que levaram o debate para fora da rede social, discutindo pessoalmente, depois do fato ocorrido no site. Por outro lado, houve relatos de quem reencontrou, mesmo que somente através desse site, pessoas afastadas e sem contato há anos, além de casos de quem passou a ter a oportunidade, depois do Facebook, de conversar com mais frequência com um amigo que mora distante, em outro país ou que se vê raramente.

Com foco no sentimento amizade e através da observação das interações em rede dos atores no Facebook, este artigo aborda ainda aspectos da antropologia das emoções, visto que a expressão dos sentimentos é parte das pesquisas desta última e pode ajudar a compreender as trocas interacionais nos ambientes da internet através dos códigos comuns que compõem a amizade. O ponto de partida será a expressão desse sentimento observada nos contextos relacionais anteriores aos sites de redes sociais, de maneira a buscar compreender comportamentos replicados dentro deles ou que estão em transformação e reciprocidade entre on-line e offline.

Dentro desse quadro de referência da realidade contemporânea é que se determina o objeto de estudo aqui: os códigos de expressão da amizade entre on-line e offline<sup>10</sup>, sob a perspectiva de um site de rede social, o Facebook. Trazendo para o quadro de análise a concepção de Mauss (1980) de que a expressão dos sentimentos é uma linguagem, usada pelos indivíduos para comunicar aos outros e a si mesmo, através de um código comum, as suas emoções, serão levantadas hipóteses sobre a constituição desse código através das ferramentas no ambiente em que a comunicação é mediada pelo computador, mais especificamente, nesse caso, o Facebook.

O objetivo deste artigo é partir da compreensão dos códigos de expressão da amizade já conhecidos e que são comuns a maior parte das pessoas ou grupos sociais para encontrá-los nos ambientes de interação e comunicação mediada pelo computador dentro do site de rede social Facebook. Como uma das ferramentas apropriadas nesse ambiente, esse site tornou-se a mais expressiva para indicação de laços de amizade entre os indivíduos que participam das trocas comunicacionais na internet, já que na maioria dos sites de redes sociais a conexão é também chamada de amizade.

## **Cibercultura e os Estudos de Redes Sociais**

---

<sup>10</sup> Embora já muito comuns na linguagem dos estudos sobre internet e utilizados para opor as interações ocorridas no interior dos ambientes mediados pelo computador e fora deles, os termos on-line e offline serão usados a partir daqui para designar o que ocorre dentro dos ambientes da internet e fora dela, respectivamente.



Antes de chegar à comunicação através das redes, com a conexão dos indivíduos através de computadores, as “Novas Tecnologias de Comunicação (NTC)” (LEMOS, 2008, p.68), deram os primeiros sinais da evolução da técnica da comunicação através do telégrafo, do rádio, do telefone e do cinema, ainda no século XIX, quando o homem “amplia o desejo de agir à distância, da ubiquidade” (LEMOS, 2008, p.68). Mas a “grande novidade do século XX serão as novas tecnologias digitais e as redes telemáticas” (LEMOS, 2008, p.68). Em 1975, a fusão das telecomunicações analógicas com a informática fez com que, através do computador fosse possível publicar e trocar diversos formatos de mensagens, entre texto, áudio e até vídeos. É a partir do desenvolvimento das tecnologias de comunicação decorrentes desse fato que ocorre, gradativamente, a passagem dos tradicionais meios de comunicação, a TV, o rádio, a imprensa, o cinema, para “formas individualizadas de produção, difusão e estoque da informação” (LEMOS, 2008, p.68), como é possível observar nos dias de hoje.

Para Lemos (2008), o ciberespaço<sup>11</sup>, tido como o espaço onde as informações são traduzidas “sob a forma de bits, imateriais, abstratas, lidas por uma meta-máquina” (LEMOS, 2008, p.127), possui uma dinâmica social atual em que o desejo de conexão se realiza de forma planetária. O computador pessoal passa, dessa forma, de um instrumento “individual, desconectado, austero, feito para um indivíduo racional e objetivo” (LEMOS, 2008, p.71) para um computador coletivo, conectado em rede. Ainda segundo o autor, essa é uma condição que ressalta o papel “retribalizante” da tecnologia, que agindo através do ciberespaço e combinada com as características da sociedade contemporânea vai produzir a Cibercultura. “Parece que a homogeneidade e o individualismo da cultura do impresso cedem, pouco a pouco, lugar à conectividade e à retribalização da sociedade”. (LEMOS, 2008, p.71)

---

<sup>11</sup> O termo ciberespaço aparece quotidianamente na imprensa e nas discussões sobre as novas tecnologias da informação. Temos uma idéia do ciberespaço como o conjunto de redes de telecomunicações criadas com o processo digital de circulação das informações. O termo ciberespaço foi inventado pelo escritor cyberpunk de ficção científica William Gibson no seu monumental Neuromancer, de 1984. (LEMOS, 2008, p.127)

No centro dessas transformações que permitem a conexão dos computadores em rede e dos indivíduos através dessas máquinas, com elas e através delas com outros indivíduos, está a internet, que, para Lemos, criou “uma revolução sem precedentes na história da humanidade” (LEMOS, 2008, p.116). Foi através da internet que se tornou possível trocar informações, sob diferentes formas, com outras pessoas ou instituições em qualquer parte do mundo. Também através da internet e das diversas plataformas digitais desenvolvidas nos últimos anos para comunicação entre os indivíduos foi que se estabeleceram as redes sociais on-line, como hoje são chamados os sites com a finalidade de relacionamento ou sites de redes sociais, como o Facebook. Eles servem para estabelecer uma aproximação entre as pessoas em diferentes níveis, como amigos, conhecidos, colegas de trabalho etc. Dentro desses ambientes, as pessoas trocam e compartilham, das formas mais variadas, diferentes tipos de mensagens, numa relação que está sendo denominada amizade. Isso porque as conexões que são realizadas entre os indivíduos ocorrem através de opções como “aceitar”, “adicionar”, “recusar” ou “excluir” amigos, que é como são chamados todos os contatos, ou melhor, todas as conexões que cada pessoa realiza nesses sites de redes sociais.

Já o estudo das redes sociais não é novidade no campo científico. Durante todo o século XX, a observação da evolução da sociedade a partir do conceito de rede foi um dos focos de mudança que permeou a Ciência. Antes disso, cientistas já haviam se preocupado em estudar detalhadamente os fenômenos, “na tentativa de compreender o todo, paradigma frequentemente referenciado como analítico-cartesiano” (RECUERO, 2009, p.17). No entanto, somente a partir do início do século passado é que começaram a despontar outros estudos que se voltaram principalmente para a interação entre as partes nas redes sociais.

A “metáfora da rede” foi usada pela primeira vez numa abordagem do matemático Leonard Euler” (RECUERO, 2009, p.19). Em um artigo publicado em 1736, depois de analisar a estrutura de ligação entre as pontes da cidade prussiana de *Königsberg*, como muitas de sua época, localizada em meio a ilhas no centro do rio *Pregolya*, ele demonstrou que cruzar as sete pontes que ligavam a cidade sem jamais

repetir um caminho era impossível; para entrar em uma determinada parte da cidade e sair sem passar pela mesma ponte, seria necessário que essa parte tivesse, pelo menos, duas pontes. Essa conclusão levou Euler a criar o primeiro teorema da “Teoria dos Grafos” (RECUERO, 2009, p.19).

Recuero (2009) aponta que os estudos de rede mereceram maior destaque nas Ciências Sociais a partir do final da década de 90 e início dos anos 2000, sendo identificado até em abordagens sobre agrupamentos sociais no ciberespaço. Para a autora, a construção empírica qualitativa e quantitativa, através da observação sistemática dos fenômenos, busca “verificar padrões e teorizar sobre os mesmos” (RECUERO, 2009, p.22). “Estudar redes sociais, portanto, é estudar os padrões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais” (RECUERO, 2009, p.22).

A relação mediada pelo computador, assim como a interação, pode ter características próprias e acrescentar aspectos importantes para a relação social, já que essa mediação está sujeita às limitações contextuais, como o distanciamento entre as pessoas envolvidas, o que pode alterar a forma através da qual a relação social passa a ser estabelecida. Recuero (2009) cita como consequências disso, por exemplo, a facilidade maior de iniciar e terminar relações, já que “não envolvem o ‘eu’ físico do ator”; a possibilidade de criar um novo sujeito no ciberespaço, já que “barreiras como sexualidade, cor, limitações físicas e outras não são imediatamente dadas a conhecer” (RECUERO, 2009, p.37); a influência que a utilização da linguagem não-verbal nessas interações pode provocar nas relações. Desse modo, conclui a autora,

o laço social é a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos na interação. Ele é resultado da sedimentação das relações estabelecidas entre agentes. Laços são formas mais institucionalizadas de conexão entre atores, constituídos no tempo e através da interação social (RECUERO, 2009, p.38)

Por fim, Recuero (2009) afirma ainda que o desenvolvimento tecnológico também proporcionou uma flexibilidade na manutenção de laços sociais, “uma vez que permitiu que eles fossem dispersos espacialmente” (RECUERO, 2009, p.44). Isso significa que a comunicação mediada pelo computador apresentou às pessoas

maneiras de manter laços sociais fortes, através de ferramentas de comunicação, como *Skype, Messenger, e-mails, chats*, redes sociais, mesmo quando estão separadas por longas distâncias. “Esses novos espaços de interação acabaram provocando a desterritorialização dos laços” (RECUERO, 2009, p.44).

### **A abordagem relacional da interação e da expressão da amizade**

“Estudar a interação humana é reconhecer os interagentes como seres vivos pensantes e criativos na relação” (PRIMO, 2007, p.72), por isso é preciso levar em consideração também o conhecimento do indivíduo, que depende de seu contínuo aprendizado em relação ao meio em que vive. Sujeito e cultura estão sempre juntos, assim como os seus pares ou opositores, a política, crenças religiosas, ou a ausência delas, a linguagem, as instituições, entre outras instâncias.

Para ilustrar que uma relação jamais tem sentido único, Primo (2007) traz o seguinte exemplo: “João não é amigo de Pedro sem Pedro ser amigo de João. A amizade só existe quando os dois têm amizade recíproca um para com o outro. Dessa maneira, a amizade não estaria nem no Pedro, nem no João, mas na relação que existe entre os dois” (PRIMO, 2007, p.86)

(...) para se estudar a amizade entre duas pessoas, por exemplo, não basta querer estudá-las em separado, pois o relacionamento que as une é diferente da mera soma de suas características individuais. O relacionamento vai ganhando uma “forma”, configurando um “padrão” que se atualiza durante a interação e modifica seus participantes (PRIMO, 2007, p.80)

Considerando que, sob o aspecto sistêmico-relacional, a análise das interações humanas precisa levar em conta as relações com o meio e seu conhecimento, os conceitos de emoção trazidos para o âmbito dos constituintes que cercam os indivíduos e influenciam na interação entre eles, também participam da interação, pois implicam negociações sobre a definição da situação e sobre vários aspectos da vida social, “devendo ser vistos como elementos de práticas ideológicas locais”

(REZENDE, 2010, p.14). Isso faz com que, segundo Rezende (2010), as emoções tornem-se o idioma que define e negocia a relação social entre as pessoas.

Mauss (1980) demonstra que a expressão dos sentimentos é ritualizada por momentos demarcados e que obedece a uma gramática; “que o indivíduo comunica aos outros aquilo que sente em um código comum, nesse movimento comunicando também a si mesmo suas emoções” (REZENDE, 2010, p.48). Essa concepção de gramática, envolvida com o rito e a coletividade da expressão dos sentimentos, está, para Mauss, diretamente relacionada ao que Durkheim (1984), na concepção do seu projeto para a antropologia das emoções, denominou “fato social”. Este seria o que “existe fora das consciências individuais, sendo capaz de exercer uma ação coercitiva sobre a vontade individual” (REZENDE, 2010, p.46). No entanto, o “fato social”, de natureza ritualizada e coletiva da expressão dos sentimentos, não impediria que eles fossem também espontâneos por serem vivenciados por quem os expressa.

Rezende (2010) afirma que o estudo antropológico das emoções passou a enfatizar o elemento do contexto em que se manifestam os conceitos emotivos, buscando ir além das relativizações para analisar sob um ponto de vista pragmático as situações sociais específicas em que eles são expressos. E que a principal preocupação dessa abordagem é mostrar como o próprio significado varia dentro de um mesmo grupo social, dependendo das circunstâncias em que se manifestam, e atentar para as consequências da expressão dos sentimentos nas relações sociais e de poder. Para a autora, é a partir daquela perspectiva de Mauss que surge um modelo teórico para situar as emoções como objeto das Ciências Sociais e “da percepção ocidental moderna das emoções como provenientes do íntimo de cada um”, contrapondo a representação delas como algo “histórica, social e culturalmente configurado” (REZENDE, 2010, p.49)

A amizade, relacionada ao objeto deste artigo, e as demais emoções, segundo Rezende (2010) “tornam-se parte de esquemas ou padrões de ação aprendidos em interação com o ambiente social e cultural, que são internalizados no início da infância e acionados de acordo com cada contexto” (REZENDE, 2010, p.30). Ela explica que desde cedo se aprende como, quando e com quem expressar os



sentimentos, como um aprendizado emocional, que, “por ser internalizado muito cedo, deixa de ser percebido como uma forma controlada de viver os sentimentos” (REZENDE, 2010, p.31). Assim, as pessoas aprendem regras explícitas de emoções que devem ser manifestadas em algumas ocasiões conhecidas. Porém, quando essas regras não são evidentes, sentem-se à vontade para expressar-se com espontaneidade. Essa afirmação pode ajudar a compreender os relacionamentos nos sites de redes sociais, onde as pessoas ainda estão adaptando situações de outros contextos relacionais e, por isso mesmo, não compartilham de regras comuns, orientações, direções de comportamento, fazendo deles espaços de diferentes trocas de conteúdo, propósitos, finalidades, interações.

Também Mauss (1974) observou esse fenômeno de reciprocidade entre dois indivíduos e identificou que a dádiva é o que os conecta nessa ocasião. Para ele, a constituição da vida social é formada por um constante dar e receber, obrigações organizadas de modo particular em cada caso, trocas concebidas e praticadas nos diferentes tempos e lugares. Para o antropólogo Mauss, a dádiva aproxima e torna os indivíduos semelhantes, seria um ato simultaneamente espontâneo e obrigatório. E não existiria a dádiva sem a expectativa de retribuição.

Neste trabalho foram observados dois dos principais recursos de interação através do Facebook. O primeiro e mais comum deles é a publicação no mural ou linha do tempo. Trata-se do espaço que existe em todos os perfis, para que tanto seu proprietário quanto seus amigos compartilhem conteúdo com a rede, o que pode se dar através de textos, link de um vídeo, de uma música, uma foto etc. O usuário pode usar seu mural para compartilhar algo que será visto por todos os seus amigos ou pode escrever diretamente no mural de qualquer um deles, o que poderia ser caracterizado como uma mensagem direta, não fosse o fato de que os amigos em comum de ambos também enxergam aquela mensagem. A publicação é o conteúdo que é compartilhado entre os atores no Facebook e suas conexões. É esse o espaço utilizado para se falar através do perfil do usuário do site dessa rede social. E é a partir dele que são gerados os comentários, em que os amigos opinam, concordam, criticam, elogiam, discutem sobre o que foi compartilhado.

Braga (2008) trata esses comentários como *thread*, que, além de ser uma das formas mais comuns de interação no Facebook, faz com que o conjunto deles, agrupados em uma mesma publicação a propósito de um assunto, possibilite uma análise da interação entre os amigos no Facebook, tornando-os uma “possibilidade metodológica muito interessante” (BRAGA, 2008, p.101). No conjunto desses comentários, é possível observar diálogos inteiros, trocas comunicacionais das mais variadas formas e até multimídia, com respostas levando para outros perfis, links e vídeos. A observação deles permite constatar que uma de suas finalidades parece ser o prolongamento do contato, das interações.

Outro recurso do Facebook é como uma resposta positiva dada pelos amigos através do botão ‘Curtir’. Representado pelo símbolo de um dedo polegar em sinal de aprovação, o amigo demonstra que gostou, está de acordo, aprovou aquilo que foi compartilhado. Mais recentemente esse recurso também vem sendo usado em sinal de agradecimento, como, por exemplo, quando alguém recebe felicitações de aniversário com uma mensagem no seu mural e o aniversariante agradece clicando nesse botão em sinal de retribuição, esquema já explicado anteriormente acima. Ou quando, em outro caso, uma citação ou opinião a respeito de qualquer assunto tem valor ou algum significado para um amigo; esse curte a publicação.

De fato, os comentários dos participantes do Facebook nas publicações compartilhadas e observadas durante a análise foram um material enriquecedor para a observação e as conclusões deste artigo. Basicamente, o espaço aberto para que um usuário compartilhe qualquer tipo de conteúdo já traz em si os comentários como a parte principal e responsável pela interação entre todos. É neles que se realizam as diversas interações, sendo possível até, em alguns casos, que o desdobramento dessas interações permita que uma pessoa adicione um novo amigo depois das conversas ocorridas ali.

## **Conclusões**

Ainda é necessária mais investigação para conclusões a respeito das relações e interações entre amigos através dos sites de redes sociais. Fato é que o que se observa com frequência é uma tentativa de repetir códigos vindos de um ambiente interacional anterior a esses mediados pelo computador. Algumas vezes essa atitude pode funcionar, outras nem tanto. Não há uma regra comum a todos, pois ela pode variar de acordo com os objetivos de cada participante quando criam seus perfis no Facebook. Existem aqueles que só estão dispostos a interagir com amigos e aqueles que buscam fazer novas amizades; existem aqueles que estão dispostos a discutir e aqueles que partem primeiro para o ataque; existem também os que estão felizes com um grande número de amigos e aqueles que só aceitam em suas listas quem conhecem pessoalmente fora do Facebook etc. Esse ponto já destaca a importância de aprofundar a análise, pois, diferente da amizade constituída no ambiente offline, para a qual diversas regras da interação são conhecidas, num site de rede social os indivíduos divergem a respeito de pontos como: quem deixar entrar no seu círculo de amigos; com que finalidade; dizer o que para essas pessoas; o que quero receber delas?

O conteúdo das interações entre os participantes num site de rede social como o Facebook determina a relação entre eles; pode aproximar ou afastar ao mesmo tempo; pode mostrar o que não se sabia a respeito de um amigo e que é descoberto pelas opiniões que tal amigo compartilha na rede; pode inclusive desfazer amizades em alguns casos – raros, mas é possível. Mas é também o conteúdo nesse contexto que mantém os laços sociais, fortalece-os ou pode enfraquecê-los.

De fato, ainda não é possível afirmar que a relação nesses ambientes modifica a relação entre os amigos fora deles. Os sites de redes sociais são recentes, a internet ainda não está acessível para todas as bilhões de pessoas no mundo e o desejo pelo contato na relação de amizade é o que os motiva, em grande parte, a inscrever-se nesses sites. Seria possível atestar, sim, que esse site de rede social, o Facebook, tornou-se uma pauta no contexto e na interação da amizade, um novo argumento na relação entre os amigos, principalmente nos contextos offline. Acontecem com

frequência situações em que assuntos ou conteúdos compartilhados no Facebook são discutidos pessoalmente quando os amigos se encontram.

Na amizade anterior ao Facebook, os amigos se conhecem, conhecem os códigos comuns da relação, mas nesses novos ambientes ainda estão de frente com situações em que buscam adaptação para manter ou construir a relação, situações novas ou inusitadas em que a alternativa para respostas está sempre no repertório da relação construída no offline, fora das redes, fora de ambientes em que a comunicação é mediada pelo computador. Conflitos ou situações inesperadas no Facebook são resolvidos ou discutidos fora da rede, o que revela a importância e o peso de um amigo, além do local onde ainda se constitui a amizade, que é fora da rede social on-line. Do contrário, a facilidade de desfazer laços que existe ali poderia ser usada e a amizade estaria terminada.

A conclusão desse artigo é que as ferramentas apropriadas pelos indivíduos para comunicação através da internet estão sendo absorvidas como um conteúdo da interação mais do que uma relação. O espaço no site de rede social também serve muitas vezes como um baú da memória da relação, um local em que parte do conteúdo dela pode ser depositada e está sempre à disposição dos participantes. Fotos, lembranças, mensagens, bate-papo, nada disso é apagado ao longo do tempo, a não ser que o usuário opte por excluir esse conteúdo. O que vai se constituindo parece ser um espaço dedicado a guardar em forma de bits o que antes ficava restrito a álbuns de fotografias, cartas ou memórias dentro de cada um. Aos poucos, o espaço vai sendo utilizado como o local para guardar a parte física da relação, aquilo que se pode ver, ouvir, acessar. E como num dar e receber, uma troca entre os amigos, a relação ganha um reforço da tecnologia para não extinguir os laços que os unem, dos mais fracos aos mais fortes.

## Referências Bibliográficas

- BRAGA, Adriana. *Personas materno-eletrônicas: feminilidade e interação no blog Mothern*. Porto Alegre: Sulina, 2008
- DURKHEIM, Émile. *As regras elementares do método sociológico*. São Paulo: Nacional, 1984
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011
- LE MOS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 4ª ed., 2008.
- MAUSS, Marcel. *A expressão obrigatória dos sentimentos*. In: FIGUEIRA, S. (org). *Psicanálise e ciências sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980
- \_\_\_\_\_. *Ensaio sobre a dádiva*. In: \_\_\_\_\_. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: EPU, 1974
- PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.
- RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na internet*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.
- REZENDE, Claudia Barcelos; COELHO, Maria Cláudia. *Antropologia das emoções*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.
- WATTS, Duncan. *Seis graus de separação: a evolução da ciência de redes em uma era conectada*. São Paulo: Leopardo, 2009.



## **Da cultura às mediações: Uma análise sobre práticas artísticas e culturais de periferia do Rio de Janeiro<sup>1</sup>**

Juliana Lopes<sup>2</sup>

### **Resumo**

O trabalho busca refletir sobre o lugar de mediação ocupado por atores sociais de periferias do Rio de Janeiro que por meio de práticas artísticas e culturais buscam atuar na produção de novos sentidos, arranjos e fluxos de conhecimento na cidade. A luz da natureza comunicativa da cultura e da condição ativa dos sujeitos nos processos de comunicação, o conceito de mediação será analisado a partir da atuação destes atores como mediadores culturais na abolição das barreiras e das exclusões sociais e simbólicas e na valorização das experiências e das práticas diversificando as possibilidades e potências inventivas da produção cultural contemporânea carioca.

### **Palavras-chave**

Mediações, práticas artísticas e culturais, periferia, cidade, sociedade civil, cidadania.

### **I**

Nos anos 90, o Rio de Janeiro encarna a representação da “cidade partida”, ancorada no dualismo morro e asfalto. No imaginário da cidade, a pobreza e a marginalidade oriundas das favelas cariocas e de seus moradores, acabam por instaurar a “cultura do medo” onde duas perspectivas despontavam: a ordem e a segurança por um lado e a disciplinarização das “classes perigosas” por outro. Considerava-se que a situação excepcional da cidade — de guerra — não admitia contemporizações com políticas de direitos humanos e com reivindicações pelo respeito aos direitos civis dos moradores nos territórios conflagrados. Porém, defendia-se a combinação de políticas de promoção da cidadania, destinadas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 – Representação social e mediações socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação e Cultura no Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Email: juliana.culturalrj@gmail.com.

principalmente às crianças e jovens moradores de favelas e periferias, como alternativas eficientes no campo da segurança pública (LEITE:2000).

Três episódios principais contribuíram diretamente para esta representação do Rio de Janeiro como uma cidade perigosa ou em guerra: o assassinato de 11 jovens moradores da favela de Acari em junho de 1990, a execução de sete crianças e adolescentes que dormiam em frente a Igreja da Candelária em julho de 1993 e a chacina de 21 pessoas na favela de Vigário Geral em agosto de 1993. Nos três eventos, policiais militares foram acusados e julgados pelos crimes. Neste mesmo período, notícias e imagens de confusão e distúrbio nas praias da zona sul carioca, conhecidos como “arrastões”<sup>3</sup>, contribuíram para o conjunto de representações negativas sobre a cidade – sempre associadas a juventude negra e pobre das favelas.

Frente a este cenário de desigualdade, exclusão e violência, emergem no Rio de Janeiro, nos anos 90, organizações como Nós do Morro (Vidigal), Afroreggae (Vigário Geral) e Central Única das Favelas – CUFA (Cidade de Deus) que, de forma geral, destacam-se por ter entre seus objetivos a promoção do acesso à arte e à cultura, bem como a da inclusão social e acesso à cidadania como forma de combater desigualdades sociais e econômicas. Com foco na participação de crianças e jovens, estas iniciativas buscariam contribuir para a formação de uma rede de proteção social, bem como de afirmação e garantia de direitos. A noção de desenvolvimento humano e social, utilizada por aquelas instituições, está relacionada à inclusão destes atores sociais em um conjunto de possibilidades e oportunidades de diferentes ordens (sociais, econômicas, política, cidadãos etc).

Nos anos 2000, observamos progressivamente, o crescimento da visibilidade e da participação política, social e cultural de agentes, grupos artísticos, organizações, redes e artistas de de periferias da cidade do Rio de Janeiro e de sua região metropolitana, com destaque para a Baixada Fluminense. Nesta nova cena cultural

---

<sup>3</sup> Thiago Ansel afirma que os “arrastões”, confrontos corporais entre “galeras” jovens rivais oriundas de bairros pobres e favelas, que levaram para a orla de bairros valorizados da cidade embates até então restritos aos bailes funk. O autor afirma que mesmo que os prejuízos reais dos confrontos tenham sido apenas pequenos furtos, os tumultos tiveram grande impacto simbólico, produzindo sentimentos de insegurança e a sensação de que o Rio de Janeiro estava a beira do caos (Ansel, 2012).

urbana, emergem conceitos e práticas que operam um deslocamento dos sentidos historicamente atribuídos à periferia como território de pobreza, violência, ausência e aos seus moradores como carentes e excluídos.

Na esfera do discurso e da prática, os territórios de periferias e seus moradores passam a ser enxergados por alguns de seus atores como potentes e criativos, em uma busca de inversão de estereótipos e imaginários estigmatizantes. Haveria uma inventividade e criatividade nas manifestações e práticas artísticas e culturais destes territórios que, ao proporem novos discursos e representações, acabam por gerar narrativas, arranjos locais e fluxos de conhecimento capazes de provocarem deslocamentos e atravessamentos na produção das subjetividades. Para Heloísa Buarque de Hollanda, a afirmação das vozes da periferia seria uma das emergentes tendências culturais nos anos 2000, apontando um rito de passagem da cultura à cidadania na cena carioca.

Indo direto ao ponto das tendências culturais emergentes na década de 2000, não há como não ressaltar como principal fenômeno deste início de século XXI a afirmação das vozes da periferia urbana no mercado cultural. Pode-se dizer, sem hesitação, que o efeito “Cidade Partida” não caracteriza mais a cultura carioca. Como observa Paulo Lins, no lugar das favelas (antigos similares das senzalas) surgem as neofavelas (atuais similares dos quilombos) com voz própria, beleza própria, inserção no mercado cultural e alto poder agregador. Definir hoje a cultura do Rio de Janeiro é antes de mais nada imaginar estratégias e políticas culturais a partir desta rede de canais recém-abertos, das perspectivas efetivas de inclusão social que a nova cultura urbana carioca vem sinalizando e do sonho de estarmos assistindo ao inédito rito de passagem da cultura à cidadania. (HOLLANDA, 2004)

Neste mesmo período, as políticas públicas de cultura no Brasil, ganham novas abordagens e contornos. Adota-se o conceito de cultura alargado – antropológico – definido em três dimensões interdependentes: simbólica (relacionada ao imaginário, às expressões artísticas e práticas culturais), cidadã (a cultura como

direito e importante em contextos de vulnerabilidade social) e econômica (cultura como economia, geradora de crescimento, emprego e renda); a sociedade brasileira passa a ser o público privilegiado das ações do ministério, não somente no lugar de público/consumidor de bens e serviços culturais, mas também no de criador; tem-se a retomada do papel ativo do Estado nas políticas culturais na efetivação dos direitos culturais. Ressalta-se também a elaboração do conceito de “gestão compartilhada” para construção de canais de participação popular nos processos de formulação daquelas políticas por meio de espaços de diálogo entre o poder público e a sociedade civil. Passam a ser realizados fóruns, seminários, conferências e consultas públicas convocando a participação de diferentes atores do campo artístico e cultural. Mais do que políticas culturais inéditas, começam a nascer então novas culturas políticas de acompanhamento e participação da sociedade civil na gestão da coisa pública (*res publica*).

Ao partir de uma concepção ampliada do conceito de cultura e do fazer cultural na sociedade, as políticas públicas de cultura reconhecem e incorporam novas modalidades: as culturas populares, afro-brasileiras, indígenas, de gênero, de orientações sexuais, das periferias, da mídia audiovisual, cultura digital etc. Para Alexandre Barbalho, haveria neste momento, uma preocupação com os setores historicamente pouco ou nada contemplados pelas políticas públicas anteriores. (RUBIM, 2007, p. 29; RUBIM, 2008, p. 64).; (BARBALHO, 2007, p. 52,54).

É na interface entre um Estado Ativo por meio de suas políticas públicas de cultura amplas e na efervescência de um movimento artístico-cultural diverso e heterogêneo (Ongs, coletivos, grupos informais, artistas, agentes culturais de periferia) na busca pela produção de novos sentidos, nexos simbólicos e imaginários no Rio de Janeiro que esta reflexão se coloca.

A partir deste contexto e desta conjuntura de fatores políticos e sociais de ampliação da participação política, social e cultural na esfera pública de atores sociais de periferias, o presente artigo refletir sobre o lugar de mediação ocupado por atores sociais de periferias do Rio de Janeiro que por meio de práticas artísticas e culturais buscam atuar na produção de novos sentidos, arranjos e fluxos de conhecimento na

cidade. A luz da natureza comunicativa da cultura e da condição ativa dos sujeitos nos processos de comunicação o conceito de mediação será analisado a partir da atuação destes atores como mediadores culturais na abolição das barreiras e das exclusões sociais e simbólicas e na valorização das experiências e das práticas diversificando as possibilidades e potências inventivas da produção cultural contemporânea carioca.

Importante dizer que a reflexão proposta parte do conceito de periferia para além da referência as margens geográficas e sociais da cidade, mas também na sua concepção política e cidadã contribuindo para a ampliação do campo da produção cultural contemporânea carioca.

## II

No Rio de Janeiro, nos últimos 20 anos, diversas organizações, coletivos, agentes e artistas vêm reinventando o campo da comunicação e da cultura por meio do desenvolvimento de práticas artísticas e culturais em periferias. Por meio de processos participativos e de construção coletiva onde o território é lócus privilegiado, práticas artísticas e culturais são vivenciadas, especialmente por crianças e jovens, como campo de experimentação estética e de fruição cultural, na produção de novos olhares e discursos sobre seus próprios territórios ativando novos fluxos de conhecimento e disputando o imaginário da cidade.

Ao longo deste período, tais atores e suas iniciativas, legitimam-se na cena carioca cultural urbana como novos produtores e mediadores culturais. Partindo da perspectiva de Barbero (2006), esta mediação não se daria como ponte ou como a figura do intermediário entre criadores e consumidores, mas sim na abolição das barreiras e das exclusões sociais e simbólicas e na valorização das experiências e das práticas diversificando as possibilidades e potências inventivas da produção cultural. (MARTÍN-BARBERO: 2006, p. 34)

Para Ivana Bentes, a cultura das favelas e periferias, surge como um discurso político “fora de lugar” e coloca em cena novos mediadores e produtores de cultura: rappers, funkeiros, b-boys, jovens atores, performers, favelados, desempregados, sub-empregados, produtores da chamada economia informal, grupos e discursos que vêm



revitalizando os territórios da pobreza e reconfigurando a cena cultural urbana. Transitam pela cidade e ascendem à mídia de forma muitas vezes ambígua, podendo assumir esse lugar de um discurso político urgente e de renovação num capitalismo da informação (BENTES: 2012).

Ao pensarmos o lugar de produtores e mediadores assumidos por aqueles atores, é importante problematizarmos o lugar de centralidade que a cultura vem assumindo nas sociedades contemporâneas. Para este debate a contribuição dos estudos culturais é de suma importância, ao “*compreender a cultura como rede de significados, como ambientes de geração de sentido e de fortalecimento para a análise social*” (LIMA:2013, p. 31). Stuart Hall, importante pensador e teórico dos Estudos Culturais da Universidade de Birmingham na Inglaterra, ao refletir sobre o papel da cultura nas sociedades contemporâneas afirma que toda ação social é cultural, uma vez que todas as práticas sociais são preenchidas de significação, inserindo a cultura em um lugar central e transversal as demais dimensões sociais:

“Porque a cultura se encontra no centro de tantas discussões e debates, no presente momento? Em certo sentido, a cultura sempre foi importante. As ciências humanas e sociais há muito reconhecem isso. Nas humanidades, o estudo das linguagens, a literatura, as artes, as ideias filosóficas, os sistemas de crença morais e religiosos, constituíram o conteúdo fundamental, embora a ideia de que tudo isso compusesse um conjunto diferenciado de significados (uma cultura) não foi uma ideia tão comum como poderíamos supor. Nas ciências sociais, em particular na sociologia, o que se considera diferenciador da “ação social” (como um comportamento que é distinto daquele que é parte da programação genética, biológica ou instintiva) é que ela requer e é relevante para o significado. Os seres humanos são seres interpretativos, instituidores de sentido. A ação social é significativa tanto para aqueles que a praticam quanto para os que a observam: não em si mesmas em razão dos muitos e variados sistemas de significado que os seres humanos utilizam para definir o que significam as coisas e para codificar, organizar e regular sua conduta uns em relação aos outros. Estes sistemas ou códigos de significado dão sentido

às nossas ações. Eles nos permitem interpretar significativamente as ações alheias. Tomados em seu conjunto, eles constituem nossas “culturas”. Contribuem para assegurar que toda ação social é “cultural”, que todas as práticas sociais expressam ou comunicam um significado e, neste sentido, são práticas de significação.” (HALL: 1997, p. 02)

Seguindo na linha dos estudos culturais uma segunda importante reflexão se situa nos usos da cultura e suas apropriações e ressignificações realizadas por atores da sociedade civil de áreas periféricas do Rio de Janeiro. George Yúdice vem nos auxiliar nesta reflexão ao conceber a cultura como recurso. Ao debater o lugar que a cultura assume na sociedade contemporânea, vista sob o paradigma da associação de sua suposta eficiência no tratamento aos territórios onde há “vulnerabilidades sociais”, busca apontar a legitimidade conferida à cultura no auxílio à resolução de questões como “melhoria sociopolítica e crescimento econômico” (Yúdice, 2004). De acordo com o autor, trata de um protagonismo atribuído a cultura, nunca antes visto nestas proporções.

O que eu gostaria de frisar desde já é que a cultura está sendo crescentemente dirigida como um recurso para a melhoria sociopolítica e econômica, ou seja, para aumentar sua participação nessa era de envolvimento político decadente, de conflitos acerca da cidadania (Young, 2000: 81-120), e do surgimento daquilo que Jeremy Rifkin (2000) chamou de “capitalismo cultural”. (YÚDICE: 2004. P.25)

Apesar de configurarem um campo heterogêneo, Ramos (2007) afirma que é possível identificar aspectos comuns a estas práticas artísticas e culturais periféricas. O primeiro seria o investimento nas trajetórias individuais e nas histórias de vida, valorizando o campo simbólico da subjetividade por meio da formação de artistas e líderes que servem como modelo. Esta seria uma contraoperação de criação de estereótipos, ao em busca da construção de imagens de jovens favelados que são dançarinos, cineastas, atores, escritores e músicos e que ocupam a mídia como artistas

e ativistas que falam em nome dos jovens de favelas. O segundo aspecto comum é a afirmação territorial por meio de músicas, camisetas, roupas, imagens associativas aos nomes das comunidades de origem. De acordo com a autora quanto maiores as imagens negativas em torno do território, maiores as afirmações destes nomes em formas de expressão como o grafite, a música, as roupas. O terceiro componente é a forte presença da denúncia do racismo e a afirmação racial negra.

Para Liv Sovik (2014), o impacto de tais projetos e iniciativas sobre a cena pública brasileira vem, em parte, da reconhecida relação entre autorepresentação e capacidade de ação. Para a autora a experimentação como novas narrativas sobre si seria fundamental para abrir espaço no mundo, para “entrar em cena”. Estas novas narrativas inventam e criam contradiscursos operados por grupos sociais estigmatizados com o objetivo de desconstruir estereótipos em torno de suas identidades, necessidades e expectativas.

Os novos fluxos de conhecimento produzidos por tais atores e iniciativas da sociedade civil, acabam por reverberar o surgimento de novas esferas do público e de imaginação e criatividade social. Nesta nova cena as práticas artísticas e culturais periféricas buscam reinventar a cidade por meio de processos comunicacionais engendrados em ações culturais, práticas sociais e representações que podem ser catalizadoras de uma nova hegemonia.

A configuração da comunicação e da cultura como batalha política reflete o lugar assumido por tais atores e iniciativas em torno de uma agenda e de um projeto político contemporâneo atuantes no deslocamento de estereótipos em torno de regiões periféricas e de seus moradores e da legitimação de uma produção cultural e comunicacional alicerçada na garantia dos direitos e no exercício da cidadania.

### III

O conceito de cultura mobilizado neste artigo é o de Néstor Garcia Canclini, ao apontar a centralidade da cultura nos debates contemporâneos sobre identidade e coesão social e a sua compreensão de uma perspectiva ampla, não restrita às linguagens artísticas e às belas-artes, mas valorizadora do sistema de direitos e de práticas cidadãs, assim como da autonomia e da participação de atores e grupos

sociais, que visem à construção de uma cidadania cultural, não efetivada somente pelos meios jurídicos e sociais, mas também pelas interações cotidianas (CANCLINI, 1994).

De acordo com Fábio Mascaro Querido, as transformações contemporâneas do capitalismo, provocaram alterações significativas não somente nas formas de acumulação do capital, se não também na relação da cultura com outras “esferas” da totalidade social. As sociedades contemporâneas caracterizam-se, cada vez mais, por uma dilatação da esfera da cultura, de tal forma que se torna uma mediação quase universal da vida social contemporânea, incluindo seus processos econômicos. Ainda de acordo com o autor, a generalização dos meios de comunicação de massa, nas últimas décadas, teria transformado a cultura em uma mediação básica das relações sociais do mundo contemporâneo, ampliando a sua transversalidade, atravessando múltiplos momentos de realização da vida social (QUERIDO, 2009).

Partindo da noção da cidade como palco das interações cotidianas, assim como produtora e produto de processos culturais e comunicacionais plurais e da natureza comunicativa da cultura, podemos pensar na ampliação do conceito de cultura e de seu papel mediador das relações sociais contemporâneas, que atravessa transversalmente diferentes momentos de realização da vida social. A cultura passa a ser compreendida como mediação e ao mesmo tempo como lugar de realização de outras mediações socioculturais no espaço da cidade (QUERIDO, 2009, p.169).

Para aprofundar esta reflexão, recorreremos aos conceitos de Jesús Martín-Barbero em torno da natureza comunicativa da cultura e da condição ativa dos sujeitos, ao propor o deslocamento dos meios para as mediações, para as articulações entre comunicação e movimento sociais, para diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais. (BARBERO, 1997, p.258). Esta nova perspectiva privilegiaria os sujeitos e não mais a mídia e a tecnologia (os meios) e as relações sociais e culturais seriam as novas mediadoras da comunicação, tomada como processo social e como atividade complexa de interpretação e produção de sentido, assim como de coesão política e cultural.

No mapa das mediações proposto por Barbero existem dois eixos: Matrizes Culturais (MC) e Formatos Industriais (FI) (diacrônico) e Lógicas de Produção (LP) e Competências de Recepção (CR) (sincrônico). Tais eixos são atravessados por quatro mediações: institucionalidade, tecnicidade, ritualidade e socialidade. As mediações relacionadas a institucionalidade e a socialidade são destacadas nesta reflexão ao pensarmos não somente sobre a centralidade da cultura nas sociedades contemporâneas, mas também no local de mediação ocupado por atores sociais e suas práticas artísticas e culturais em territórios de periferias do Rio de Janeiro. Para Barbero, as transformações na socialidade remetem a movimentos de reencontro com o comunitário, como aquele que está ocorrendo entre os jovens em torno da música, e que se acham mais relacionados a mudanças profundas na sensibilidade e na subjetividade. (...) Assistimos a uma multiplicação de movimentos em busca de outras institucionalidades, capazes de dar forma às pulsões e aos deslocamentos da cidadania para o âmbito cultural e do plano da representação para o do reconhecimento instituinte. (BARBERO, 2006, p18) .

Os deslocamentos apontados por Barbero proporcionariam uma cultura política a partir de novas institucionalidades que buscariam reconstituir permanentemente o social, onde a comunicação a partir da socialidade se revelaria na constituição do sentido e da construção e desconstrução da sociedade.

“A socialidade gerada na trama das relações cotidianas que tecem os homens ao juntarem-se, é por sua vez lugar de ancoragem da práxis comunicativa e resulta dos modos e usos coletivos de comunicação, isto é, de interpelação/constituição de atores sociais e de suas relações (hegemonia/contra-hegemonia) com o poder. Nesse processo as matrizes culturais ativam e moldam os hábitos que conformam as diversas Competências de Recepção. A institucionalidade tem sido, desde sempre, uma mediação densa de interesses e poderes contrapostos, que tem afetado, e continua afetando, especialmente a regulação dos discursos que, da parte do Estado, buscam dar estabilidade a ordem constituída e, da parte dos cidadãos – maiorias e minorias - , buscam defender seus direitos e fazer se reconhecer, isto é, re-



constituir permanentemente o social. Vista a partir da socialidade, a comunicação se revela uma questão de fins – da constituição do sentido e da construção e desconstrução da sociedade. Vista a partir da institucionalidade, a comunicação se converte em questão de meios, isto é, de produção de discursos públicos cuja hegemonia se encontra hoje paradoxalmente do lado dos interesses privados. (BARBERO, 2006, p.18)

Neste contexto, a discussão em torno da valorização do processo cultural assume relevância. Ao se atuar neste âmbito, o importante é a trajetória percorrida, o meio do percurso, valorizador do desenvolvimento e das relações humanas e sociais, direcionadas a uma cultura política garantidora dos direitos culturais, em que todo cidadão tem o direito de produzir, participar, usufruir e experimentar os bens culturais.

No Rio de Janeiro, de meados da década de 90 aos anos 2000, observamos em um primeiro

momento o protagonismo das organizações não governamentais (Ongs) na reinvenção de um campo

da arte e da cultura por meio do desenvolvimento de processos participativos e de construção

coletiva tendo o território como locus privilegiado de experimentação estética e de fruição cultural.

De forma geral o público prioritário destas organizações são crianças, adolescentes e jovens que

passam a vivenciar e experimentar processos de formação artístico-cultural não-formais e a produzir

novos olhares, conhecimentos e discursos sobre seus próprios territórios.

Organizações como o

Grupo Cultural Nós do Morro (Vidigal), Afrorregae (Vigário Geral), Central Única das Favelas

(Cidade de Deus), Agência de Redes para a Juventude (Lapa), Circo Crescer e Viver (Praça Onze),

Redes da Maré, Ponto Cine (Guadalupe), Som das Comunidades (Turano), Comunidades em Cena

(Bangu), dentre muitos outros, por meio das linguagens artísticas e de um conceito de cultura

alargado legitimam-se na cena urbana cultural carioca como mediadores.

Em um segundo momento, nos últimos dez anos, observa-se um movimento interessante na

cidade uma vez que uma nova geração de artistas, grupos informais e coletivos periféricos optam

pela não institucionalização de suas práticas e por realizarem suas ações em espaços públicos como

ruas, parques, praças e viadutos. Na sua grande maioria os integrantes destas ações são jovens de 20

a 29 anos que atuam em bairros da área central, zona norte e oeste da cidade, mobilizam e

comunicam suas iniciativas utilizando as redes sociais e canais alternativos de comunicação,

buscando atuar em rede com outros grupos em uma espécie de ativismo cultural. Este universo

engloba saraus de poesia, rodas de rima, cineclubes, festas e ocupações, rodas de funk e de hip-hop,

residências artísticas, apresentações teatrais e musicais.

Importante ressaltar que muitas vezes a mediação destas organizações não passa somente pelo campo da produção estética, mas inevitavelmente se relaciona com outras áreas como a educação, a saúde, a assistência social e a segurança pública. Ocupam o lugar de mediação entre as políticas públicas e as comunidades aos quais representam, criando sentimento e a prática da cidadania ativa por meio de uma cultura política.

“Se falar de cultura política significa levar em conta as formas de intervenção das linguagens e da cultura na

constituição dos atores e do sistema político, pensar a política a partir da comunicação significa pôr em primeiro plano os ingredientes simbólicos e imaginários presentes nos processos de formação do poder. O que leva a democratização da sociedade em direção a um trabalho na própria trama cultural e comunicativa da política. Pois nem a produtividade social da política é separável das batalhas que se travam no terreno do simbólico, nem o caráter participativo da democracia é hoje real fora da cena pública que constrói a comunicação massiva.

Então, mais do que objetos de políticas, a comunicação e a cultura constituem hoje um campo primordial de batalha política: o estratégico cenário que exige que a política recupere sua dimensão simbólica – sua capacidade de representar o vínculo entre os cidadãos, o sentimento de pertencer a uma comunidade – para enfrentar a erosão da ordem coletiva”. (BARBERO, 2006, p.14 e 15)

Com este artigo buscamos refletir sobre o conceito de mediação cultural a partir da atuação de atores sociais e suas práticas artísticas e culturais como mediadoras na construção de novos nexos simbólicos e imaginários da cidade do Rio de Janeiro. Estes fluxos de conhecimento apontam para o surgimento de novas esferas do público, de imaginação e criatividade social. O mapa das mediações proposto por Barbero vem auxiliar esta reflexão ao compreendermos as mediações como processos de produção de sentido e de dimensões simbólicas da construção do coletivo. Nesta nova esfera do público, as periferias reinventam a cidade por meio de processos comunicacionais engendrados em ações culturais, práticas sociais e representações constituintes de novas formas de cidadania.

## Referências bibliográficas

ANSEL, Thiago Araújo. Novos mediadores, representações da favela e produção cotidiana da identidade do favelado. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ. Rio de Janeiro, 2011. 142 f.

BARBALHO, Alexandre. Políticas Culturais no Brasil: identidades e diversidades sem diferença.

In: BARBALHO, Alexandre e RUBIM, Antonio (orgs). Políticas culturais no Brasil. Salvador: EDUFBA, 2007.

BARBERO, Jesús Martin. Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia. 4.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

BENTES, Ivana. Redes Colaborativas e Precariado Produtivo. 2012. Disponível em:

[www.febf.uerj.br/periferia/V1N1/ivana\\_bentes.pdf](http://www.febf.uerj.br/periferia/V1N1/ivana_bentes.pdf). Acesso em: 11/10/2013.

CANCLINI, Néstor Garcia. Consumidores e Cidadãos. Rio de Janeiro, UFRJ, 2010.

\_\_\_\_\_. Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp. 1997.

\_\_\_\_\_. Definiciones en transición. IN: MATO, Daniel. **Cultura, política y sociedad**: perspectivas latinoamericanas. Buenos Aires: Clacso, 2005. P. 40) Disponível em <http://biblioteca.clacso.edu.ar/subida/clacso/gt/20100912053709/cultura.pdf>. Acesso em: 05/10/2013.

\_\_\_\_\_. O patrimônio cultural e a construção imaginária do nacional. Revista patrimônio histórico e artístico nacional. n. 23, 1994, p. 95-115.

DE CERTAU, Michel. A Invenção do Cotidiano. 3. ed. Editora Vozes, Petrópolis, 1998.

CHAUÍ, Marilena. Cidadania Cultural: O direito à cultura. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

HOLLANDA, Heloísa Buarque. O Declínio do Efeito “Cidade Partida”. Publicado originalmente na

Revista Carioquice, n. 1, ano I, em abr/mai/jun de 2004. Disponível em:

<http://www.heloisabuarquedehollanda.com.br/o-declinio-do-efeito-cidade-partida>.

Acesso em:

05/07/2015.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo.

Educação & Realidade, Porto Alegre., v.22 n. 22, p.15-46, jul./dez.1997.

LEITE, Márcia Pereira. Entre o individualismo e a solidariedade: Dilemas da política e da cidadania

no Rio de Janeiro. Disponível em: [www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v15n44/4148.pdf](http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v15n44/4148.pdf).

LIMA, Deborah Rebello As teias de uma rede : uma análise do Programa Cultura Viva / Deborah

Rebello Lima. - 2013. 214 f. Dissertação de Mestrado defendida no CPDOC/FGV.

\_\_\_\_\_. Cartografias Conceituais sobre Políticas Culturais Contemporâneas. Pragmatizes –



Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura. Ano 1, V.1, 2011. Disponível em:  
<http://www.pragmatizes.uff.br/revista/index.php/ojs/article/view/4/2>

QUERIDO, Fábio Mascaro. Cultura e pós-modernidade: mediações e potencialidades. Políticas Culturais em Revista, 2 (2), p.169-173 , 2009 – Disponível em:  
[www.politicasculturaisemrevista.ufba.br](http://www.politicasculturaisemrevista.ufba.br). Acesso em: 14/10/2013

RUBIM, Antonio. Políticas culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios. In:

BARBALHO, Alexandre e RUBIM, Antonio (orgs). Políticas Culturais no Brasil. Salvador:  
EDUFBA, 2007.

SODRÉ, Muniz. As Estratégias Sensíveis: afeto, mídia e política. Petrópolis: Rio de Janeiro.  
Editora Vozes, 2006.

SOVIK, Liv. Os projetos culturais e seu significado social. Revista Galáxia (São Paulo, online),  
n.27,  
p.172-182,  
jun  
2014.  
Disponível  
em:

<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/10411>.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

YÚDICE, George. A Conveniência da Cultura: Usos da Cultura na Era Global. 2.ed.

Belo

Horizonte: Editora UFMG, 2013.

## **A memória da música umbandista a partir de sua disponibilização em espaços virtuais<sup>1</sup>**

Lícia Oliveira Souza<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este estudo pretende analisar o uso do espaço virtual como um recurso para a manutenção da memória religiosa de umbandistas, especialmente em relação a produção musical deste grupo. Nesse caso, considera-se umbandistas, os praticantes da religião (e não somente aqueles que usam os “serviços” das entidades religiosas). São conteúdos que estão disponíveis para qualquer pessoa que queira acessá-los, mas o enfoque não se dará nos simpatizantes ou curiosos que buscam esse tipo de conteúdo nas redes. O interesse principal é pensar sobre o uso dos mesmos em cima de uma memória coletiva religiosa.

### **Palavras-chave**

Umbanda; redes virtuais; memória social; música.

### **A Umbanda e sua música como elemento ritualístico e construtor de sua identidade.**

Desde pequenos terreiros nos fundos de quintal até grandes centros ou tendas com centenas de praticantes, pode-se dizer que a umbanda é uma religião com uma diversidade de práticas que variam entre as regiões brasileiras ou mesmo de uma casa para outra. Em linhas gerais, as distintas práticas umbandistas têm em comum a característica de cultuarem espíritos que assumem uma simbologia associada a figuras como preto-velhos, caboclos ou crianças e que se manifestam nos terreiros ou centros por meio da incorporação em praticantes da religião que se autodenominam “médiuns” (ou ainda “aparelhos” ou “cavalos”), isto é, canais de manifestação dos guias ou entidades espirituais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 04 – Representação Social e Mediações socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense. Email: liciaoliveira.s@gmail.com.

A umbanda como prática religiosa afro-brasileira tem seu mito fundador associado à manifestação do Caboclo das Sete Encruzilhadas no médium Zélio de Moraes, em 1908, na cidade de Niterói (LEAL SOUZA, 1933). De acordo com esta referência do imaginário umbandista, nascia assim um novo culto, em que os espíritos dos pretos-velhos e dos índios nativos “poderiam trabalhar em benefício dos seus irmãos encarnados, qualquer que seja a cor, raça, credo ou posição social. A prática da caridade no sentido do amor fraterno será a característica principal desse culto” (REVISTA ESPIRITUAL DE UMBANDA apud PINHEIRO, 2011, p. 226). Na visão de Emerson Giumbelli (2002), com o seu surgimento, a umbanda rompe não com as práticas tradicionais africanas, mas com o kardecismo, ao adotar referências recusadas pelos seguidores da doutrina de Alan Kardec nos centros espíritas brasileiros do início do século XX, que não admitiam a incorporação de pretos-velhos e índios, espíritos considerados "atrasados" na compreensão etnocêntrica predominante.

Já outros estudos, tais como a clássica etnografia de Diana Brown nos anos 1960, citada por Lísias Negrão (1993; 1996), consideram que a padronização de uma série de cultos derivados das macumbas praticadas por ex-escravos levou ao surgimento da umbanda na década de 1920. Desse modo, "kardecistas de classe média, atraídos pelos espíritos de caboclos e pretos-velhos que se incorporavam nos terreiros de macumba do Rio de Janeiro, neles adentraram e assumiram sua liderança" (NEGRÃO, 1993, p. 113).

Dentro dos rituais de umbanda, um elemento que é importante para a condução dos trabalhos espirituais é a música. Nesse caso, são os pontos cantados ou curimbas, que estão presentes em praticamente todo ritual, do início ao fim, já que há vários pontos com as mais variadas funções (abertura, saudação aos guias, encerramento, etc). Além disso, sua função também estaria ligada diretamente às incorporações dos médiuns. Para Teixeira Júnior, que estudou a produção musical umbandista a partir dos terreiros e o seu papel na esfera pública, observou a existência de um “caráter autônomo na produção musical desta religião uma vez que ela mostrava-se capaz de perpassar por diversas fronteiras sociais, circular por esferas diferenciadas da sociedade” (TEIXEIRA JÚNIOR, 2005, p.479). Mas para o autor

isso não aconteceria de maneira totalmente livre e autônoma e sim através da troca, da negociação e características particulares (sonoras e/ou comportamentais). O autor também cita o exemplo do samba como um dos importantes catalisadores na construção de relações socioculturais mais amplas, seja entre a sua diversidade de práticas.

Em outro estudo, Anderson Araújo e Leila Dupret (2012), explanam sobre a contribuição dada pela vida religiosa dentro das crenças afro-brasileiras para a formação de instrumentistas, intérpretes e para o desenvolvimento de inúmeras formas musicais, como também o samba.

“A vida na comunidade de terreiro também proporciona reuniões festivas, espaços de lazer, momentos de certo desenvolvimento musical. Em última instância os membros da comunidade do terreiro se identificam com as canções de samba, e consomem seus produtos, deste modo, a existência de temáticas afro-religiosas em muitas letras não é apenas uma questão de identidade do artista, mas também, um assunto que envolve o mercado” (ARAÚJO; DUPRET, 2012, p.6).

Os autores também lembraram que muitos artistas produziram discos por causa do público umbandista e candomblecista, como por exemplo, o compositor J. B. de Carvalho. “Ele compôs e gravou ‘macumba’, ‘estilo musical’ notadamente religioso, onde as letras estavam voltadas para o ritual de umbanda, e muitas de suas músicas estavam compostas em ritmos de samba” (ARAÚJO; DUPRET, 2012, p.6). E com uma carreira de 40 anos, J. B. compôs um grande número de pontos de macumba, e participou de programas de rádio voltados ao público de terreiros e com isso, muitos destes pontos ainda podem ser encontrados em muitos centros de umbanda sendo utilizados em seus rituais.

Além de J. B. de Carvalho, outros compositores e artistas trouxeram ao longo do século XX, até os dias de hoje, o repertório do universo umbandista em suas músicas, mesmo que de forma diluída. Denise Barata, que estudou os sambas de partido-alto e suas origens, também diz um pouco sobre o fato da umbanda carioca ter herdado a falta de conservadorismo religioso dos escravos que vinham da África-Central. Segundo a pesquisadora,



“era ‘tradicional’ entre os centro-africanos formar novos grupos religiosos e aceitar novos rituais, novos símbolos, nova crença, novos mitos. Portanto, eles não tinham de abandonar sua religião quando escolhiam venerar a imagem de um santo católico, assim como na África, simplesmente adotavam a estátua como símbolo novo. Foi essa flexibilidade, em comparação com a tradição conservadora iorubá, que caracterizou as religiões centro-africanas no passado e ainda predomina na umbanda moderna (BARATA, 2012, p.101).”

Para Denise Barata, essa característica, também era encontrada entre os partideiros do samba, que também inovavam em suas composições. Assim como nas orientações do mito fundador de Zélio de Moraes, os atabaques não seriam permitidos nas giras e as curimbas seriam apenas feitas através dos cantos e das palmas, outras casas adotaram os instrumentos como componentes, que teriam a qualidade de dar a vibração, e assim ajudariam no processo de incorporação das entidades em seus médiuns. Com a presença ou ausência dos instrumentos, de todo modo a música se faz presente nos rituais religiosos em muitas casas são feitas composições de pontos, pelos próprios participantes, ou até mesmo as entidades podem participar desse processo, relembrando um ponto antigo ou instruindo na composição de pontos novos.

Os umbandistas, como grupo religioso, podem divergir em algumas práticas e preceitos, pois como poderá ser visto adiante, nem sempre há homogeneidade quanto às dinâmicas desta religião. Mas ao escolher a música como o principal conteúdo dos exemplos retratados, é possível formar um elo entre as várias faces dos praticantes da religião, pois é notório que o uso da música é parte importante de uma gira de umbanda. Para isso, é necessário tomar os conceitos de memória coletiva, lugares de memória e a relação com a identidade e o espaço virtual.

### **A memória, seus lugares e o espaço virtual como acervo cultural**

O desenvolvimento das tecnologias de comunicação, ao mesmo tempo em que aponta para o efêmero e o instantâneo, possibilita a ampliação de práticas de preservação, tanto na esfera imaterial quanto material. Dentre as ferramentas que podemos utilizar está o Youtube, que se configurou como um amplo local de recuperação de imagens. Abre-se uma nova possibilidade de ver ou rever algo do qual

já se ouviu falar ou já conhecido, mas o acesso à recordação era dificultado ou impossibilitado e assim poderia servir, por exemplo, como se fosse um acervo audiovisual virtual.

Ainda nessa temática de virtualidade, encontram-se sites da Internet e as redes sociais que cumprem uma função de recuperação de objetos de memória de alcance restrito. Mas não é porque houve esse desenvolvimento da virtualidade que a materialidade foi esquecida. Ainda existem espaços físicos, como museus, onde podemos recorrer às imagens de fatos, instituições ou pessoas que não foram esquecidos ou que vamos (re)conhecer a partir das narrativas em prol de sua preservação.

Por isso, a questão não se desenvolve somente nos locais de produção de narrativas, mas sim nas práticas discursivas, naquilo que está sendo dito e mostrado, o que a mensagem produzida quer dizer sobre a religião umbandista e os pontos de umbanda. Segundo Hutcheon, “o acesso ao passado muitas vezes é condicionado pela textualidade. Assim, conhecemos o passado por meio de seus textos: seus documentos, suas evidências e até seus relatos de testemunhas oculares” (1991, p.34). E nesse caso, o objetivo não é apenas ter acesso ao passado, como também acesso ao discurso do presente.

Mas para a autora argentina, Rosalia Winocur (2009, p.32-33), em sua pesquisa sobre as conexões, vindas principalmente do uso do telefone celular, também as incertezas e inseguranças do futuro é que causam a necessidade de prender-se ao presente, atualizando-o o tempo todo através das relações.

Hoje, tem-se a impressão de que a sociedade aponta cada vez mais para o futuro, que se atualiza velozmente e ainda é impulsionada pelos grandes aparatos tecnológicos e comunicacionais. No entanto, o passado é uma referência simbólica para a cultura contemporânea e o novo parece estar cada vez mais associado ao antigo. Assim, as novas tecnologias de comunicação, aliadas ao processo de globalização, “contribuem para aumentar a experiência para além das fronteiras territoriais que definem as comunidades de pertencimento e provocam uma distorção no espaço-tempo.” (RONDELLI e HERSCHMANN, 2000, p.202).

Com isso, pode-se tentar entender que as narrativas produzidas nos novos meios de linguagem podem ser de grande valia para a preservação e até mesmo reconstrução da memória, não só de uma história individual, no caso do presente estudo, a do indivíduo umbandista, como de histórias coletivas, pois nem sempre o que existe materialmente está ao alcance da preservação. Ao mesmo tempo, essa narrativa virtual não substitui completamente o que ainda existe de material.

Dentre as várias definições de memória, pode-se dizer que trata-se de uma reconstrução seletiva, baseada em ações, em percepções e novos códigos através dos quais se delineia a classificação e a simbolização do mundo. Para Maurice Halbwachs (2006), as memórias não são restituições fiéis do passado, mas reconstruções, continuamente atualizadas e reconfiguradas. As memórias (e as identidades) são construções sociais e, por isso, não seria possível concebê-las fora da linguagem. A memória seria o lugar em que as identidades coletivas são fundadas, e assim, os indivíduos escolhem no interior de um repertório: representações, mitos históricos, crenças, ritos, heranças, tudo isso dentro de um registro memorial.

Os quadros sociais da memória não são estáticos, sempre se tem a ilusão de repetição e assim a memória parece querer rever o passado. No entanto, na medida em que o papel do indivíduo muda dentro de um grupo, os quadros de memória também se modificam. Segundo Henri Bergson, “nosso passado, pois, manifesta-se-nos integralmente por seu ímpeto e na forma de tendência, embora apenas uma tênue parte dele se mostre representação” (2006, p.48).

Michael Pollack (1989, 1992) demonstrou que toda memória pressupõe enquadramentos, esquecimentos e silêncios. Afinal são reconstruções, continuamente atualizadas e reconfiguradas. As memórias e as identidades são construções sociais e não objetos naturais, fatos que possam ser tratados fora da linguagem que as formulam e as dinamizam. Nas construções de memória, no caso da individual, o enquadramento está relacionado a manipulações conscientes e inconscientes dos afetos, dos desejos, dos medos, das inibições. Já na memória coletiva, esse trabalho tem a ver com as lutas de grupos sociais pelo poder de dizer o que é o grupo.

“A memória é um fenômeno individual, mas também coletivo e social, porque sempre está submetido a flutuações, transformações e mudanças constantes” (POLLACK, 1992, p.2), apesar de alguns pontos não mudarem. Os elementos que constituem a memória (individual ou coletiva) são os acontecimentos, as pessoas (ou personagens) e os lugares de memória. Para Michael Pollack, os acontecimentos podem ser aqueles que são vividos pessoalmente ou os “vividos por tabela”, ou seja, aqueles que são vividos pela coletividade ou pelo grupo ao qual a pessoa pertence ou se sente pertencer.

Sendo um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, a memória 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. Pollack (1992, p.5), por sua vez, define a identidade como a imagem que a pessoa adquire ao longo da vida referente a ela própria, a imagem que ela constrói e apresenta aos outros e a si própria, para acreditar na sua própria representação e também para ser percebida da maneira que quer por outros. A construção da identidade é um fenômeno que se faz por meio da negociação direta com outros.

E por isso, juntamente com a identidade, a diferença também está inserida nessa negociação com o outro. Tomaz Tadeu da Silva (2000) dialoga justamente com a chave identidade e diferença e diz que as relações de poder interferem diretamente nesse jogo em que a “afirmação da identidade e a marcação da diferença implicam, sempre, as operações de incluir e de excluir. [...] Afirmar a identidade significa demarcar fronteiras, significa fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora” (2000, p.82). E a divisão que se dá entre o nós e o outro gera a classificação da sociedade, em grupos, classes. O grupo umbandista, denominado neste trabalho é formado pelos praticantes da religião, mas ao mesmo tempo, pelas próprias características desta forma de expressar a religiosidade, não é possível afirmar que eles formam uma unidade, assumem essa identidade para este desenvolvimento de pesquisa.

Em vários estudos sobre a memória, foi observada a multiplicação de práticas voltadas para o passado e um grande interesse pelo memorável na contemporaneidade. As narrativas biográficas e memorialistas, restaurações e processos de patrimonialização, espaços de comemoração, seriam exemplos de uma cultura da memória. Como também o processo de arquivamento, já que com o desenvolvimento de novas tecnologias de informação e comunicação, é possível arquivar praticamente tudo.

A princípio, os casos analisados neste artigo encaixam-se mais nesta segunda categoria. Reproduzindo vídeos em que se ensinam a cantar pontos de umbanda, com ou sem a letra, o objetivo evidenciado seria o da troca de informação entre os umbandistas e curiosos e a memorização aconteceria com aqueles que pretendem fazer uso deste tipo de música ou pelo menos, pelo gosto pessoal, que fez com que fosse ouvido várias vezes e apreendido. Apesar de inicialmente ser uma lembrança individual, o compartilhamento o torna coletivo, como lembra Maurice Halbwachs (1990), que a memória coletiva/social é construída socialmente, mas dentro de enquadramentos.

Nesse estudo, vemos o ambiente virtual como o espaço para o compartilhamento dessas memórias dos umbandistas. Lembrando que também não praticantes da religião podem ter acesso a essas informações, pois estão disponíveis abertamente. Depende apenas do interesse do usuário querer acessá-las ou não. O conteúdo exposto virtualmente, em alguma medida, irá influenciar nos grupos de umbandistas quando se reunirem, pois tem a oportunidade de partilharem as informações adquiridas com o grupo. E, se no caso, é uma informação musical, a chance de dela tornar-se parte das lembranças compartilhadas daquele grupo, caso um ponto novo aprendido, passe a ser executado durante as giras. Seria possível dizer que nesse contexto, poderia haver dois lugares de memória, o virtual e o espaço físico religioso.

Segundo Pierre Nora (1989, p.18) os lugares de memória são locais construídos de forma material, simbólica ou funcional onde são misturados o coletivo e o individual, o sagrado e o profano, o imobilizado e o móvel. É onde guardamos



signos de reconhecimento para lembrar, já que as mudanças aceleradas podem provocar o esquecimento dos elementos que fazem os indivíduos pertencerem a um grupo. A memória contemporânea é diferente da memória espontânea vivida nos rituais das sociedades tradicionais ou pré-modernas. São lugares ligados a lembranças que podem ser pessoais ou que não tenham apoio no tempo cronológico. “Na memória mais pública, nos aspectos mais públicos da pessoa, pode haver lugares de apoio da memória, que são os lugares de comemoração” (POLLACK, 1992, p.3).

Os lugares de memória articulam identidades regionais, nacionais, transnacionais e outras. “No mundo contemporâneo, marcado, por um lado, pelo excesso de informação disponível que pode conduzir ao ‘esquecimento’ e, por outro, pela multiplicação de formas, espaços e discursos que visam (re)construir a memória” (RONDELLI e HERSCHMANN, 2000, p.203), as novas tecnologias e a mídia podem ser consideradas articuladores de novas experiências sociais, contribuindo para a afirmação e a emergência de identidades, alteridades e territorialidades.

Halbwachs, no estudo da memória coletiva também analisou o espaço religioso como local de configuração para a memória de um grupo religioso. Este sabe separar o mundo sagrado do mundo profano no espaço e o autor também nos mostra que mesmo o mundo tendo se desprendido da dominação religiosa e havendo redução desses espaços, os fiéis ainda precisam se reunir em seus locais de devoção. O grupo religioso teria a necessidade de se apoiar “sobre um objeto, sobre uma realidade que dure, porque ele próprio pretende não mudar” (HALBWACHS, 1990, p.155), mesmo que todo o contexto social ao seu redor mude.

Ao utilizar um site de vídeos ou uma rede social, um umbandista, cantando pontos pode criar uma relação de memória com outros umbandistas, pois ele está ali documentando um elemento pertencente à crença religiosa e ao mesmo tempo conectando pessoas de diversos lugares, mas ao passo que o ambiente virtual também seria um local de memória, já que mesmo não sendo um local físico, as lembranças musicais daquele grupo pode ser compartilhada entre eles nesse lugar de memória virtual.

## **A utilização dos espaços virtuais para como elemento de fortificação da memória religiosa: o caso da umbanda, o acervo musical religioso e a troca de informações.**

A música que surgiu nos terreiros de umbanda, aos poucos foi sendo disponibilizada para outros praticantes da religião de outros terreiros. Para além da herança dos escravos e negros, que foi essencial para que a música da umbanda tivesse a forma como é conhecida, depois foram surgindo novos meios de divulgação, como na era do rádio, com J. B. de Carvalho, já citado anteriormente. Alguns centros de umbanda também conseguiram produzir seus próprios discos, além dos cantores umbandistas, que circulavam quase que exclusivamente nesse universo religioso até chegar aos artistas da música popular, é possível dizer que esses acervos encontravam-se materialmente em discos e livros (publicações com letras de pontos de umbanda).

No espaço virtual encontramos quase todo tipo dessas informações que antes estavam sujeitas apenas ao suporte físico. São vários os espaços virtuais onde encontramos referenciais sobre pontos de umbanda, desde blogs, passando pelas redes sócias até canais do youtube, são várias as possibilidades dos praticantes e não-praticantes da religião de colocarem conteúdos envolvendo a religião, mas nesse caso especificamente sobre os pontos cantados, encontramos tanto letras, como gravações de pontos, sejam elas reproduções de pontos gravados em disco como de performances de ogãs em gravações geralmente caseiras.

Dentro desse universo religioso musical da Umbanda disponível na internet, também encontramos vídeos de concursos de Curimbas. Nesses concursos, umbandistas apresentam suas composições e há uma votação para escolher o vencedor. Encontramos alguns registros desses encontros no youtube, principalmente se o próprio ogã ou a casa umbandista participante do concurso o disponibilizou na rede. Portanto, vemos a mistura da memória pessoal com a memória do grupo religioso, pois uma das possibilidades que se têm a partir da divulgação daquele vídeo é que o ponto cantado seja divulgado, aprendido por outros umbandistas para serem cantados em suas respectivas casas de umbanda, reproduzindo, de certa maneira, a

transmissão do conhecimento oralmente, visto que eles estão disponibilizando saberes que fazem parte do universo religioso da umbanda, mas que apesar de não ser transmitido pessoalmente, pode-se usar apenas o recurso da oralidade através do audiovisual, e a letra de um ponto, pode ser apenas um acessório, não depende da disponibilidade da letra para que a música seja aprendida.

Neste estudo, a proposta para exemplificar este uso da internet, é o caso do site e canal do youtube *Pontos de Umbanda*. Tanto o canal como o site foram criados e são mantidos por uma equipe, que pela descrição no site, não dá para saber quantos são. Em muitos vídeos, o administrador da postagem se apresenta como L'ogan. Os pontos são gravados com uma pessoa tocando atabaque, mas quase nunca é mostrado o rosto. O foco está na maneira com que o atabaque é tocado e como o ogã canta. No site, nem todos as músicas postadas tem o vídeo referente àquela letra. Mas quando tem, abaixo da letra está o link para o vídeo que o mesmo possui no canal do youtube. É muito comum entre os comentários das pessoas que acessam a página, pedirem que ele grave algum ponto específico ou perguntem se ele conhece e mandam a letra para ele. No site há uma das abas convidando os seus usuários a fazerem doações para o site para que ele possa continuar realizando as gravações, para a manutenção do equipamento, do site, etc, e no final desta aba há um link para o pag seguro. Eles se autointitulam como o maior site de pontos de umbanda disponível na internet.

De fato, o que foi encontrado de semelhante nas buscas pela web, não trazia vídeos, mas alguns traziam gravações de áudio de pontos disponíveis. Um desses sites por exemplo, é homônimo ao pontos de umbanda, no entanto, o que os diferencia quanto ao endereço eletrônico é apenas o BR, ao final do domínio. Este traz apenas .com no final e o *pontos de umbanda* que está sendo analisado apresenta o BR em seu endereço eletrônico. Neste site homônimo, as músicas podem ser baixadas e na descrição sobre o projeto, a equipe mantenedora pretende constituir o site como uma “biblioteca” para que os usuários possam ter acesso, consultando o acervo e que assim eles também possam levar esse conhecimento para sua respectiva casa de umbanda. Outra diferença, é que para manter o projeto, este oferece a venda de um cd com 640 pontos mais as letras por R\$29,90 para reverter em doações.

Além dos vídeos postados pela equipe mantenedora do site pontos de umbanda (que está sendo utilizado como estudo de caso), no canal do youtube, eles também colocaram vídeos do concurso de curimbas Atabaque de ouro. Este é um evento que acontece desde de 2005, no Rio de Janeiro, para eleger a campeã entre várias curimbas vencedoras de outros concursos e costuma reunir grupos dos mais diversos locais do país. No entanto, nos vídeos não há referência se eles foram produzidos pela própria equipe do pontos de umbanda. Em alguns vídeos, há o nome do intérprete e do compositor da curimba, em outros não.

O pontos de umbanda também ocupa seus espaços no twitter e facebook. Mas sempre colocando os links remetendo ao próprio site. Neste também têm links para o terreiro do qual L'ogan participa e ainda há outro informando que L'ogan pode participar como ogã de uma gira dos terreiros de seus usuários do site, mas sem cobrar nada, ficando a cargo do anfitrião a opção de doar uma cesta básica para o terreiro Casa de Caridade Portal de Aruanda, que é casa freqüentada por L'ogan.

Apesar deste caso apresentado ter um objetivo inicial de ser uma colaboração entre umbandistas, é possível também pensar sobre a idéia de projeto, de Gilberto Velho (1994), pois a iniciativa, de se criar o site pontos de umbanda sendo individual ou não, está muito centrada na figura de L'ogan, assumindo a identidade de umbandista e ogã de um terreiro de umbanda do Rio de Janeiro, que expõe todo um repertório umbandista acessível para todos que quiserem se utilizar dele, independentes do uso religioso. Em alguns poucos vídeos ele mostra seu rosto, mas no caso, se tratavam de mensagens, como, por exemplo, a de Natal, e não de músicas, pois quando ele está tocando, o que aparece são suas mãos se movimentando em cima do atabaque e podemos apenas ouvir sua voz e o som produzido pelo toque no instrumento.

Ele como indivíduo, traz o valor básico de uma coletividade, mas ao mesmo tempo, ele também tira o foco de si para dar espaço a música, diferentemente de quando vemos um ogã se apresentando sem se omitir, como por exemplo, o jovem ogã Cristiano de Iemanjá, de São Paulo, que em seu perfil do facebook, possui um número considerável de postagens em que ele está cantando e tocando pontos de

umbanda em seu atabaque, mas que ao mesmo tempo coordena um blog juntamente com outros ogãs cujo objetivo é próximo ao do site pontos de umbanda, com a diferença de que ali o indivíduo é mais exposto, a biografia e a carreira se misturam.

### **Conclusão**

O uso da internet e das redes é feito pelos mais diversos tipos de público, inclusive pelos grupos religiosos, que produzem conteúdo tanto para si, quanto aqueles que pretendem atingir outros grupos. Há uma diversidade de informações disponíveis para umbandistas interessados em compartilhar informações das mais diversas naturezas. No caso da música umbandista, o que interessa é que essa troca de informações permite que a memória musical se propague e se torne um documento memorialístico, pois acessá-lo, em grande parte tornou-se um jeito de consultar como se toca e se canta os pontos de umbanda.

No entanto, muitas questões ainda precisam ser pensadas e que talvez possam ser respondidas em momentos posteriores da pesquisa, por exemplo, como a circulação de pontos de umbanda na internet contribui para a formação do imaginário umbandista, especialmente ligado ao público jovem? Outro ponto importante seriam quais as diferenças entre esse repositório digital de pontos e as práticas musicais desenvolvidas na primeira metade do século XX, quando a umbanda emerge como religião? Mudam apenas os suportes em que se registram as cantigas, pontos e curimbas ou surge algo novo no que diz respeito à sociabilidade? E por último, em que medida as manifestações de intolerância religiosa se fazem presentes em comentários e críticas aos vídeos disponibilizados na internet?

Este texto inicialmente teve como foco principal a apresentação deste cenário em que as práticas de sociabilidade e a memória religiosa do grupo estão também inseridas neste mundo virtual que ocupa um espaço grande no contexto social dos mais variados grupos. As questões acima são apenas algumas das muitas que podem vir a surgir, mas o que é possível perceber nesse primeiro momento é que há a possibilidade de formação de um acervo musical no âmbito da produção que é feita a partir do grupo religioso.



## 6 Referências Bibliográficas

ARAÚJO, A. L. A; DUPRET, Leila. Memória do samba e negras religiões – Musicalidade e identidade. In: Simpósio da Associação Brasileira de História das Religiões, v.13, 2012, São Luís. *Anais...* São Luís: UFMA/ABHR, 2012, p.477-183.

BARATA, Denise. *Samba e partido alto: curimbas do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2012.

BERGSON, Henri. *Memória e vida*. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2006.

GIUMBELLI, Emerson. Zélio de Moraes e as origens da umbanda no Rio de Janeiro. In: SILVA, Vagner Gonçalves da (org.). *Caminhos da Alma: Memória Afro-brasileira* vol. 1. São Paulo: Selo Negro Edições/ Summus, 2002, p.183-218.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

HUTCHEON, Linda. *Poética do pós-modernismo*. Rio de Janeiro: Ed. Imago, 1991.

NEGRÃO, Lísias Nogueira. Umbanda: Entre A Cruz e A Encruzilhada. *Tempo Social*. Revista de Sociologia da USP, São Paulo, v. 5, n.1-2, p. 113-122, 1993.

\_\_\_\_\_. *Entre a cruz e a encruzilhada: Formação do campo umbandista em São Paulo*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. In: *Projeto História*, São Paulo, v.10, p. 7-28, jul.-dez. 1993.

PINHEIRO, André de Oliveira. Revista Espiritual de Umbanda: representações, mito fundador e diversidade do campo umbandista. In: ISAIA, Artur Cesar; MANOEL, Ivan Aparecido (orgs.). *Espiritismo e religiões afro-brasileiras: História e Ciência Sociais*. São Paulo: Editora Unesp, 2012, 344p., p.221-256.

POLLAK, Michael. “Memória, esquecimento, silêncio”. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v.2, n.3, p.3-15, 1989.

\_\_\_\_\_. “Memória e identidade social”. IN: *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v.5, n.10, p.200-215, 1992.

RONDELLI, Elizabeth; HERSCHMANN, Micael. A mídia e a construção do biográfico: o sensacionalismo da morte em cena. *Tempo social: Revista do departamento de Sociologia da Universidade de São Paulo*, São Paulo, v.12, n.1 p.201-218, 2000.

SILVA, Tomaz Tadeu da. “A produção social da identidade e da diferença”. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença*. Petrópolis, Vozes, 2000, p. 73-102.

SOUZA, Leal de. *O Espiritismo, a Magia e as Sete Linhas de Umbanda*. Rio de Janeiro: [s.n], 1933.

TEIXEIRA JÚNIOR, J. C. A música umbandista e o mercado religioso carioca – Uma abordagem etnomusicológica. In: Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música, 2005, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: UFRJ/ANPPOM, 2005, p.477-483.

VELHO, Gilberto. “Memória, identidade e projeto”. IN: VELHO, Gilberto. *Projeto e Metamorfose: Antropologia das sociedades complexas*. Rio de Janeiro, Zahar, 1994, p.99-108.

WINOCUR, Rosalia. *Robinson Crusoe ya tiene celular*. México: Siglo XXI, 2009.

### **Referências dos endereços eletrônicos:**

OGÃ CRISTIANO. Página pessoal do facebook de um jovem de Guarulhos (SP), umbandista e ogã. Disponível em: <<https://www.facebook.com/cristianoumbanda?fref=ts>>. Acesso em 25 fev. 2015.

OGÃ ONLINE. Blog colaborador do site Umbanda eu Curto, que também têm vídeos com gravações de pontos de umbanda. Disponível em: <[http://umbandaeucurto.com/author/oga-online/#.VQY7II7F\\_EQ](http://umbandaeucurto.com/author/oga-online/#.VQY7II7F_EQ)> . Acesso em: 26 fev. 2015.

PONTOS DE UMBANDA. Site que contém letras e vídeos de pontos de umbanda. Disponível em: <<http://www.pontosdeumbanda.com.br/>>. Acesso em 02 fev. 2015.

\_\_\_\_\_. Canal do youtube do site Pontos de umbanda. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UCYhnkBBP7-c25TwLV0aOaRiQ>>. Acesso em: 02 fev. 2015.

\_\_\_\_\_. Página do Facebook do site Pontos de Umbanda. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pontosdeumbanda>>. Acesso em: 02 fev. 2015.

\_\_\_\_\_. Página do Twitter do site Pontos de Umbanda. Disponível em: <[https://twitter.com/pontos\\_umbanda](https://twitter.com/pontos_umbanda)>. Acesso em: 02 fev. 2015.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

**PONTOS DE UMBANDA.** Site homônimo a referência anterior, que também contém áudio e letras de pontos de umbanda. Disponível em: <<http://pontosdeumbanda.com/>>. Acesso em 10 fev. 2015.

**RÁDIO TOQUES DE ARUANDA.** Web rádio voltada para o público pertencente às religiões afro-brasileiras. Disponível em: <<http://www.radiotoquesdearuanda.com.br/>>. Acesso em: 12 fev. 2015.

***Amor à Vida: A Telenovela como Mediação -***  
**A personagem Félix Khoury nas leituras da Comunidade LGBT<sup>1</sup>**

Lívia Cretaz<sup>2</sup>

**Resumo**

Ancorando-se nos Estudos de Recepção, Teoria das Mediações e Estudos Culturais Britânicos - que situam a telenovela como lugar de medições - o problema de pesquisa aqui apresentado é concentrado na identificação de como se deram as leituras e repercussão do primeiro vilão homossexual das telenovelas brasileiras – Félix Khoury de Amor à vida. Tal empiria se deu a partir de um estudo de recepção com integrantes da comunidade LGBT da cidade de São Paulo. Confrontou-se a dominância das condutas heteronormativas do patriarcado e do machismo, colocando para serem ouvidas as vozes dissonantes contestando, aceitando ou recusando o que lhes foi exposto.

**Palavras-chave**

Consumo cultural; Telenovela; Mediações; Representações homoafetivas.

**Mediações e estudos de recepção: um início de conversa**

À luz conceitual de Martín-Barbero (1986) propõe o olhar dos meios para as mediações. A cultura é o elemento-chave em sua construção teórica, seu interesse perpassa “as articulações entre as práticas de comunicação e os movimentos sociais, observando as diferentes temporalidades e as pluralidades de matrizes culturais” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 65).

A ideia é tratar da comunicação como um processo no qual as mediações culturais se fazem presentes tanto no eixo da produção quanto no da recepção. “A

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 (Representação Social e Mediações Socioculturais) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Educação, Arte e História da Cultura no Instituto Presbiteriano Mackenzie. Email: liviacretaz@hotmailcom.

comunicação, segundo Martín-Barbero, assume o sentido de práticas sociais onde o receptor é considerado produtor de sentidos e o cotidiano, espaço primordial da pesquisa” (ESCOSTEGUY e JACKS, 2005). O convite teórico é levar o debate dos meios para as mediações, “para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade das matrizes culturais” (2001, p. 261).

O autor tece a teoria que contemple as mediações dentro da trama cultural da sociedade. Nosso interesse específico neste autor deve-se ao fato de, ao focalizar a recepção televisiva, ter como ponto de partida a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. A cotidianidade familiar atua como lugar de conflitos e fortes tensões, um ambiente para negociação dos receptores com discursos hegemônicos.

Martín-Barbero (2001) entende a cultura como elemento-chave em sua construção das teorias das mediações. Com o foco voltado à cultura popular, refletiu sobre os estudos em Comunicação, alegando que estes estão além da dualidade entre produção-recepção. As mediações culturais estão presentes tanto no quesito da produção quanto no da recepção, sendo o receptor um produtor de sentido. O autor ainda entende a produção como um jogo de negociações entre diversas culturas, bem como o papel do consumo de produtos midiáticos na construção de sentidos e identidades, sugerindo a elaboração de uma teoria que relacione o estudo acerca do discurso e às suas condições de produção, circulação e de consumo, sendo o discurso uma prática dos meios de comunicação de massa.

Pelo que foi apontado até o momento, a mediação é a intermediação da relação dos indivíduos com o universo à sua volta, é o fator que influencia a forma como o sujeito vai se relacionar com o mundo. É válido ressaltar que não existe uma única mediação, mas várias. Podemos tomar como exemplo de mediações a linguagem, a classe social, o trabalho, o cotidiano, a história de vida, a família, as experiências práticas, o tipo de educação recebida, o bairro, a religião. De acordo com Martín-Barbero (2001), as pessoas reinterpretam o que veem o que leem ou ouvem com base em suas experiências e conhecimentos próprios que são influenciados por todas essas



mediações; entre um conteúdo veiculado na televisão e o seu telespectador, por exemplo, há uma gama de fatores sociais, culturais, políticos e educacionais influenciando o processo comunicacional.

A partir de tudo que foi exposto até agora, podemos entender como se constitui a teoria das mediações e sua importância para os estudos nos processos de recepção, foi possível entender a relação do receptor com a televisão, como uma relação mediada. Retomando Martín-Barbero, as mediações seriam um “lugar” que possibilita perceber a interação entre os espaços de produção e recepção, sendo que o que se produz na televisão não está respondendo unicamente a um sistema industrial. Além disso, a televisão não funciona senão à medida que assume demandas dos receptores (e, ao fazer isso, legitima), mas não pode simplesmente assumi-las e legitimá-las sem ressignificar em função do discurso social hegemônico (MARTÍN-BARBERO, 2001).

### **Procedimentos metodológicos**

Com o objetivo de buscar respostas acerca das leituras, significações e ressignificações a partir da personagem Félix Khoury da telenovela *Amor à Vida* (Rede Globo, 2013), o objetivo desse estudo foi mapear as representações de homoerotismo nas telenovelas brasileiras; identificar as leituras de alguns membros pertencentes à Comunidade LGBT da cidade de São Paulo realizaram a partir de um personagem homossexual na posição inicial de vilão; investigar a repercussão do beijo gay masculino na telenovela em questão e, por fim, identificar como o homoerotismo se caracteriza como um apelo textual crescente na televisão brasileira, por meio de telenovelas, seriados, *reality shows*, etc.

### **Nossos Receptores e seu Lugar de Fala**

Foram realizados quatro grupos focais com lésbicas, bissexuais, gays e travestis, cujas idades variaram entre 18 e 40 anos, pertencentes à Comunidade LGBT

da cidade de São Paulo e que buscam combater o heterossexismo, bifobia, homofobia, transfobia, sexo-negatividade e as pressões conformistas existentes na sociedade em geral.

Sendo Félix Khoury a primeira personagem homossexual em destaque nas telenovelas brasileiras, que ao longo da trama ganhou a condição de protagonista, a escolha do público pertencente à Comunidade LGBT para os grupos da pesquisa empírica se dá para verificarmos se a representação da personagem em questão é um avanço ou um retrocesso na mídia. Buscando ainda verificar se esse público de fato se sentiu representado pela figura dramática, ou se foi apenas uma estratégia comercial a exposição da personagem.

O primeiro grupo focal foi realizado em setembro de 2013, serviu como um ensaio para as demais entrevistas coletivas. A trama ainda estava no ar e a discussão foi realizada com quatro participantes *gays*, dois deles com 21 anos, universitários, pertencentes ao Coletivo ESPMagia (coletivo universitário engajado em causas em prol dos direitos LGBT), de classe econômica alta. Os outros dois participantes de 37 anos não pertenciam a nenhum coletivo e eram de classe popular.

O segundo grupo focal foi realizado em janeiro de 2014, novamente com a telenovela no ar. Contou com a presença de três meninas com idade entre 19 e 20 anos, novamente pertencentes ao Coletivo Universitário ESPMagia. Uma das integrantes se assumiu bissexual e duas delas lésbicas, sendo todas de classe alta.

O terceiro grupo, realizado em março de 2014, quando a trama não estava mais sendo exibida, mas mesmo assim a discussão foi positiva, uma vez que estava no ar a telenovela *Em família* (Rede Globo, 2014), que abordava a união estável entre duas mulheres – tema tratado no roteiro de discussão. A formação do grupo foi mais heterogênea, sendo composto por um casal em regime de união estável masculino, uma participante bissexual e uma travesti. O casal de homens com 37 e 34 anos de classe média e vinculados ao PSOL (Partido Socialismo e Liberdade), atuantes na subdivisão dos direitos homossexuais do partido. A moça lésbica de 24 anos concluiu a graduação e pertence à classe alta. A travesti de 32 anos, não atua em nenhuma frente em prol de direitos LGBT e é de classe popular.

O quarto grupo realizado, em março de 2014, novamente após o término da trama, foi composto por cinco participantes, nenhum deles pertencentes aos movimentos ativistas: uma moça lésbica, três gays e um rapaz bissexual. A garota lésbica é universitária, de 19 anos e pertence à classe alta; o rapaz bissexual com 29 anos, de classe média; um homem de 41 anos, pós-graduado e economicamente bem-sucedido. Em relação aos dois últimos jovens, ambos são universitários, um deles tem 20 anos e é de classe popular, oposto de seu colega de 18 anos.

### **Abrindo o Armário: Análise Descritiva do Material Empírico**

Analizando o primeiro grupo realizado, na categoria *Engajamento e assistência à telenovela*, parte dos entrevistados declararam acompanhar a trama, parte não conseguia acompanhar por motivos pessoais (estudantes do período noturno), no entanto, declaram conhecer a *Fan Page* da personagem na rede social *Facebook*. Em relação à *Vilania e Redenção*, os entrevistados se demonstraram estar divididos em relação à vilania do personagem. Em relação ao personagem César, é unânime a questão da vilania, visto que quanto mais faces ele apresentava, mais coisas ruins demonstra. Os entrevistados apontaram César como responsável por parte do mau-caratismo de Félix, em função da rejeição que ele sofria. Em relação à Pilar, foi apontado que Félix se demonstrava amoroso e protetor, tendo com ela uma relação simbiótica: a mãe o protege e valoriza, ao passo que ele a ajudava na vingança contra o pai. Em relação às *Representações homoeróticas*, apenas um entrevistado citou o personagem Crodoaldo Valério de *Fina Estampa*. Os participantes frisaram que os personagens gays, principalmente os masculinos, eram estereotipados, caricaturados. Abaixo vemos o depoimento de um dos entrevistados em relação à vilania.

Mas eu acho que em novela, as mais recentes têm muito essa coisa que fica entre o vilão e protagonista, comparando com o que era antes, entra um pouco nisso, tem as tramas que ele age como vilão, mas ele também deu uma prova que ele acaba sendo mais vítima do que protagonista, e eu acho interessante isso, não colocaria ele só como vilão. Tem uma parte que passaram ele como vítima. (Sujeito 4).

No segundo grupo focal realizado, os entrevistados se demonstraram menos interessado no enredo, todos conhecem os personagens e como a trama (ainda no ar) se desenrola. Declararam acompanhar a telenovela via redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*. Em relação à *Vilania* e *Redenção*, foi difícil determinar se Félix era ou não um vilão. Foi discutida a questão maniqueísta das personagens das telenovelas em geral, o protagonista nem sempre é bom, bonito e bem-sucedido, o vilão não deve necessariamente ser feio e mau-caráter. Foi abordado a personagem César, que é uma figura bem-sucedida, poderosa, mas que cometeu sérios deslizes, mas não necessariamente por isso se caracteriza como vilão. Em relação à Pilar, foi considerada uma grande aliada de Félix, mas também muito apaixonada pelo marido. Essa dualidade chegou a confundir Félix, que, não obstante é feliz por ter a aceitação da mãe. A respeito das *Representações homoeróticas*, as recordações foram mais pulverizadas em relação aos personagens *gays* das telenovelas, como por exemplo Leila e Rafaela de *Torre de Babel*, além de Crô de *Fina Estampa*. Ainda que muito irônico e sagaz, Félix foi considerado um pouco caricato com seu linguajar e expressões. A personagem Eron não era afetado nem afeminado, longe de ser caricato. Uma crítica apontada em relação à essa personagem é o fato de ele trocar seu companheiro de anos por uma mulher. Essa "redenção" não foi bem vista pelo grupo, que alegava a homossexualidade como algo que não se escolhe ou se modifica de uma hora para outra. A seguir vemos fala dos entrevistados que corroboram com as análises realizadas a partir deles:

O problema dela, é que o Félix ele tem esse lado bom e esse lado ruim, ele faz a maldade, mas depois ele sente culpa, ela não, ela é aquela versão do politicamente correto 100%, ela não faz nada de errado, ela teve a menininha, casa com o cara, vai morar na casinha no subúrbio e não se importa dele ser pobre, ela é muito certinha, ela não tem nada que destoa disso. Ela é sem sal, porque ela é 100% boazinha, o Félix não, ele tem o lado do sarcasmo, tem o lado da maldade, os outros personagens que representam a realidade, porque tem o lado bom, tem o lado ruim, ela é o contrário ela só tem o lado bom, não tem nada nela. Ele que faz a maldade, ele sente culpa, ele é *gay*, ele é isso, são várias coisas que compõe, e ela não, ela só é boazinha e acha ruim que ele possa fazer uma maldade, quer justiça, não pensa em herança, porque os pais estão vivos. (Sujeito 2).

Tem também o casal Eron e Niko. A primeira coisa que eu percebi assim que eu quis entrar na novela e eu adorei porque eles não são o que a gente falou, estereótipo dos *gays*. Eu adorei, tipo eu fiquei, caracas isso é muito legal, por ser um casal *gay* vivem normal, não são afeminados como todos os outros que são retratados na novela. Até porque eu acho que existem mais casais assim do que normalmente afetado. E eu achei chato porque justamente, enfim, aparece um casal que seria uma coisa mais normal que a gente ver e o cara que é mais básica, é menos afetado do que o outro, os dois não são muitos, mas ele é menos, aí ele vira hetero. (Sujeito 1).

O terceiro grupo realizado (com a trama já encerrada), se demonstrou bastante heterogêneo nas concepções e visões de mundo. Dos 4 participantes, 3 assistiam os capítulos diariamente e ainda buscavam informações em redes sociais e sites (oficial ou não) da telenovela. Sobre a *vilania* e *redenção*, pôde-se perceber que outros personagens mostraram suas outras faces, por exemplo, e além de Félix (embora ao final tenha se redimido) foram apontados como vilões Ninho, César, Aline e Pilar. A partir daí, é possível refletir que em maior ou menor grau, esses personagens apresentam comportamento com componentes de vilania e/ou estereótipos. Os entrevistados se demonstraram divididos acerca da temática da redenção. Foi argumentado que a redenção é produto do amadurecimento e de aprendizagens, para então melhorar a percepção de fatos e comportamentos, mas que para que a redenção seja efetiva é preciso que a pessoa deseje se redimir. Foi levantada a hipótese de que a redenção de Félix tenha ocorrido pela descoberta do amor (em relação ao personagem de Niko), ao passo que Aline não queria mudar, pretendia levar sua vingança até as últimas estâncias. Existiu uma unanimidade no grupo em relação ao desfecho: a novela terminou com as nuances que o público desejava, com finais felizes. Com a fala do entrevistado 3, é possível perceber as mudanças em relação à percepção sobre quem era o vilão da trama, no caso abaixo descrito, César, pai de Félix e em relação à sua redenção.

Pra mim ele é a representação do homem brasileiro, machista, retrógrado, ultrapassado, que uma vez que ele tem o poder acha que pode tudo, comprar tudo e todos, e pra mim é um grande problema social, que muita gente não tem pai, foi feito por alguém, mas não tem pai, e ali é a mesma coisa, ele não tinha pai, porque o pai



direcionava, percebia a sexualidade dele, os pais sempre sabem, principalmente mãe, percebia, não gostava, mas para não ter atrito com a esposa e com os familiares, acabava ignorando e depositou toda atenção na menina, tanto é que ela era a filha dos olhos dele, até ela decepcioná-lo em algumas coisas. Mas tudo que ele questionou, que ela errou que ele errou, foram coisas que ele cometeu antes, então pra mim ele é o grande vilão machista, é a palavra da história. (Sujeito 3).

Mas ela [Aline] não tava nem um pouco afim de ter uma redenção. Isso é diferente, o Félix quando perdeu tudo e ficou sem grana, ele aprendeu naquilo o que era amor. Ele aprendeu que podia melhor. E começou a mudar de acordo com isso. Mas a Aline não queria mudar, ela achava que aquilo era justo e nada tirava isso da cabeça dela e eu acho que ele foi bonito por conta disso, ele descobriu o amor de todos os modos possíveis, da pessoa que cuidou dele na infância, de parceiro, de família, descobriu amor da sobrinha dele que sempre maltratava... (Sujeito 2).

A maioria dos participantes alegou que os personagens *gays* são tratados de maneira preconceituosa, com cargos de menor destaque (mordomos, cabelereiros), suas famílias nunca são mostradas, como se eles não possuíssem vida íntima - é nítido esse descontentamento de como os homossexuais são colocados. No entanto, consideraram Félix um divisor de águas, pois era uma personagem de destaque, rico, de classe alta e alto grau de instrução e com família presente na trama – neste sentido, uma pessoa como outra qualquer. O grupo é intolerante aos estereótipos e caricaturas, alegando que personagens assim não são bem construídas, de acordo com o entrevistado 3:

Para mim a maioria antes do Félix que era um divisor de águas, era sempre estereotipado, era sempre do núcleo de comédia, que nem tinha o Luiz Carlos Tourinho, que era o ator que faleceu que falava “Abalou Bangu” que tinha um cara que era mau e ele era assistente, tirando a Próxima Vítima que tive o casal que depois não virou, ou os que foram assassinados na Torre de Babel, toda novela sempre nos núcleos cômicos, e eu acho que o Félix era o primeiro que era uma pessoa bem sucedida, não era dele o Hospital, mas era o diretor, ele era super graduado, ele tinha uma família, torta ou não, mas tinha, ele tinha toda uma estrutura que antes não existia nos outros textos, então eu acho que foi importante, mas o que eu me lembro é isso, a maioria era dos núcleos cômicos. (Sujeito 3).

Trazendo as análises do último grupo de discussão, todos os participantes

acompanharam praticamente todos os capítulos pela televisão, além de redes sociais como, e principalmente, *Facebook e blogs*. Ao abordar *vilania e redenção*, houve novamente uma dualidade nas opiniões. Parte do grupo acreditava que Félix era um vilão ainda que tenha se redimido ao final. É válido destacar que um entrevistado se projetou no personagem de Félix, afirmando que também fizera "maldades" a fim de ser aceito e reconhecido:

Então se ele é eu também sou. Eu entendo o que ele fazia, como agia, porque meio que era assim comigo. Minha família não me aceita, então eu meio que tento chamar atenção de outros jeitos. Eu não sou uma vilã, assim como ele também não era, mas não temos sangue de barata, não dá para se calar sobre certas coisas. (Sujeito1).

É possível perceber de todos os entrevistados que o enfrentamento com a família e a sociedade ainda é muito preconceituoso. César foi apontado como vilão da trama pelas relações extraconjugais, rejeição ao filho, preferência à filha - como se o recalque de cada entrevistado aflorasse para o próprio pai, demonstrando mágoa pela não aceitação de uma condição que não lhe fora escolhida. É notório neste grupo que as pessoas só desenvolvem o que recebem - se o ser é bem tratado, respeitado e aceito, ele tende a ser 'bom'. A razão inversa também é verdadeira - acredita-se que a redenção é possível até certo ponto. O desfecho entre Félix e César causou comoção e tentativa de identificação - bem como o desfecho entre Félix e Niko, que enxergou nele um potencial de mudança.

Achei que mostrou uma trama de casal hétero aplicada ao contexto *gay*. Mostrou que não há diferenças gritantes entre as questões de relacionamentos entre héteros ou *gays*. Todo mundo sofre, todo mundo gosta, todo mundo tenta, todo mundo quebra a cara etc. (Sujeito 3).

Adentrando nas *representações homoeróticas*, os entrevistados trouxeram principalmente nomes como Crô de *Fina Estampa*, Leila e Rafaela de *Torre de Babel*, Clara e Marina de *Em família*. O grupo revelou que as personagens homossexuais em geral são muito afetadas, caricatas e cheias de bordões, no entanto, ressaltaram como positiva a dificuldade que Félix (e os homossexuais em geral) enfrentam desde sempre, a começar pela família, além do destaque da personagem no horário nobre de

uma grande emissora de televisão aberta.

Uma questão levantada nos grupos focais realizados, que não fez parte das categorias de análise é a temática do beijo *gay*. A seguir serão mostradas algumas falas a respeito do tema, destacando:

Aquele outro casal que tem na novela, o médico, eles fugiram um pouco daquela coisa que vai ter ou não o beijo *gay*, mostra uma relação legal, sem deboche, sem tem que ter o beijo *gay*, sem forçar nada. Um é companheiro do outro, vou ali comprar uma coisa, o outro fala tudo bem. (Sujeito 1).

A fala do participante traz o desejo de uma representação *gay* semelhante à de casais heterossexuais, evidenciar que o cotidiano é igual para todos os casais, onde existe beijo, como em qualquer casal. O ato de beijar não é mais importante do que mostrar a vida íntima de um casal, cenas que raramente são mostradas no universo homossexual.

Eu acho que a cena mais bonita foi a final. Eu acho que foi mais bonito que o beijo. O Carneirinho mostrou para ele o que era o amor. Então o beijo do final era de agradecimento, beijo de “você faz parte de mim”, beijo de amor. A parte tocante é que os atores conseguiram de maneira muito natural, fazer uma coisa que você não pode encenar. Um beijo daquele não dá pra ser encenado. Primeiro beijo homossexual, ah... A gente viveu com isso, somos de uma geração que acha isso natural! Para gente o beijo é só um beijo. (Sujeito 2).

Eu acho que foi o começo, e óbvio que poderia tecer a verdade mais profundamente, mas antes abordado assim do que nunca ser abordado. Foi superficial com certeza, desandou para esse lado mais por demanda para ter o herói do que necessariamente porque era planejado fazer isso, tanto que eu acho que o beijo também foi consequência mais disso do que uma quebra de paradigma ou qualquer coisa desse tipo. Eu não assisti e fiz questão de não assistir o último capítulo, porque é uma coisa que eu acabei até comentando, o que me incomodou muito mais do que isso, é que existe nesse país uma ideia um comportamento que as coisas só são aceitáveis quando sai na Globo, que é chancelado pela Globo, ou seja, a Globo tem que dar o aval para que o beijo *gay* seja aceitável, e isso me incomoda muito, porque isso é um certo monopólio que não pode acontecer entendeu? Porque o beijo *gay* já era comum, porque que quando saiu na Globo era um ineditismo, mas não deixa de ser uma abordagem. (Sujeito 4).

É possível perceber que colocar o beijo no final da telenovela não foi chocante, visto que a discussão foi realizada em São Paulo, uma grande metrópole, onde o assunto já está inerente ao cotidiano da cidade – sede da Parada do Orgulho LGBT. Personagens como Leila e Rafaela de *Torre de Babel* (1998-1999), citadas no decorrer das entrevistas, foram rejeitadas pelo público. A ideia transmitida pela fala dos participantes é que o final de Félix e Niko foi, e poderia ter sido, como o que comumente acontece nas telenovelas entre casais heterossexuais.

De interpretação foi péssimo! Ainda que tenha sido um beijo não muito bem encenado, é preciso reconhecer que foi um marco histórico e um primeiro passo importante para a televisão brasileira. Contudo, não se pode achar que já é o suficiente, uma vez que sexo entre casais heterossexuais é algo explícito ainda que na novela das 6 e até em *Malhação*. Sem dúvida foi um passo para os *gays*, mas algo não muito significativo quando se trata de igualdade de representação. (Sujeito 4).

Ousada, esperada, assertiva e rompedora de tabus. Finalmente a ousadia de mostrar o que já é comum. A ousadia de romper um pouco mais com os tabus sociais. Ainda falta muito, e isso não é nada, mas mesmo assim, um primeiro passo. Todos os tabus deveriam ser colocados à prova por toda a mídia de massa. Desta forma, a sociedade se chocaria, num primeiro momento, mas passaria a começar a pensar mais sobre essas questões. (Sujeito 3).

Os participantes entenderam o beijo como um ponta pé inicial nas telenovelas, visto que foi transmitido no horário nobre da Rede Globo, mas ainda muito incipiente. As retratações heterossexuais são mais explícitas, a cena em questão poderia ter sido um pouco mais real, mas ainda assim serviu para a quebra de tabus. É válido dizer que o beijo foi visto de maneira positiva, com toque de romantismo e ternura.

### **Considerações Finais Desta Empiria**

As falas aqui trazidas evidenciam-nos os confrontos, as negociações, as ressignificações e os valores dos receptores aqui trazidos. Isso demonstra a complexidade do processo de comunicação. Evidencia-nos ainda como o consumo de um produto como a telenovela se ratifica como possibilidade de leitura dos fios

ideológicos que constituem a nossa trama social.

Pode-se principalmente constatar que a personagem de Félix Khoury, como caracterização humorada, expansiva, vingativa revelou a identificação do público com o contexto vivido, em prol da aceitação de sua família, em especial seu pai, foi o que cativou os espectadores e criou laços entre eles e a trama. A questão da vilania do personagem Félix ficou dividida, tendo sido apontada e entendida que a personagem possuía características não maniqueístas. Indo além da questão da telenovela, foi possível perceber a personagem como um caleidoscópio, com diversas faces, e conforme a situação, presente em um cenário que se modifica.

É válido ressaltar que o primeiro ato de vilania praticado por Félix foi jogar a sobrinha em uma caçamba de lixo. No entanto, essa ação, bem como as demais, fora realizada com o intuito de ter a aceitação de seu pai – fator que aparenta ser uma constante na percepção dos homossexuais entrevistados, ao passo que as mães demonstram mais fácil aceitação em relação a orientação sexual de seus filhos. É importante apresentar Félix não apenas como vilão, pois isso passa a imagem de que os homossexuais possuem esses traços, não apenas cômico como comumente é representado. A proposta é que a personagem *gay* deve ser mostrado como alguém que trabalha, exerce suas atividades, se apaixona, sem rótulos e ideias pré-concebidas e sem qualquer tipo de retaliação.

Alguns dos entrevistados opinaram que a personagem Félix por ter cores muito carregadas na questão da vilania, pode interferir negativamente na formação de juízo de valores de pessoas jovens e com caráter em formação, atrelando a vilania à homossexualidade.

Pode-se afirmar que Félix Khoury representa a Comunidade LGBT da cidade de São Paulo? Não é possível afirmar nem que sim, nem que não. Pessoas com problemas familiares e pessoais semelhantes aos representados na telenovela se identificaram com o personagem, então puderam projetar a representabilidade. Um ponto a se questionar é o preconceito que os próprios participantes demonstraram em relação à homossexualidade.

As personagens homossexuais estão presentes nas narrativas porque estão



presentes nas ruas. Eles se beijam publicamente, demonstram seu afeto, estabelecem famílias e são consumidores como tantos outros, consumidores até das narrativas teleficcionais. A personagem homossexual de Félix e o beijo *gay* revelam que esta presença na telenovela, ao que se pode crer, são assuntos que vem lentamente sendo trazidos à discussão e sua aceitação vem ganhando espaço. Essa discussão é de relevância visto que o tema é atual e o preconceito ainda é grande, mas possivelmente tratando-o com a mesma naturalidade com que se aborda casais e beijos heterossexuais haja a ampliação dos direitos dos homossexuais de se posicionarem sem diferença e rejeição na sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.  
ESCOSTESGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. Visão latino-americana. In: *Comunicação e Recepção*. São Paulo: Hacker, 2005.

## **O jovem em *Confissões de Adolescente*<sup>1</sup>**

Um estudo comparativo entre as representações sociais juvenis presentes nas adaptações da obra para a TV e para o cinema

Marcella Azevedo<sup>2</sup>

### **Resumo**

O objetivo deste artigo é estabelecer um estudo comparativo entre as representações sociais juvenis em *Confissões de Adolescente*, mais especificamente nas adaptações da obra feitas para a TV e para o cinema e cujas estreias se deram respectivamente em 1994 e 2014. Separadas por um período de vinte anos, essas adaptações se voltam para duas gerações diferentes de jovens, que são o público-alvo consumidor e espectador de cada uma delas. A comparação entre ambas permitiu identificar diferenças nos personagens, nas narrativas e na abordagem às temáticas consideradas juvenis. Analisar a forma como os jovens são retratados, suas relações sociais e a forma como lidam com temas como escolha profissional, iniciação sexual, aborto e homossexualidade, por exemplo, permite uma melhor compreensão desse público em dois momentos distintos.

### **Palavras-chave**

Representações sociais; juventude; adolescência; *Confissões de Adolescente*.

Ser adolescente significa, entre tantas outras coisas, estar em algum lugar transitório entre a infância e a vida adulta. Se esta etapa da vida é muitas vezes associada a dificuldades tanto por quem a vivencia quanto por quem se relaciona com

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 – Representação social e mediações socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. E-mail: msazevedo@globocom.com.

os que estão nesta fase, ela também é, por outro lado, revestida de valores positivos. Os adolescentes detêm a força da juventude, tida cada vez mais como valor dominante a ser perseguido em nossa sociedade por todos, independente da fase da vida em que estejam. Vivenciar a adolescência, porém, implica lidar com essa indefinição de lugar, de espaço, de ser. Essa transitoriedade se impõe nos mais diversos âmbitos da vida e remete a uma indefinição também das identidades. Se na cultura contemporânea a fragmentação subjetiva é uma dominante, no público adolescente é onde ela se expressa com força ainda maior, unindo a fragmentação característica dos tempos ditos pós-modernos com a transitoriedade desta etapa específica da vida. Em tempos de ubiquidade da cultura de massa, o estudo de representações sociais veiculadas na mídia sobre os adolescentes pode ser um caminho rico para a compreensão dos discursos sobre esses jovens. A forma como os veículos de comunicação mostram a imagem dos adolescentes e, ao mesmo tempo, refletem o que deles se pensa pode nos ajudar a compreender como este público específico é visto e também como se vê.

Mais especificamente, neste artigo pretende-se partir de um estudo das representações sociais dos adolescentes em *Confissões de Adolescente* com o intuito de melhor compreender algumas das subjetividades, afetos, valores e questões a eles associados na contemporaneidade. Baseada no diário pessoal da atriz Maria Mariana, a primeira montagem teatral estreou em março de 1992 no Rio de Janeiro, ficou em cartaz por três anos e atraiu 200 mil pagantes. Depois desta, já houve inúmeras outras montagens, todas elas bem-sucedidas, sendo que a peça já foi encenada em Portugal e tem nova adaptação prevista para estrear na capital carioca em 2015. Dois meses após a primeira estreia, a editora Relume Dumará lançou em livro os textos da peça, acrescido de depoimentos das atrizes e as vendas atingiram os 200 mil exemplares. Foi a partir daí que veio a adaptação para a televisão, veiculada na TV Cultura, no período de 1994 a 1996, com duas temporadas, dirigidas por Daniel Filho. O diretor é também o responsável pelo longa-metragem *Confissões de adolescente – O filme*, que chegou às telas de cinema em 2014. A longevidade da obra impressiona principalmente por agradar e fazer sucesso junto a diferentes gerações de jovens.

Pretende-se aqui analisar e comparar de maneira mais detalhada as adaptações da obra para a TV e para o cinema, compreendendo um intervalo de tempo de quase vinte anos. A escolha por ambas se deu modo a viabilizar a proposta metodológica do estudo de caso, uma vez que há uma dificuldade bem maior em se ter acesso às gravações das diversas montagens teatrais. Há que se mencionar também o alcance de ambos, TV e cinema, que se dá em âmbito nacional. O livro, como já dito, foi escrito em forma de diário, com textos bastante curtos, e para este objetivo específico que aqui se propõe se constitui em um material não tão rico para análise.

### **As representações sociais como ferramenta de investigação**

É de Durkheim o primeiro importante estudo sobre representações individuais e representações coletivas como fenômeno social (1970 [1898]). Um dos fundadores da Sociologia, ele propõe que sobre os indivíduos paira uma força coercitiva determinante, de modo que a sociedade não pode ser vista pelas suas partes (indivíduos) ou mesmo pela soma dessas partes, mas sim pela síntese desta coletividade e suas características específicas. Da mesma forma, para Durkheim, as representações - ainda que se originem das relações entre indivíduos ou mesmo entre esses e grupos - são necessariamente exteriores ao individual e possuem a capacidade de conservar e integrar a sociedade, se constituindo em representações coletivas. Além disso, as representações são comparáveis e configuram um fenômeno com características próprias. Elas podem, inclusive, ser conservadas, e para ele de fato o são, podendo ser reacessadas e recombinadas por meio de associações, dando assim origem a novas e outras representações:

Eis por que a matéria primeira de toda consciência social está em relação estreita com o número dos elementos sociais, com a maneira pela qual se agrupam e se distribuem, etc., isto é, com a natureza do substrato. Mas, uma vez que uma primeira base de representações assim se constitua, elas se tornam, pelas razões que apresentamos, realidades parcialmente autônomas, que vivem uma vida própria. Têm o poder de se atrair, de se repelir, de formar entre si sínteses de toda espécie, que são determinadas por suas afinidades naturais e não pelo estado do meio em que evoluem. Em

consequência, as representações novas, que são o produto dessas sínteses, são da mesma natureza: têm como causas próximas outras representações coletivas, e não tal ou qual característica da estrutura social (DURKHEIM, 1970, p. 44).

A teoria das representações proposta por Durkheim é retomada, entre outros autores, pelo romeno Serge Moscovici (2011), que vai reinterpretá-la e propor uma nova teoria, por sua vez, à luz da Psicologia Social do Conhecimento. São duas as principais diferenças que ele propõe com relação ao estudo anterior. Em primeiro lugar, em vez de abordar as representações como um “conceito”, de aspecto estático e fixo, tal qual apresentado por Durkheim, Moscovici propõe que elas são um “fenômeno”, concedendo-lhes assim um caráter dinâmico. A segunda diferença, derivada da primeira, está na base deste dinamismo das representações, uma vez que estão relacionadas a modos específicos de compreender o mundo e de se comunicar e, por isso, são fenômenos que precisam ser descritos e explicados. Por conta disso, Moscovici propõe o uso do termo “sociais”, em vez de “coletivas”, para denominar as representações.

Moscovici afirma que as representações sociais possuem duas funções essenciais. Elas atuam de forma a convencionar e categorizar objetos, pessoas e acontecimentos, colocando-as em modelos que são conhecidos e partilhados por todos. Em segundo lugar, as representações se impõem sobre nós, são prescritivas, desempenhando uma força que se estabelece sobre a sociedade e seus indivíduos de forma inequívoca, facilitando sua reprodução e influenciando a informação, compreensão e julgamento do momento presente.

É justamente baseados nas representações que uma cultura ou sociedade compartilha previamente que colocamos em prática a atividade de tornar “familiar” tudo o que primeiramente se apresente como estranho ou “não familiar”. Moscovici afirma que o medo do que é estranho está arraigado nos indivíduos e faz com que eles se sintam ameaçados por uma potencial perda de referências e de sentido. Desta forma, há a tendência de tentar transformar o desconhecido em conhecido, pela tentativa de encaixar este novo em uma categoria que já seja familiar:



Quando tudo é dito e feito, as representações que nós fabricamos – duma teoria científica, de uma nação, de um objeto, etc. – são sempre o resultado de um esforço constante de tornar comum e real algo que é incomum (não familiar), ou que nos dá um sentimento de não familiaridade. E através delas nós superamos o problema e o integramos em nosso mundo mental e físico, que é, com isso, enriquecido e transformado. Depois de uma série de ajustamentos, o que estava longe, parece ao alcance de nossa mão; o que parecia abstrato, torna-se concreto e quase normal (MOSCOVICI, 2011, p. 58).

Essa transformação do não familiar em familiar, segundo Moscovici, se dá por meio de dois mecanismos principais, que são a “ancoragem” e a “objetivação”. “Ancorar é, pois, classificar e dar nome a alguma coisa”, sintetiza Moscovici (2011, p. 61), apontando que categorizar algo significa atribuir-lhe convergência ou divergência a uma norma pré-existente, estabelecendo assim uma ligação direta com premissas familiares. Já a nomeação permite atribuir determinadas características ou tendências a algo ou alguém, diferenciando-as de outras e tornando-as objetos passíveis de convenção. O segundo mecanismo de familiarização é a objetivação, que segundo o próprio Moscovici, é muito mais atuante que a ancoragem, e consiste na tentativa de reduzir algo ou uma ideia à sua “qualidade icônica”, de coisificar pensamentos abstratos, sentimentos e ideias e, a partir daí, atribuir-lhe características de coisas já conhecidas.

Vale destacar ainda a relação central que Moscovici estabelece entre as representações sociais e a comunicação. Ao permitir a existência de códigos compartilhados, as representações tornam a comunicação possível. Não há interação humana sem representações. Ao mesmo tempo, porém, as representações são fruto da comunicação, que as colocam em circulação no interior da sociedade.

Outro autor que desenvolveu estudos sobre as representações sociais foi Stuart Hall, um dos principais teóricos dos Estudos Culturais britânicos. Em *The work of representation* (HALL, 1997), o autor propõe que a representação é um processo-chave no circuito cultural, que consiste na produção de significado através da linguagem. Isso se daria por meio de três abordagens teóricas distintas: a “reflexiva”, que reflete a realidade já existente; a “intencional”, por meio da qual a pessoa que fala explicita sua intenção; e a “construtivista”, cujo significado é construído socialmente, através das

interações que se dão na linguagem. Esta última, a construtivista, é considerada por Hall como a de maior impacto nos estudos culturais, e é nela que ele aprofunda sua análise, por meio da abordagem a duas das suas principais variações: a semiótica, associada ao linguista Ferdinand de Saussure, e a discursiva, ligada ao francês Michel Foucault.

Assumindo, tal qual Moscovici, que as representações consistem em modos de comunicação e de compreensão do mundo e que, enquanto fenômenos, precisam ser descritas e explicadas, é que se pretende agora partir para nosso estudo de caso das representações sociais juvenis em *Confissões de Adolescente*.

### **Representações sociais juvenis em *Confissões de Adolescente***

As confidências de Maria Mariana, registradas em seu diário pessoal, desde a primeira adaptação para o teatro, em 1992, se expandiram e passaram a ser contadas não por um único porta-voz, mas por quatro. Na série televisiva, que estreou em 1994, elas são as irmãs Diana, Bárbara, Natália e Carol, com idades entre 13 e 19 anos, que moram com o pai solteiro, Paulo, em Ipanema, no Rio de Janeiro. No filme, veiculado em 2014, as irmãs se chamam Tina, Alice, Bianca e Carina. Tina, a mais velha delas, mora sozinha em Niterói, e as três mais novas moram com o pai na Barra da Tijuca. O recurso da diversificação dos porta-vozes, com quatro protagonistas em vez de uma, permite uma ampliação das representações sociais juvenis. São quatro jovens com personalidades diferentes, modos de agir diversos, e que vivenciam situações variadas, o que vai potencializar as possibilidades de identificação e projeção do público-alvo com os personagens. Personagens com características variadas servem de referência para espectadores também com características diversas.

É muito evidente, na comparação entre uma adaptação e outra, o impacto que a popularização das tecnologias e das redes sociais virtuais tem no dia a dia dos jovens. No seriado televisivo, o telefone fixo, que fica na sala da casa, tem papel de grande importância. É o canal de comunicação das jovens com o mundo exterior quando estão em casa. Há cenas em que uma reclama porque a outra demorou no telefone, cena de

uma delas muito ansiosa aguardando alguma ligação etc. Já o filme mostra a realidade da vida conectada contemporânea. Cada um com seu celular, todos na internet praticamente o tempo todo, as postagens frequentes nas redes sociais, a interação mais imediata e conectada o tempo todo. O filme faz uso de um recurso visual para explicitar ainda mais isso. Mensagens postadas pelos personagens na trama são exibidas na própria tela, como parte integrante da cena.

Mais do que esse impacto nos hábitos cotidianos, essa diferença pode indicar uma mudança na maneira como os jovens lidam com seus sentimentos e gerenciam suas relações sociais. A série mostra o costume, frequente naquela época, de as meninas escreverem seus segredos em diários. Tais diários, por princípio, não deveriam ser lidos por ninguém mais além da própria autora. Ao escrever sobre seus sentimentos, a jovem tinha a oportunidade de melhor compreendê-los e lidar com eles. Não por acaso, o 12º episódio da primeira temporada do seriado, intitulado *Tragédia*, gira em torno da agenda de Natália, que ela esqueceu no ônibus. No episódio, um depoimento da irmã mais velha resume a angústia de Natália com a situação: “Imaginar que os nossos segredos mais do que segredos caíram na mão de um desconhecido, eu acho que é pior que morrer. Acho mesmo”. A reserva de Natália contrasta com o exibicionismo tão observado nas redes sociais virtuais atuais, como Facebook e Twitter. Em redes como essas, o tempo todo as pessoas escrevem como se sentem, o que pensam e o que gostam. A lógica é a do mostrar. Claro que há aí um jogo de esconder X mostrar, uma preocupação com a imagem pessoal, com como a pessoa será vista e certamente ela não posta sobre tudo, ainda mantém seus segredos, mas de forma talvez não tão sigilosa. Não por acaso, logo no início do filme, tem-se uma fala da personagem Bianca, que diz: “Às vezes eu me pergunto quantas confissões já foram escritas e apagadas nesses campos em branco do *Facebook*?”. A menina reflete sobre o autojulgamento que o jovem deve fazer, pensando no que vai publicar e no que as pessoas vão pensar a respeito de tal publicação. E ela finaliza: “Na época dos meus pais era mais fácil. As meninas tinham diários e escreviam tudo neles. Ninguém ia ler, podia escrever qualquer coisa”.

Para além da forma como cada um lida com a exposição de seus sentimentos, algumas situações retratadas na série, são difíceis de se imaginar nos dias de hoje. Na segunda temporada televisiva, o episódio *Romance FM* mostra um programa de rádio, em que são lidas cartas escritas pelos ouvintes, falando sobre seus sentimentos. Diana se interessa pelas cartas de um ouvinte em especial e eles começam a se corresponder por intermédio do programa, até que um dia eles resolvem se encontrar pessoalmente. Atualmente, pode-se dizer que o papel que o rádio exerce no episódio seria desempenhado pelas redes virtuais sociais. São muitos os sites e aplicativos de encontros disponíveis com o objetivo de facilitar encontros amorosos.

Muitos dos “ritos de passagem” associados à juventude são retratados tanto no seriado quanto no longa-metragem. Tais ritos funcionam como uma forma de controle das culturas sobre os indivíduos, um acompanhamento próximo para que passem de uma etapa a outra da vida, assumindo as responsabilidades esperadas em cada uma delas, tal como explica Van Genneep (2013):

É o próprio fato de viver que exige que as passagens sucessivas de uma sociedade especial a outra e de uma situação social a outra, de tal modo que a vida individual consiste em uma sucessão de etapas, tendo por término e começo conjuntos da mesma natureza, a saber, nascimento, puberdade social, casamento, paternidade, progressão de classe, especialização de ocupação, morte. A cada um desses conjuntos acham-se relacionadas cerimônias cujo objeto é idêntico, fazer passar um indivíduo de uma situação determinada a outra situação igualmente determinada (VAN GENNEP, 2013, p. 24).

O autor analisa alguns dos ritos de passagem associados a cada uma dessas etapas e, mais especificamente ao abordar a adolescência, se empenha em mostrar que a puberdade fisiológica e a “puberdade social” são essencialmente distintas, e fundamenta uma visão da adolescência como fenômeno social e não biológico, natural. Para Van Genneep, os ritos de passagem associados à adolescência são, em sua maioria, os chamados “ritos de iniciação”, que vão começar a iniciar o indivíduo em uma próxima etapa da vida social. Os ritos de iniciação têm caráter sexual, ou seja, correspondem à iniciação sexual desses indivíduos, que seria uma característica-chave para o posterior ingresso pleno na vida adulta.

É sob esta perspectiva que podemos analisar as temáticas do primeiro beijo e da perda da virgindade. O primeiro episódio de *Confissões de Adolescente* na TV foi intitulado *O primeiro beijo* e mostra a apreensão de Natália por, aos 16 anos, não ter dado ainda o primeiro beijo. Ela expressa seu sentimento na fala: “Eu sou uma encalhada. Ninguém se interessa por mim”. Há uma cena que mostra, inclusive, ela treinando o beijo no espelho de casa. O sentimento da jovem é intensificado quando sua irmã Carol, de 13 anos, chega muito empolgada em casa, comemorando e contando para todo mundo que deu seu primeiro beijo: “Eu já não sou mais virgem. De beijo”. No final do episódio, acontece, enfim, o primeiro beijo de Natália, em clima romântico, na praia, durante o pôr-do-sol, com um garoto de quem ela já gostava e com quem vinha conversando há algum tempo. A experiência do primeiro beijo retratada no filme é bem diferente. Tina, a primogênita, aparece quando mais nova, em uma boate, sofrendo muita pressão das amigas para beijar. Ela então toma a iniciativa, aborda um menino desconhecido na boate e o beija. Ao assistirem à cena, as amigas comemoram muito. Tina deixa claro que dar o primeiro beijo foi se livrar de um peso, o de ser a única entre as amigas que ainda não tinha beijado. A menina diz não ter gostado muito da experiência e que não queria pensar mais nisso por um tempo, dando a chance para beijar da próxima vez um menino por quem de fato se interessasse.

No que tange à iniciação sexual, este é o tema abordado no episódio *Essa tal de virgindade*, que retrata a apreensão de Natália com a perda da virgindade, quando ela admite estar com vontade de ter relações sexuais com o namorado. Ele está de viagem marcada, ela decide esperar pela volta dele para só então transarem, e ela afirma que este será o momento mais importante de sua vida. No filme, a personagem que vivencia o mesmo rito de iniciação é Alice, mas ela o encara de maneira mais simples, não dando tanta importância ao fato. Ela parece estar mais tranquila com relação à primeira vez do que seu namorado, também virgem. Ele tenta criar um clima romântico, faz o jantar pra ela, se veste de terno, mostrando que aquela é para ele uma ocasião muito especial. Já ela acha graça da situação e lida com a questão de forma prática, sem grandes preocupações. A maneira mais descomplicada com que as adolescentes lidam com o primeiro beijo e com a perda da virgindade no filme pode refletir certo empoderamento



feminino, diante da consolidação da conquista da liberdade sexual, que enfrentava certamente mais tabus na época do seriado, vinte anos antes. Vale ainda mencionar que o seriado apresenta um tom mais didático com relação à questão. O episódio mostra a primeira consulta de Natália com o ginecologista, levada por suas irmãs mais velhas. As dúvidas que ela esclarece com o médico e as informações que ele dá a ela são bastante didáticas, fato que não pode ser observado no filme.

Tanto o seriado quanto o filme retratam as responsabilidades que precisam ser assumidas juntamente com a decisão de ter relações sexuais, como por exemplo, como lidar com uma gravidez indesejada. O episódio *Ainda não!* do seriado mostra o dilema de Diana quando descobre estar grávida e o processo de indecisão pelo qual passa até se decidir pelo aborto. Nesta decisão, ela recebe o total apoio de seu pai e de suas irmãs. Ao final, o aborto não é necessário, pois ela fica menstruada. No filme, a irmã mais velha, aconselhando Alice, grávida, diz: “Alice, aborto é crime. Por mais que todo mundo faça, é ilegal”. E continua: “Aborto é barra pesada. Incomoda, machuca, dói a alma, o corpo”. Em meio a um debate bastante atual sobre a descriminalização do aborto no país, o filme parece estar um passo atrás em relação ao seriado no que tange a este assunto.

Em contrapartida, o filme incorpora duas temáticas atuais e importantes que não são abordadas no seriado: *bullying* e homossexualidade. A personagem Juliana é nova escola, na turma de Bianca, e tem dificuldade em ser aceita pelos grupos de amigos já consolidados. Juliana ainda precisa lidar com muita insegurança em relação ao seu corpo por conta de queimaduras que teve na pele quando era pequena. A personagem Talita, uma das mais populares da escola, persegue Juliana e sempre que pode coloca em evidência o problema estético da garota, usando-o motivo para insultá-la. O *bullying* é um tema relativamente recente ligado ao universo adolescente e consiste em agressões, físicas ou verbais, intencionais e repetidas para intimidar alguém, levando muitas vezes a vítima a problemas de autoestima e de relacionamento.

A sexualidade hoje, discutida muito mais abertamente que há vinte anos, se reflete no filme na personagem Bianca, que está namorando outra menina. Esta temática não foi abordada em nenhuma das duas temporadas do seriado. Porém, o filme mostra

que, apesar de ser um assunto bem mais em pauta nos dias atuais, não é fácil ainda para os jovens lidarem com sua sexualidade. Tanto é que Bianca esconde de sua família e de seus amigos, inclusive os mais próximos, o seu relacionamento com uma pessoa do mesmo gênero. Ela tem medo da reação que as pessoas mais próximas a ela possam ter.

Há, porém, questões tratadas de maneira bastante próxima em ambas as adaptações. É o caso da dificuldade de escolha de uma profissão. No episódio *O que vou ser quando crescer*, Bárbara entra em crise, indecisa sobre qual faculdade cursar. O pai a pressiona a seguir a mesma profissão que ele, a advocacia, mas ela não se interessa e nem sabe o que poderá fazê-la feliz. No filme, é Bianca quem passa pela situação. O diálogo de ambas com o pai, questionando a obrigatoriedade da escolha de uma decisão, naquele momento da vida, é idêntico. As filhas questionam: “Por que é que eu tenho que fazer uma faculdade?... Será que só se pode ser feliz se fizer uma faculdade? E se o que eu quiser não se ensinar em faculdade?”. Até que depois de um tempo, ambas decidem estudar astronomia, sofrendo forte rejeição inicial do pai, que depois acaba por aceitar a decisão. O dilema da escolha por uma profissão parece portanto ser uma questão ainda bastante atual para os adolescentes.

Como foi possível observar, no que tange às representações sociais dos jovens nas adaptações de *Confissões de Adolescente* para a TV e para o cinema, tem-se que em ambas há uma pluralidade de “juventudes” retratadas, estando de acordo com o pensamento de Groppo (2000) de que há “diferentes experiências da juventude” e a “existência da multiplicidade quase que incontrolável de juventudes”. Há as adolescentes mais tímidas e românticas, as mais práticas e bem resolvidas com as questões amorosas, as que gostam de jogar futebol e as que dançam *ballet*. Essas características diversas, entre tantas outras que poderiam ser aqui explicitadas, facilitam o processo de identificação dos leitores com os personagens e as narrativas e vão influenciar diretamente no consumo ou não de determinado produto cultural. Como afirma Morin (2011), é na cultura de massa que o jovem vai buscar modelos e referências, considerando que, na adolescência, as personalidades ainda não estão completamente formadas e as identidades estão em formação. O cinema, a imprensa e a

TV vão gradativamente assumindo o papel de referência principal que, até então, ficava a cargo da família ou da escola.

### **Considerações finais**

A partir de um estudo comparativo das representações sociais juvenis nas adaptações de *Confissões de Adolescente* para o cinema e a TV, foi possível observar a forma como duas diferentes gerações de adolescentes, a saber o público-alvo de cada uma delas, é retratado em um produto específico da cultura de massa. Separadas por duas décadas – o seriado televisivo estreou em 1994 e o longa-metragem em 2014 – é possível observar mudanças quanto à forma como esses jovens são retratados, o que sugere uma mudança comportamental e na experiência de vida de tais gerações. Vale mencionar que o livro e as diversas montagens teatrais adaptadas a partir do diário de Maria Mariana também foram grande sucesso de público.

A mudança mais explícita na comparação entre o seriado televisivo e o longa-metragem diz respeito à propagação de novas tecnologias e à propagação das redes sociais virtuais, o que imprime uma mudança de comportamento nos jovens. Eles não mais esperam uma ligação especial pelo telefone fixo da casa, cada um possui o seu próprio celular em mãos e tem uma relação intensa e direta com o *gadget*. Questões como o primeiro beijo e a perda da virgindade são retratadas de modo significativamente diferente. No seriado, a personagem envolvida nessas temáticas vivencia essas experiências de maneira intensa, repleta de ansiedade e expectativas, quase como tabus a serem superados. No filme, essas questões também estão presentes, o que indica que continuam sendo consideradas importantes pelos jovens, mas eles lidam com elas de maneira mais prática e direta, menos sofrida, o que pode refletir uma consolidação da liberdade sexual ainda incipiente à época do seriado. De maneira oposta, a ansiedade com relação à escolha profissional não sofreu grandes mudanças, sendo retratada de maneira muito próxima, inclusive com diálogos idênticos, nas duas produções. Por sua vez, temas que não foram abordados no seriado, foram incluídos no longa-metragem, o que pode refletir um ganho de importância de tais questões para a

geração atual de adolescentes. Entre esses temas podemos citar o bullying, assunto cada vez mais discutido no que tange especialmente ao ambiente escolar, e também questões relacionadas à sexualidade.

Considerando, tal qual Moscovici (2011), que há uma relação central entre as representações sociais e a comunicação, tem-se que ao permitir a existência de códigos compartilhados, as representações tornam a comunicação possível. Ao mesmo tempo, porém, as representações são fruto da comunicação, que as colocam em circulação no interior da sociedade. Tem-se aí uma indicação da grande importância dos bens culturais no que tange à maneira como os jovens se veem e são vistos em nossa sociedade moderna. As diferenças observadas nas representações juvenis do seriado e do filme sugerem uma preocupação dos agentes produtores em se manterem em consonância com os valores, desejos e ambições dos jovens, seu público-alvo prioritário. Quando o jovem se sente representado em determinada obra, tem-se facilitado o processo de identificação deste espectador com os personagens, abrindo caminho para o estabelecimento e fortalecimento de vínculos afetivos com os protagonistas e as narrativas. Tais representações servem como modelos, guias de como ser e como agir para os jovens, o que vai apoiá-los na busca pela constituição de suas identidades. Ao mesmo tempo, tais representações conferem visibilidade a esses jovens, jogando luz sobre sua existência e suas próprias questões, o que é bastante relevante, em uma fase da vida em que se sentem - e muitas vezes de fato o são - destituídos de lugar próprio. Esses bens culturais, e as representações sociais colocadas por eles em circulação, inserem na pauta questões tão relevantes para os jovens, ajudando-os a lidarem com elas, a terem uma melhor compreensão de si e, ao mesmo tempo, ampliando sua visão de mundo.

## **Referências bibliográficas**

BUSCATO, Marcela. As novas Confissões de Adolescentes: Vinte anos depois da série de TV, um filme mostra que tudo mudou. Quem é, o que pensa e como age a geração mais livre e informada da história. In: *Época*, São Paulo, p. 76-83, 13 de jan. de 2014.

DURKHEIM, Émile. *Sociologia e filosofia*. Rio de Janeiro e São Paulo: Ed. Forense, 1970.

FONSECA, Rodrigo. 'Confissões de Adolescente' chega aos cinemas neste ano: Mais de duas décadas após estourar no teatro, virar livro e originar série de TV, obra será dirigida por Daniel Filho. In: *O Globo*, Rio de Janeiro, 28 de abr. de 2013. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/confissoes-de-adolescente-chega-aos-cinemas-neste-ano-8231147>. Último acesso em 25 de agosto de 2015.

FONSECA, Rodrigo. As muitas versões de 'Confissões de Adolescente': História, que chega aos cinemas este ano, estreou no teatro, virou livro e foi adaptada para série de TV. In: *O Globo*, Rio de Janeiro, 28 de abr. de 2013. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/as-muitas-versoes-de-confissoes-de-adolescente-8231182>. Último acesso em 25 de agosto de 2015.

GENNEP, Arnold Van. *Os ritos de passagem*. Petrópolis: Vozes, 2013.

GROPPO, Luís Antônio. *Juventude: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas*. Rio de Janeiro: Difel, 2000.

HALL, Stuart. The work of representation. In: HALL, S. (org.). *Representation, cultural representation signifying practices*. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. Volume 1: Neurose. 10ª edição. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2011.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2011.

*Confissões de Adolescente – 1ª temporada*. FILHO, Daniel. Brasil: 1994. 572 minutos.

*Confissões de Adolescente – 2ª temporada*. FILHO, Daniel. Brasil: 1995. 468 minutos.

*Confissões de Adolescente – O filme*. FILHO, Daniel; D'AMATO, Cris. Brasil: 2014. 95 minutos.



## **Estereótipos do jornalismo de celebridades no desenho animado *Os Padrinhos Mágicos***<sup>1</sup>

Maria Aparecida Pinto<sup>2</sup>

### **Resumo**

O jornalismo de celebridades é envolvido por um imaginário que o caracteriza como prática de menor valor em relação às produções jornalísticas de áreas como a política e a economia. Somada a este aspecto encontra-se a forma como os profissionais da especialidade apresentam-se: personificações da beleza, alegria e jovialidade. Analisa-se a construção da atividade por meio da personagem telejornalista de celebridades Hart do desenho animado *Os Padrinhos Mágicos*. Os objetivos são estudar como a personagem constrói-se de forma ambígua ao representar o estereótipo de profissional da área e trabalhar a forma como o setor é percebido socialmente. Aborda-se, discursivamente, como há a construção e a crítica dos estereótipos do jornalismo de celebridades nas falas, gestos e imagens da personagem Hart.

### **Palavras-chave**

Jornalismo; jornalismo de celebridades; estereótipos; discurso; desenho animado.

### **Introdução**

O jornalismo é uma prática do cotidiano; por meio de variadas plataformas midiáticas tem-se acesso aos conteúdos noticiosos de gêneros diferentes. Entre estes, se encontram as produções do jornalismo de celebridades. A vida dos famosos desperta curiosidade e provoca discussões em que se constata o interesse das pessoas em saber das notícias que tratam das “estrelas”. Pode-se dizer que “a vida alheia é mais interessante que a sua”,<sup>3</sup> principalmente, quando o alheio remete às celebridades.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 - Representação Social e Mediações socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM/UFMG). Bolsista do CNPq. Membro do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade GRIS UFMG. E-mail para contato: mariamarianamg2013@gmail.com.

<sup>3</sup> A citação é o *slogan* da série televisiva “A Vida Alheia”. Veiculada pela emissora *Globo* no período entre 08 de abril e 26 de agosto de 2010, a produção compunha a grade de programação das quintas-feiras sendo apresentada no horário das 23 horas. A ficção aborda a vida de personagens fictícias construídas como celebridades. A série dirigida por Marco Rodrigo e Cininha de Paula foi escrita por

O jornalismo de celebridades é a especialidade da mais importante revista de entretenimento da América Latina (MEDEIROS, 2014) e quarta revista de maior circulação semanal do Brasil, *Caras*. Segundo dados da Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER), a publicação apresentou uma circulação média de 264.195 exemplares de janeiro a setembro de 2014. Em 2013, no mesmo período a média foi de 335.453 exemplares.<sup>4</sup> Segundo Severino (2010),

[...] o Comunique-se, em uma reportagem sobre o assunto, mostra que “o jornalismo de celebridades é uma vertente da profissão que possui um dos maiores públicos. (...) O fato é que essa atividade, tantas vezes encarada com preconceito por colegas jornalistas, possui audiência cativa e movimenta um mercado cada vez maior e mais dinâmico em nosso país”, afirma a reportagem.<sup>5</sup>

Um dos modos de acesso ao discurso que diz sobre a especialidade é por meio das produções audiovisuais como o desenho animado *Os Padrinhos Mágicos* (*The Fairly Odd Parents*). O artigo objetiva analisar como a personagem telejornalista de celebridades Hart do desenho constrói-se de forma crítica e ambígua ao representar um estereótipo de profissional da área do jornalismo de celebridades. Aborda-se como se dá a construção dos estereótipos do jornalismo de celebridades nas falas, gestos e imagens de Hart.

Neste processo, desenvolve-se como o jornalismo de celebridades é engendrado em dinâmica de identidade em relação às outras especialidades do jornalismo. Realiza-se uma tentativa de aproximação dos conceitos de reconhecimento jurídico e de estima social (HONNETH, 2003) à prática do jornalismo de celebridades ao tratar-se como a especialidade noticiosa é “acometida” por preconceitos que não a consideram como “emprego de verdade”. Nesta seção, analisa-se um enunciado de Hart em que a personagem diz sobre o jornalismo de celebridades. Posteriormente, trabalha-se como, na personagem, há a construção de

---

Miguel Falabella, Flávio Marinho e Antônia Pellegrino. Na trama, atuaram: Marília Pêra, Paulo Vilhena, Cláudia Gimenez, Danielle Winits, entre outros.

<sup>4</sup> Dados disponíveis em: <<http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>>. Acesso em: 19 jul. 2015.

<sup>5</sup> Documento eletrônico não paginado. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornalismo\\_de\\_celebridades\\_para\\_que](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornalismo_de_celebridades_para_que)>. Acesso em: 19 abr. 2015.

estereótipos sobre o jornalismo de celebridades por meio da forma como esta é construída fisicamente e como o enunciado da personagem pode ser entendido através de uma perspectiva de crítica ao estereótipo e ao imaginário que diz sobre o jornalismo de celebridades.

### **A construção de um jornalismo de celebridades**

A construção de identidade é dinâmica social, o sujeito existe a partir da relação com o “outro”, das expectativas que o “outro” desenvolve em torno do “um”. A construção de identidade pode ser percebida em instâncias de produção discursiva como as práticas profissionais. O jornalismo é uma prática legitimada historicamente, por conseguinte apresenta lugar de fala instituído e funções sociais que lhe são delegadas como forma de contribuir para a manutenção e o desenvolvimento da vida social.

O jornalismo constitui-se como uma instituição cuja característica principal é organizar o mundo por meio das notícias veiculadas tornando-o inteligível e apreensível para os sujeitos. Segundo Gomes (2000, p. 19), “antes de registrar, informar, antes de ser colocado pelas condições que o caracterizam, por exemplo, periodicidade, universalidade, atualidade, difusão [...] o jornalismo é ele próprio um fato de língua”. Segundo a autora, “seu papel e sua função na instituição social implica o de organizar discursivamente, o que, aliás, é a prática jornalística por excelência” (2000, p. 19).

Os “(...) jornalistas vivem seu trabalho como uma missão de serviço à população, a quem eles levam informações úteis. Ser jornalista é ser o ‘mediador’ que deixa visível a vida social, o ‘pedagogo’ e o ‘organizador’ que põe clareza no caos dos acontecimentos” (NEVEU, 2006, p. 37 [grifos do autor]). Como instituição participa na construção de identidades sociais e se constitui a partir do exercício permanente de reconhecimento. Segundo Habermas (1996, p. 143), “o mundo da vida é nem mais nem menos estruturado pelas tradições culturais e ordens institucionais do que pelas identidades que surgem dos processos de socialização”.

Há, entretanto tipologias no campo do jornalismo e, em produções especializadas, constata-se uma hierarquia: o jornalismo de caráter político e econômico apresentaria peso maior em relação ao jornalismo esportivo, cotidiano ou de celebridades. O jornalismo de celebridades na luta por reconhecimento como produção de importância social “perde” para os outros “desprestigiados”; o valor que apresenta é menor sendo alcunhado de trivial e frívolo. Passatempo para as intermináveis horas de espera em consultórios, a especialidade trabalha com as “estrelas”, mas não apresenta o brilho destas. Há a construção de uma identidade do jornalismo de celebridades como prática esvaziada de seriedade consequente da relação de tensão com o “outro”, que compreende as formas nobres de jornalismo (produções jornalísticas da economia e da política).

O desenho *Os Padrinhos Mágicos* constitui-se como objeto de pesquisa para entender como se constroem estereótipos de um jornalismo esvaziado de relevância social ao dizer do jornalismo de celebridades e ao representá-lo. A animação foi criada por Butch Hartman e exibida pela primeira vez na emissora norte-americana *Nickelodeon* em 1998. Em 2001, transformou-se em série. O desenho é protagonizado por Timmy Turner, menino de dez anos que possui o auxílio de dois padrinhos mágicos (Cosmo e Wanda) para realizar atividades do cotidiano. Hart<sup>6</sup> é uma fada telejornalista de celebridades que compõem o quadro de personagens da produção.

Os episódios *Anti Poof* (8ª temporada) e *Loiras se divertem mais* (5ª temporada) são exemplos em que se registra a *performance* da personagem ao longo da série. No trabalho desempenhado pela repórter, há o interesse por figuras caracterizadas por meio do *status*. Em *Anti Poof*, o foco da imprensa recai sobre o bebê fada Poof. Filho de Cosmo e Wanda, a criança é o único bebê do *Mundo das Fadas* e, por ser exceção, tornou-se celebridade. No episódio, Poof (ver Figura 1) luta contra o vilão Foop, o bebê fada do mal que almeja ocupar o lugar de Poof, e Hart noticia o embate.

---

<sup>6</sup> Ela é repórter do *Canal das Fadas FNN* e âncora do programa jornalístico *FT*, que aborda o mundo dos famosos. Hart divide a bancada com *Bob Gliner*, outro jornalista de celebridades do desenho. A dupla é responsável pela entrega do prêmio *Zappy*.

Em *Loiras se divertem mais*, a repórter informa sobre Blonda (ver Figura 3), atriz de *Fadawood (Hollywood do Mundo das Fadas)* que apresenta traços dos ícones do cinema norte-americano com destaque para as referências do episódio à figura de Marilyn Monroe, como o título que se assemelha à frase atribuída a Monroe, “as loiras se divertem mais”.<sup>7</sup> Na trama, a bela e loira Blonda luta por reconhecimento e almeja o prêmio *Zappy Awards*, equivalente à estatueta do *Oscar*.

Nesta conjuntura, questiona-se com se dá a construção do estereótipo do jornalismo de celebridades como prática desprovida de importância social. Há que se atentar para a prática como uma forma de produzir conhecimento e cultura. No desenho animado, são realizados processos de crítica social de modo que este não apresenta o estereótipo como viés a ser corroborado, mas o expõe como problemática.

### **O jornalismo de celebridades e o não reconhecimento como “emprego de verdade”**

O jornalismo de celebridades é uma área de atuação que como forma de produzir conhecimento constrói cultura que lhe é intrínseca. No processo, há o desenvolvimento de linguagens singulares ao setor, que constituem o saber profissional da atividade. Hart compõe-se enquanto representante da comunidade em que se encontra e, assim compartilha as regras de conduta e valores da organização. Segundo Habermas (1996, p. 105), é necessário o compartilhamento dos modos de fala para que o sujeito apresente a possibilidade de entrar no “mundo da vida de uma comunidade linguística intersubjetivamente partilhada” e, assim, beneficie-se “da reflexividade característica da língua natural” sendo capaz de basear-se “na descrição de uma ação efetuada por intermédio de palavras na compreensão do autocomentário implícito deste ato de fala”.

O jornalismo como saber-fazer instituído enquanto forma de organizar a realidade possui propriedades que asseguram o exercício da prática e conferem-lhe prestígio social que são componentes da imagem discursiva que constrói. Honneth

---

<sup>7</sup> “blondes have more fun”.



(2003) trabalha com sujeitos, mas os conceitos podem ser relacionados ao Campo. Segundo o autor, no caso do reconhecimento jurídico e na estima social, “um homem é respeitado em virtude de determinadas propriedades, (...) trata-se das propriedades particulares que o caracterizam, diferentemente de outras pessoas” (HONNETH, 2003, p. 187). Constrói-se esta relação de forma cuidadosa de modo a não equiparar-se o sujeito social ao exercício de práticas profissionais instituídas.

Desenvolve-se uma tentativa de aproximação dos conceitos de reconhecimento jurídico e de estima social à prática do jornalismo de celebridades. Trata-se de como a especialidade noticiosa é “acometida” por perspectivas que a excluem da prática jornalística séria e ferem a honra dos profissionais da área e a dignidade de atuação no setor em relação à especialidade de economia, por exemplo; uma vez que o jornalismo de celebridades é indicado como desprovido de importância social.

As idiossincrasias das práticas profissionais e das instituições que as legitimam assim como as subjetividades são bases para a constituição de dinâmicas de identidade e de reconhecimento. Referindo-se ao reconhecimento jurídico, Honneth (2003) ressalta a centralidade da “questão de como se determina aquela propriedade constitutiva das pessoas como tais, enquanto para a estima social se coloca a questão de como se constitui o sistema referencial valorativo no interior do qual se pode medir o ‘valor’ das propriedades características” (p. 187). Reconhece-se o jornalismo de celebridades como área do jornalismo cujas capacidades focam a dinâmica de vida dos célebres.

Neste sentido, encontra-se a eticidade, nos termos de Honneth (2003), que se constitui em campo de saber, de produção de conhecimento, cultura e desenvolvimento prático. Nos espaços sociais, há um horizonte de valores e expectativas historicamente construído que diz sobre o saber-fazer do jornalismo possibilitando a identificação da prática na vivência social.

Hegel, com seu conceito de “eticidade”, e Mead com sua ideia de uma divisão democrática do trabalho, tentaram caracterizar apenas um tipo, particularmente exigente em termos normativos, de comunidade de valores, em cujo quadro toda forma de reconhecimento por estima está

incrustada de modo necessário. (...) a estima social se aplica às propriedades particulares que caracterizam os seres humanos em suas dimensões pessoais (HONNETH, 2003, p. 199 [grifo do autor]).

A diferenciação entre campos de atuação, saberes e instituições é percebida a partir da distinção entre os modos de atuar no mundo, as formas de desenvolvimento de linguagens específicas no interior dos grupos e a relação que estabelecem com outros que se encontram em situações equivalentes no processo de construção da realidade. Os membros das instituições compartilham valores e linguagens agindo por meio destes norteadores. Através do quadro de funções, características e exemplos de ações jornalísticas arregimentados na memória do sujeito, pode-se identificar o jornalismo como campo de valor uma vez que se forma enquanto prática social.

Segundo Honneth, a auto-compreensão cultural relativa a “uma sociedade predetermina os critérios pelos quais se orienta a estima social das pessoas, já que suas capacidades e realizações são julgadas intersubjetivamente, na medida em que cooperaram na implementação de valores culturalmente definidos” (2003, p. 200). O autor afirma que a este modo de reconhecimento encontra-se associada às premissas conjunturais de produção social nas quais os sujeitos em comunidade distinguem e valorizam aspectos, atributos e ações que sinalizam objetivos comuns.

O jornalismo de celebridades como lugar de fala instituído apresenta funções na organização social, que lhe conferem valor, participa no conhecimento humano e compõe o saber cultural. Entende-se este jornalismo por meio das autorizações que lhe foram concedidas, as quais desenvolve na ordem social. Segundo Honneth (2003), o grupo tipificado no processo cultural e determinado por meio do *status* (assim como os membros que o compõem) constitui-se como valor, que resulta da medida como contribui para a coletividade em conjunturas em que são avaliadas finalidades sociais. O comportamento compreendido como honroso é a “realização suplementar que cada um deve apresentar, a fim de adquirir de fato a medida de reputação social atribuída de modo coletivo a seu estamento em virtude da ordem de valores culturalmente dada” (HONNETH, 2003, p. 202).

A personagem Hart (ver Figuras 1, 2 e 3) é fonte de problematizações sobre a forma como o jornalismo de celebridades é valorizado. Durante uma das entrevistas, que realiza no episódio *Anti Poof*, Hart diz que na ausência da celebridade sobre a qual informa - *Poof* - teria que “arrumar um emprego de verdade”.

Hart: (...) É ótimo recebê-lo [Timmy] aqui outra vez. E queremos te dar as boas vindas sempre que quiser voltar, contanto que traga o Poof porque sem ele você não seria notícia. E sem notícia... Eu teria que arrumar um emprego de verdade. No Canal das Fadas, sou a fada Hart desejando a todos uma boa noite de fadas.<sup>8</sup>

**Quadro 1:** Fala de *Hart* ao entrevistar *Timmy*. A fala é expressa na cena presente na figura 1. **Fonte:** transcrição de arquivo audiovisual do episódio *Anti Poof*.

Ao dizer “arrumar um emprego de verdade”, Hart pode ser entendida como fonte de análise para questionar-se um imaginário que diz sobre o jornalismo de celebridades. A personagem fala, indiretamente, que o jornalismo de celebridades não seria “emprego de verdade” “mesmo” quando a prática encontra-se no lugar de fala autorizado socialmente, isto é, quando se encontra autorizada a fazer as ações para as quais está qualificada: tratar do mundo dos famosos. Reconhece-se que cada especialidade jornalística apresenta capacidades e propriedades para abordar o social de determinada forma. Elas encontram-se autorizadas para dizer com propriedade sobre determinados assuntos e não sobre outros.

Problematiza-se a desvalorização do jornalismo de celebridades como trabalho dotado de importância social “mesmo” quando este se encontra no lugar de fala que lhe foi instituído e no qual as suas produções podem ser consideradas socialmente. É deste modo, que a expressão “emprego de verdade” associa-se ao imaginário de esvaziamento de importância social que envolve o jornalismo de celebridades e implica em problemas de reconhecimento da prática que também se configuram em construções de estereótipos sobre o setor.

<sup>8</sup> Neste momento, Hart entrevista Timmy que se encontra na frente de um shopping no *Mundo das Fadas*. Na cena, também há a presença de Wanda, Poof e Cosmo (ver Figura 1). Para fins metodológicos de análise, optou-se pela transcrição da fala de Hart contextualizada pelo resumo da situação em que esta é proferida.

## **Estereótipos sobre o jornalismo de celebridades: estudo de caso a partir da personagem Hart**

As construções de significado ocorrem por meio da oposição do “um” ao “outro”. O “outro” é a diferença, desta forma Hall (1997) ressalta que a representação ocorre por meio da diferença. “A diferença significa. Ela fala” (HALL, 1997, p. 230 [tradução minha]);<sup>9</sup> sem a diferença não haveria a possibilidade de sentido. Na construção de sentido, há uma aprendizagem em que se vinculam determinadas afecções a um elemento e não a outro. O jornalismo de celebridades é construído em oposição à prática séria e ao exercício comprometido com a verdade e com o interesse público. A especialidade noticiosa ocupar-se-ia de temáticas “leves”, de entretenimento, de tom ameno ou sensacionalista que enfocam a vida das celebridades. Desta forma, constitui-se um estereótipo sobre o jornalismo de celebridades.

O termo “‘estereótipo’ significa ‘redução a poucas essências, fixadas na Natureza por poucas, simplificadas características’” (HALL, 1997, p. 249 [tradução minha]).<sup>10</sup> A especialização é estereotipada em regime constante de afirmação de conceitos sobre o que é o jornalismo de celebridades a partir dos quais se educa sobre a natureza da prática. Nesta perspectiva, deve-se considerar que “nós aprendemos quem e o que valorizar e quem e o que desvalorizar. Isto influencia no modo como tratamos os outros. Os estudiosos referem-se a isto como ‘políticas de representação’” (LARSON, 2006a, p. 14 [tradução minha]).<sup>11</sup>

Analisa-se como Hart é construída a partir de referências de aparência física que se relacionam ao imaginário acerca da atividade. Estuda-se a representação que Hart faz do jornalismo de celebridades em dois episódios da série de animação, *Loiras se divertem mais* e *Anti Poof* por meio da imagem que a jornalista apresenta.

<sup>9</sup> “Difference signifies. It ‘speaks’” (HALL, 1997, p. 230).

<sup>10</sup> “‘stereotyped’ means ‘reduced to a few essentials, fixed in Nature by a few, simplified characteristics’”(HALL, 1997, p. 249).

<sup>11</sup> “We learn who and what to value and who and what to dismiss. This seeing influences how we treat each other. Scholars refer to this as the ‘politics of representation’” (LARSON, 2006, p. 14).

Hart é telejornalista de celebridades no *Mundo das Fadas*, dimensão paralela ao mundo real presente no desenho. Singularizada pelo físico, Hart (ver Figura 1) constitui-se como figura televisiva ao simbolizar os ideais de beleza preconizados pela mídia: loira de olhos azuis, corpo escultural, postura refinada e vestimentas elegantes.

Os traços se intensificam na prática do jornalismo de celebridades, uma vez que para tratar das “estrelas” deve-se portar de forma não destoante das celebridades. No processo, encontra-se a construção de estereótipos do profissional da área. O jornalista televisivo é vaidoso e preocupado com a aparência uma vez que o meio em que trabalha exige o cuidado de estar sempre pronto para a transmissão.



**Figura 1:** Hart entrevista Timmy, Poof, Wanda e Cosmo (ordem da direita para a esquerda). Episódio *Anti Poof*. **Fonte:** elaboração da autora a partir de edição de arquivo audiovisual.





**Figura 2:** Hart e Bob em luta de *Zappys*. Episódio *Loiras se divertem mais*. **Fonte:** elaboração da autora a partir de edição de arquivo audiovisual.



**Figura 3:** Hart entrevista Blonda no programa jornalístico *FT*. Episódio *Loiras se divertem mais*. **Fonte:** elaboração da autora a partir de edição de arquivo audiovisual.

Hart (ver Figura 3) personifica as qualidades que o profissional da área deve incorporar: beleza; simpatia; carisma; alegria; jovialidade; inteligência; desenvoltura e experiência jornalística. A telejornalista mostra-se de forma impecável: trajando o conjunto de terno e saia azul, sapatos de salto de mesma cor, colar de pérolas verdes e o brinco dourado no formato do *Zappy Awards*. Com maquiagem adequada às transmissões televisivas — destaque para o batom rosa e o rímel preto, que favorecem a expressividade — Hart é uma imagem televisiva apreciável ao representar o ideal de beleza valorizado pela vestimenta e pelos cuidados com a aparência. A voz e o estado de espírito alegre da jornalista são dois aspectos que dialogam com a vertente do jornalismo de celebridades, de caráter “leve” (associado ao *soft news* em oposição ao *hard news*) e voltado para notícias que remetem ao “alto astral” ao abordar a vida dos famosos.

Constitui-se uma forma cristalizada que se vincula ao imaginário do jornalismo de celebridades. Formula-se um estereótipo sobre os profissionais que devem ser a personificação do belo e do entusiasmo. Segundo Larson (2006b, p. 83 [tradução minha]), “estereótipos são largamente relacionados a crenças sobre atributos de membros de grupos. Embora eles já tenham sido matéria bruta e explícita,

eles são agora difíceis de perceber e entender”.<sup>12</sup> Os estereótipos não abarcam as especificidades dos sujeitos, mas engendram perspectivas de tipificação por meio das quais se condicionam formas de ação e posicionamentos diante de grupos específicos.

Ao tratar-se Hart como exemplo de investimento em aparência, atualiza-se o estereótipo que perpassa a prática, que implica a naturalização das qualidades atribuídas à área. Como características que lhes seriam naturais, estas não podem sofrer mudanças e constituem-se como permanências que simplificam o que é ser jornalista de celebridades. Por meio dos aspectos físicos, formam-se processos de definição, identificação e reconhecimento do jornalista de celebridades, que influenciam na forma de tratamento concedido à prática e na forma de relacionar-se com os profissionais. O processo acentua-se na plataforma em que Hart trabalha, o meio televisivo.

Um repórter de televisão diferencia-se de um de jornal ou de rádio basicamente pela aparência. A televisão é um meio em que a imagem é fundamental, por isto uma repórter, por exemplo, deve estar sempre maquiada, penteada e bem vestida, principalmente da cintura para cima, que é o que aparece no vídeo. (...) É fácil identificar os repórteres de TV em uma coletiva: os homens estão de terno e as mulheres maquiadas e com a aparência apurada, o que não é exigido em uma emissora de rádio ou jornal (TRAVANCAS, 2011, p. 45-46).

Para a compreensão da realidade necessita-se de um quadro cultural de sentidos que permita a identificação da situação por meio do reconhecimento de tipos, entretanto não se deve reduzir as interações e as pessoas ao caráter delimitador das tipificações e dos estereótipos, uma vez que o processo simplifica a construção de sentidos a formas solidificadas em conjunturas de assimetrias de poder. Os tipos são importantes para a constituição de sentido, mas não podem determiná-la, assim questiona-se o caráter enrijecido e naturalizado das construções que devem ser entendidas como práticas sociais de aprendizado e, portanto, questionáveis. Segundo Hall (1997), “estereotipização é o que Foucault chamou o tipo de jogo ‘poder/conhecimento’. Este classifica as pessoas de acordo com a norma e constrói a

---

<sup>12</sup> “Stereotypes are widely held beliefs about the attributes of members of groups. While they were once and explicit, they are now subtler”. (LARSON, 2006, p. 83).

exclusão do ‘outro’. (...) Isto é também o que Gramsci chamou o aspecto de luta por hegemonia” (p. 259 [tradução minha]).<sup>13</sup>

Quando Hart aponta para a necessidade de procurar “um emprego de verdade”, remete-se ao desmerecimento associado à prática e ao imaginário sobre o jornalismo de celebridades que o caracteriza por meio de expressões como entretenimento, conteúdo “leve”, sensacionalismo ou fofoca.<sup>14</sup> A oposição jornalismo sério — ou atividade trabalhista em que há a prestação de serviço útil para o desenvolvimento social — (“emprego de verdade”) x jornalismo de celebridades reflete uma estereotipia. Trata-se de uma forma de realizar construções de sentido que se relacionam com a especialidade. Segundo Hall (1997), o processo de construção de estereótipos apresenta como efeitos a limitação à essência, o reducionismo e a naturalização.

Na expressão “um emprego de verdade”, percebe-se uma problematização do imaginário que diz do jornalismo de celebridades por meio do recurso da ironia. O humor da sentença de Hart reside na forma como a personagem critica a profissão que exerce ao julgá-la não digna de valor ou menos valorizável em relação aos trabalhos em que a utilidade pública encontra-se explícita e não se cogita o questionamento da prática em situações de observância das convenções sociais reconhecidas.

Deste modo, “mesmo” apresentando-se capacitado para produzir notícias sobre os famosos e trabalhando neste processo, o jornalista de celebridades profissional não se encontraria em um “emprego de verdade”. Embora apresente lugar

<sup>13</sup> “stereotyping is what Foucault called a ‘power/knowledge’ sort of game. It classifies people according to a norm and constructs the excluded as ‘other’. (...) it is also what Gramsci would have called an aspect of the struggle for hegemony” (HALL, 1997, p. 259).

<sup>14</sup> O vídeo *Fofoca (Porta dos Fundos)* faz uma crítica ao que se configura como notícia para o jornalismo de celebridades. Vídeo disponível em <[http://www.youtube.com/watch?v=fqH3\\_8CU5SI](http://www.youtube.com/watch?v=fqH3_8CU5SI)>. Acesso em: 29 abr. 2015. Outra representação midiática sobre o jornalismo de celebridades pode ser encontrada na novela *Império (Globo)* veiculada no período entre 21 de julho de 2014 e 13 de março de 2015. A teledramaturgia de Aguinaldo Silva apresenta duas personagens que são jornalistas de celebridades e objetivam noticiar sobre a vida dos “ricos e famosos”: o colunista social Téo (Paulo Betti) e a personagem Érika (Letícia Birkheuer). O programa *Na moral (Globo)* exibido no dia 12 de julho de 2012 tornou-se polêmico ao abordar a relação entre a profissão de *paparazzo*, a mídia e celebridade. Este se constitui como exemplo da ambígua associação entre mídia e celebridade e proporcionou o debate sobre a hipocrisia que permeia as corporações comunicacionais que alimenta, mas condena as especializações práticas que se voltam para a vida dos famosos.

de fala reconhecido, público e importância cultural, o jornalismo de celebridade não se encontra enquadrado nas dinâmicas de produção vigentes reconhecidas como complexas e sérias da sociedade e, deste modo, é percebido por meio de um imaginário que o desqualifica enquanto conteúdo, mas também no que tange aos aspectos da utilidade prática.

### **Considerações finais**

O primeiro passo para “quebrar-se” os estereótipos sobre o jornalismo de celebridades é considerá-los como construções sociais. Posteriormente, deve-se problematizar as reduções que generalizam a especialidade como trivial, atentando-se que a prática mobiliza profissionais capacitados e constitui-se como forma de produção de conhecimento, cultura e saber. Ao desvencilhar-se o olhar da perspectiva enviesada na qual se educou sobre o jornalismo de celebridades, pode-se compreendê-lo questionando-se os atributos considerados intrínsecos ao seu processo de formação (frivolidade, por exemplo) para que modos distintos de percepção crítica desenvolvam-se.

### **Referências bibliográficas**

ANTI POOF. In: *Os Padrinhos Mágicos (The Fairly Odd Parents)*. BRYAN, Michelle; CONRAD, Gary. EUA: 2010.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS EDITORES DE REVISTA. *Revistas Semanais*. 2013 x 2014 (janeiro a setembro). São Paulo: ANEER, 2014. Disponível em: <<http://aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao/>>. Acesso em: 19 jul. 2015.

GOMES, Mayra. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Hacker: Edusp, 2000.

HABERMAS, Jürgen. Acções, actos de fala, interacções linguisticamente mediadas e o mundo da vida (1988). In: \_\_\_\_\_. *Racionalidade e comunicação*. Traduzido por Paulo Rodrigues. Lisboa: Edições 70, 1996, p. 103-147.

HALL, Stuart. The Spectacle of the 'Other'. In: \_\_\_\_\_. (ed.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage/Open University, 1997, p. 223-290.

HONNETH, Axel. Padrões de reconhecimento intersubjetivo: amor, direito, solidariedade. In: \_\_\_\_\_. *Luta por reconhecimento. A gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Editora 34, 2003, p. 155-211.

LARSON, Stephnie. Racial Politics in Fictional Media: films and television. In: \_\_\_\_\_. *Media and minorities: The politics of race in new and entertainment*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 2006a, p.13-21.

\_\_\_\_\_. Representations of racial-minority Mass Politics. In: \_\_\_\_\_. *Media and minorities: The politics of race in new and entertainment*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, 2006b, p. 81-93.

LOURAS SE divertem mais. In: *Os Padrinhos Mágicos (The Fairly Odd Parents)*. CONRAD, Gary. EUA: 2005.

MEAD, Herbert. *Espírito, persona y sociedade*. Desde el punto de vista del conductivismo social. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 1973.

MEDEIROS, Fernanda. O jornalismo de celebridades em Caras e Quem. Cultura tabloide e comunicação com o leitor. 2014. *Dissertação* (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação e Artes, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

NEVEU, Érik. *Sociologia do jornalismo*. São Paulo: Loyola, 2006.

SEVERINO, Tiago. Jornalismo de Celebridades para quê? In: *Observatório da Imprensa*, Ano 14, n. 577, fev. 2010. Disponível em: <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornalismo\\_de\\_celebridades\\_para\\_que](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornalismo_de_celebridades_para_que)>. Acesso em: 19 abr. 2015.

TRAVANCAS, Isabel. Jornalista como personagem de cinema. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, XXIV, 2011. Campo Grande. *Anais...* Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/126095204111040878962932586357600200383.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2015.



## **O Significado e a presença da morte na internet:** **A ressignificação da morte a partir do *blog Morte sem Tabu***<sup>1</sup>

Milena do Socorro Oliveira Albuquerque<sup>2</sup>

### **Resumo**

Esse artigo objetiva analisar como a morte tem sido discutida a partir do *blog Morte sem Tabu*<sup>3</sup>, hospedado no portal da *Folha de São Paulo*, e sua respectiva página no *Facebook*. A morte é um assunto polêmico e timidamente discutido no corpo social. É preciso falar e discutir, quebrar o tabu presente em nossa sociedade. As redes sociais têm contribuído como espaço para tais discussões e mobilizações sociais fúnebres, garantindo maior repercussão da informação. Como método usaremos uma pesquisa qualitativa, entrevista com a idealizadora do *blog Morte sem Tabu* e com leitores do mesmo. A etnografia será realizada pela internet a partir de 8 matérias publicadas no *blog* da *Folha de São Paulo* e na *fan page* do *Facebook* onde os internautas expressam suas opiniões a respeito dos assuntos publicados. Baseado nos estudos teóricos de José Carlos Rodrigues (2006), Manovich (2006), Matos-Silva (2011), Renata Rezende (2011).

### **Palavras-chave**

Rede Social; Morte; *Fan Page*; *Blog*; Sociedade.

### **A difícil tarefa de falar da morte**

No atual cenário tecnológico, a comunicação não poderia deixar de permanecer presente nas relações sociais, intermediando assuntos vigentes à

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT4 - Representação Social e Mediações Socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC-Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC, sob a Orientação do prof. Dr. José Carlos Rodrigues. Mestre em Letras, especialista em Assessoria de Imprensa e bacharel em Comunicação Social. Atualmente é coordenadora do curso de Bacharelado em Comunicação Social: Multimídia, da Faculdade Estácio de Belém, campus IESAM.

<sup>3</sup> Publicação na *Folha de São Paulo*. Disponível: <http://www.folha.uol.com.br/>. Acesso: 15/07/2015.

sociedade, mesmo sendo estes polêmicos e de difícil aceitação, como o tema ‘morte’ e todas as outras questões relacionadas ao fim da vida humana. A tecnologia da informação tem modificado a forma como acontecem os relacionamentos sociais (CASTELLS, 2000 p. 17), a facilidade, a difusão e o compartilhamento de informações integram e interagem com um maior número de pessoas conectadas através da interface do homem com o computador (MANOVICH, 2006, p. 04). A psicóloga Ana Luiza Mano<sup>4</sup> enfatiza bem essa situação quando diz que “a atitude de anunciar uma morte tende a se reinventar na era da internet”.

Nessa vertente tecnológica, a morte tem ganhado espaço nas redes como forma de manter acesas experiências vividas pela humanidade. Sendo assim, este artigo tem o objetivo de examinar como a morte tem sido abordada e discutida nas redes sociais, especificamente no *blog Morte sem Tabu* e na sua *fan page* do *Facebook*. Este *blog* existe há pouco mais de 1 ano, no portal da Folha de São Paulo, e desde sua implantação debate o assunto morte que, para nossa sociedade, ainda é considerado polêmico e complexo.

É certo que a única certeza que se tem na vida é a morte e o repúdio a ela é grande e presente no seio social, que teme falar sobre o assunto e faz de tudo para o indesejável não acontecer, posto que na sua ocorrência causa transtorno e desequilíbrio no curso normal da vida. Uma coisa é encarar a morte como algo inscrito necessariamente no destino dos homens em geral, enquanto membro da classe dos seres vivos. Outra coisa é pensar a realidade de cada morte individual (RODRIGUES, 2006, p.17).

Edgar Morin (1997, p. 26), observa que a morte é percebida como uma mudança de estado, um “algo” que modifica a ordem normal da vida e, quanto mais o homem descobre a perda de sua individualidade, mais fica avesso à morte. Essa perda na individualidade é retratada da seguinte forma pelo autor:

A violência do traumatismo provocado por aquilo que nega a individualidade implica, portanto, uma afirmação não menos forte da individualidade, quer

---

<sup>4</sup> Membro do Núcleo de Pesquisas em Psicologia em Informática (NPPI) da PUC-SP.

seja a da própria pessoa ou a do ser querido ou próximo. A individualidade que se revolta diante da morte é uma individualidade que se afirma contra a morte (MORIN, 1997, p. 35)

E falar da morte é também o momento de reflexões sobre a fragilidade de nossa própria vida e as atitudes em relação a ela e a maneira de morrer nem sempre são manifestos positivos. Por isso, é preciso esconder, queimar, apressar, intervir de alguma forma. Mitificar, enterrar, comer, cremar são formas de interferência, tentativas simbólicas de definir o irreversível processo por caminhos balizados (RODRIGUES, 2006, p. 61).

Nesse contexto, tanto *blog* quanto a *fan page Morte sem Tabu* buscam falar e debater a finitude humana com mais liberdade e naturalidade. Utilizar as mídias digitais como canais mediadores de discussão sobre a morte, contribui para o melhor entendimento junto a sociedade. Além de serem consideradas redes e comunidades facilitadoras nas intermediações, permitem que diversos momentos da vida dos usuários sejam divulgados e compartilhados. Essas comunidades fazem parte de uma rede eletrônica autodefinida de comunicações interativas e organizadas ao redor de interesses ou fins em comum (CASTELLS, 2011, pp. 442-443).

A temática da morte visível no *blog* e na *fan page* está relacionada ao conceito de rede definido por França (2002, p. 58), em duas formas: a primeira, por se referir a um fenômeno empírico, a uma proximidade com a realidade contemporânea, que é o desenvolvimento e a expansão da tecnologia da informação, a globalização econômica e informacional, o sistema de funcionamento das novas técnicas de comunicação. Enquanto a segunda refere-se ao próprio estatuto teórico da noção de rede, que na visão da autora é uma metáfora, um novo conceito ou dispositivo analítico que permite interpretar o funcionamento da sociedade e traduzir a dinâmica dos processos comunicativos.

## **A ressignificação da morte a partir do *blog* Morte sem Tabu**

A reflexão acerca da morte a partir das tecnologias digitais tem despertado interesse de estudiosos brasileiros, em sua maioria dedicada às práticas de representação da morte no ciberespaço. Para este artigo, destacaremos a iniciativa do *blog Morte sem Tabu*, fundado em 2014, por Camila Appel<sup>5</sup>.

O *blog* encontra-se hospedado no portal da *Folha de São Paulo* e possui uma *fan page* no *facebook*, com 1.611 curtidas (até o momento da pesquisa). Nele é possível participar de discussões científicas, filosóficas ou sociológicas, bem como em enquetes sobre o tema da morte e a publicação de notícias, sobre suicídio assistido, obtuários, pena de morte, cadáver, velórios virtuais, grupos de apoio, entre outros.

Seu objetivo é falar abertamente sobre a morte, sua inserção no cotidiano e seus impactos na sociedade. Com visões científicas, religiosas, filosóficas, antropológicas e sociológicas, o *Morte sem Tabu* garante também ao leitor um melhor esclarecimento sobre as origens e as formas em lidar com a morte. Segundo Camila Appel, “a idealização do *blog* partiu do depoimento da atriz Odete Lara que dizia que a morte é o próximo tabu a ser quebrado na nossa sociedade, depois do sexo<sup>6</sup>”.

Tanto o *blog* quanto a *fan page* apresentam assuntos atuais referente a morte e a etnografia virtual realizada neste trabalho, contou com a seleção de 8 matérias publicadas, que possibilitou observar como são constituídas e mantidas as conexões nestes espaços virtuais. A etnografia é reconhecida por ser um método quanto um “produto resultante de uma pesquisa (relatório, narrativa)” (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p. 168). Com a internet, esta mesma etnografia passou a ser utilizada em novos espaços digitais, considerada como Etnografia Virtual, uma tendência como método/metodologia de pesquisa em ambientes virtuais, que visam

---

<sup>5</sup> Dramaturga e *blogueira* da *Folha de São Paulo*.

<sup>6</sup> Depoimento de Camila Appel, disponível: <https://www.facebook.com/mortesemtabu?fref=ts>. Acesso: 27/07/2015.

soluções metodológicas para estudo do ciberespaço. Sendo este, espaço/símbolo mesmo que modificados, continuam sendo um local onde se conservam e se preservam ritos, o que pode ajudar a compreender algumas características da cultura contemporânea (REZENDE, 2011, p. 2).

Mesmo ainda sendo um tabu em nossa sociedade, a morte é tema comum nos ensaios antropológicos, filosóficos e sociológicos. Há uma linha de raciocínio, defendida pelo antropólogo José Carlos Rodrigues (2006, p. 60) em seu livro “*Tabu da Morte*”, que tudo que representa o insólito, o estranho, o anormal, o que está à margem das normas, tudo o que é intersticial e ambíguo, tudo o que é anômalo, tudo que é desestruturado, pré-estruturado e antiestruturado, tudo o que está a meio caminho entre o que é próximo e previsível e o que é longínquo e está fora de nossas preocupações, tudo o que está em nossa proximidade imediata e fora de nosso controle, é germe de insegurança, inquietação e terror: converte-se imediatamente em fonte de perigo.

O desconforto com a morte também pode estar ligado à busca pela imortalidade e ao afastamento dos doentes do circuito social para o isolamento do hospital, em contraposição a um costume não mais usual onde os familiares morriam e eram velados dentro de casa. Negar a morte e tudo relacionado a ela, inclusive as discussões a seu respeito são pontos fundamentais para mantê-la distante do convívio social. Mas a ideia da construção do blog, conforme Appel foi para analisar o tema, discuti-lo, trocar experiências e não reprimi-lo.

As 08 matérias publicadas no *blog* da Folha de São Paulo e na *fan page* do Facebook, datam o período de um ano (2014 a 2015), são elas: 1) “Como falar sobre morte com as crianças”; 2) “Para que serve um cadáver”; 3) “Enterrar ou cremar?”; 4) “Sobre o direito de morrer”; 5) “Um dia para morrer – a discussão no Brasil”; 6) “Mães para sempre – a dor da perda de um filho”; 7) “Procura-se uma boa morte: cuidados paliativos” e 8) “Nação da ferida aberta”.

Iniciamos com a matéria “Como falar sobre morte com as crianças”, publicada no dia 25 de novembro de 2014, contendo mais de 2 mil compartilhamentos. Este



assunto chamou atenção pelo número de compartilhamentos e pelos comentários dos internautas. Apesar de ser um assunto delicado para maioria dos pais, é preciso considera-lo e debatê-lo em algum momento da vida. Para melhor esclarecer aos internautas, o *blog* entrevistou a psicóloga Lucélia Paiva, especialista em situações de morte, perdas e luto, há mais de 20 anos.

A biblioterapia é um processo clínico terapêutico apresentado pela psicóloga, por consistir na utilização de livros para processos terapêuticos. Segundo a profissional, a literatura infantil serve como mediadora da comunicação com a criança, pois aborda temas como morte e perdas, desenvolvendo a imaginação e permitindo que se coloquem como personagens das histórias, o que facilita a expressão das ideias e sentimentos.

De acordo com Appel:

Lucélia acredita ser fundamental falar de morte com as crianças porque ela permeia o universo infantil e seu cotidiano. Elas entram em contato com o tema através de notícias, dos desenhos animados (que sugerem a imortalidade, quando Pica Pau é atropelado, vira papel e logo volta ao normal) e dos videogames (onde é possível driblar a morte). Mas a criança está disposta a saber a verdade sobre a morte e pergunta sobre ela de várias maneiras, é o adulto que evita falar sobre o assunto<sup>7</sup>.

Nesse viés, a entrevista apresenta três atributos básicos para a criança compreender ao se falar de morte: a universalidade (que todo ser vivo morre e vai morrer um dia, como a plantinha, os animais, o papai, a mamãe e ela mesma), a irreversibilidade (quem morre não volta mais – isso quer dizer que a criança não pode ficar esperando vovô “voltar de férias”) e a não funcionalidade (o corpo para de funcionar na morte). Esses conceitos são aprendidos entre os cinco e sete anos de idade.

Tanto no *blog* quanto na *fan Page*, os internautas publicaram suas opiniões sobre o assunto, promovendo a interação e o compartilhamento das informações, visualizados nas figuras 01 e 02.

<sup>7</sup> Disponível: <http://mortesemtabu.blogfolha.uol.com.br/2014/11/25/como-falar-sobre-morte-com-as-criancas/>. Acesso: 03/08/2015.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.



Figura 01



Figura 02

Appel, ao destacar a opinião de Lucélia, frisa que encarar essa questão, desde cedo possibilita à criança, e seu futuro adulto, a “elaborar o processo de luto com mais facilidade, e provavelmente, se relacionar melhor com as situações inevitáveis, sendo capaz de encarar a morte como algo que faz parte do processo de viver”.

A segunda matéria selecionada “Pra que serve um cadáver?”, publicada no dia 4 de julho de 2015, destaca a obra da jornalista norte-americana Mary Roach, “Curiosidade Mórbida: a Ciência e a Vida Secreta dos Cadáveres”, escrita em 2003 e somente editada pela primeira vez no Brasil neste ano (ed. Paralela, 2015).

A jornalista mergulha no universo dos cadáveres e suas contribuições para o progresso da humanidade. Para ela “cada cultura tem uma linha do tempo diferente para quebrar tabus, seja relacionado ao sexo, à morte ou à raça, e poder olhá-los por uma perspectiva científica ao invés de religiosa ou emocional”.

A autora relata que, durante a pesquisa, acompanhou, por exemplo, cadáveres serem cobaias em simuladores de acidentes de carro, experimentos que contribuíram para a indústria automobilística analisar o quanto a força de um corpo humano real pode suportar e fazer carros mais seguros. O para-brisa, o airbag e o cinto de segurança de três pontos são frutos de pesquisas como essas. A matéria mostra, claramente, a necessidade e a relevância da utilização dos cadáveres em prol do desenvolvimento e crescimento da humanidade, além de apresentar uma nova visão da usabilidade de como esses cadáveres são úteis para ciência. Na figura 03, apresentamos alguns dos depoimentos dos internautas que seguem a fan page do Morte sem Tabu.



Figura 03

Na matéria “Enterrar ou cremar?”, Camila Appel faz um questionamento sobre a escolha que o indivíduo deve fazer antes de morrer: ser enterrado ou cremado?. Questionamento que dificilmente é assunto de família, amigos e parentes próximos, pois além de não se saber exatamente quando se vai morrer, nossa iniciativa é tentar desviar o máximo esse assunto das conversas. Apesar disso, é sempre bom pensar nessas opções, pois em qualquer momento da vida, pode ser útil.

A intenção de Appel, com esse tema, é mostrar que já existem pessoas procurando desenvolver seus próprios pensamentos a respeito disso, estimulados pelo rápido acesso às informações. “Se estamos reformulando o sexo, a psique, como a sociedade se relaciona, além do que um determinado dogma religioso possa proporcionar, pode fazer sentido que o mesmo seja feito a respeito da morte”<sup>8</sup>.

Appel faz um levantamento histórico sobre o processo de cremação que por muitos anos foi proibido pela Igreja Católica e que apesar de hoje já ser permitido, o hábito do enterro continua em voga na América Latina. Diferente de outros países como China, Japão e Índia influenciados pelo budismo e hinduísmo, a cremação é mais comum, apesar de ainda se usarem o sepultamento.

A crença budista diz que o fogo regenera o corpo, preparando-o para as próximas reencarnações. Mas a cremação deve ocorrer alguns dias após a morte, respeitando o tempo que a alma leva para deixar o corpo. O espiritismo também prefere não cremar o corpo diretamente após o falecimento, já que o espírito estaria apegado ao corpo e o tempo para o desapego seria inversamente proporcional à elevação do espírito<sup>9</sup>

A cremação é uma técnica muito antiga. Os gregos e os romanos cremavam seus corpos, por volta de 1000 a.c. Era considerado um destino nobre aos mortos. O sepultamento era uma opção dada aos criminosos. O povo Hebreu começou a sepultar seus mortos, o que levou a Igreja Católica a adotar esse ritual, e considerar o ato da cremação desumano e a prática de “falsas religiões”, ou seja, uma prática pagã.

<sup>8</sup> Depoimento de Camila Appel. Disponível:  
<http://mortesemtabu.blogfolha.uol.com.br/2014/10/20/enterrar-ou-cremar/>. Acesso: 29/07/2015.

<sup>9</sup> Idem

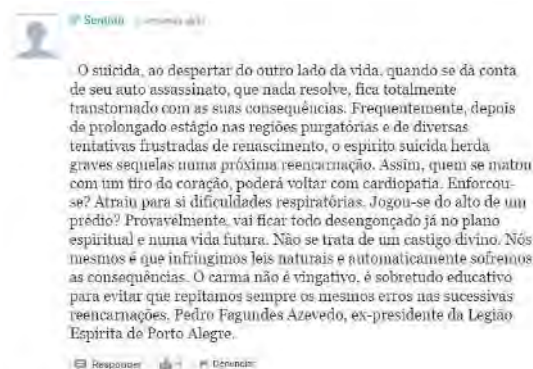
Nas matérias “Sobre o direito de morrer” e “Um dia para morrer – a discussão no Brasil”, Appel inicia os textos relatando a complexidade dos assuntos, a legalização de opções como suicídio assistido e a eutanásia. Segundo ela, o primeiro já foi aprovado no estado de Oregon, permite que o paciente tenha acesso a remédios e dê fim à própria vida, no momento e local de escolha. Quanto ao segundo, já autorizada na Bélgica, na Holanda e em alguns lugares da Suíça, permite que o paciente morra pelas mãos de profissionais da saúde, pois são eles que dão ou injetam os remédios letais, ou desligam aparelhos que mantêm a vida artificialmente. Assim, na eutanásia, abrevia-se a vida do paciente. A palavra é de origem grega e significa “boa morte”.

O tema sobre o suicídio assistido é apresentado pela dramaturga através de argumentos a favor e contra e considerações a serem discutidas na elaboração de leis nesse sentido. Quanto à primeira posição, tem-se a revista inglesa “The Economist” que é favor, totalmente a favor do suicídio assistido e considera sua legalização uma questão de tempo. Enquanto médicos especializados em cuidados paliativos são contra essas medidas por defenderem a ideia que somente quem estiver mal amparado desejará morrer. E a partir desses argumentos, os seguidores do *blog* participam expondo seus pensamentos e opiniões sobre o assunto. Como exemplo, alguns depoimentos, na figura 04:





8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.



Para Appel, o suicídio assistido é uma tristeza profunda, mostra uma contradição gigantesca sobre a essência humana – aquilo que chamamos de instinto de sobrevivência. Ele representa uma contradição. E não é uma contradição como falar que se é contra a desigualdade social e ir para Miami fazer enxoval. Ela representa uma contradição na alma.

Na matéria “Um dia para morrer – a discussão no Brasil”, o *blog* aborda a história da americana Brittany Maynard, que ao ser diagnosticada com um câncer maligno no cérebro decidiu pelo suicídio assistido no dia 1º de novembro de 2014, em sua casa no Oregon, nos Estados Unidos. O depoimento da americana foi feito através de uma carta deixada para amigos e familiares:

*"Adeus mundo"*

"O mundo é um lugar bonito, viajar tem sido a minha forma de aprendizado... Agora, enquanto escrevo, tenho uma corrente de apoio em volta da minha cama ... Adeus, mundo. Espalhem boas energias. retribuam!". (...) "Adeus a todos os meus queridos amigos e família que eu amo", escreveu em sua conta no *Facebook*. Hoje é o dia que eu escolhi para morrer com dignidade por causa da minha doença terminal, esse terrível câncer no cérebro que tomou tanto de mim ... mas que poderia ter tomado muito mais", escreveu o jovem, segundo a revista *Time*".<sup>10</sup>

O *blog* e a *fan page* publicaram no dia 09 de abril de 2015, o tema “Mães Para Sempre” – a dor da perda de um filho, com mais de 2,5 mil compartilhamentos. A

<sup>10</sup> Disponível: <http://mortesemtabu.blogfolha.uol.com.br/2015/07/22/sobre-o-direito-de-morrer/>. Acesso: 03/07/2015

matéria foi baseada em casos de mães que perderam seus filhos subitamente e a criação da comunidade no *Facebook* ‘Mães para sempre’. Esta comunidade foi criada por Amanda Tinoco, onde encontrou uma forma de superar a perda de seu filho único Gabriel, que morreu aos 16 anos atropelado por um ônibus, em janeiro de 2014. Amanda conta que quando soube da notícia ficou em estado de choque e que nunca tinha imaginado que ele pudesse morrer. “Eu já tinha imaginado a morte de todo mundo ao meu redor, a dele nunca. Para mim ele era imortal. Pegar o atestado de óbito e o laudo cadavérico foram ações completamente surreais”.

A iniciativa de Amanda em criar a comunidade no *facebook* foi de poder expressar e compartilhar seus sentimentos com outras mães que passaram pelo mesmo problema.

Dedicar horas do meu tempo na preparação de *posts* e em conversas com outras “Mães Para Sempre” faz com que eu me sinta bem, de alguma forma, diante de tanta dor e saudade. Falamos a mesma língua e compartilhamos os mesmos sentimentos. Por isso temos paciência, compaixão e solidariedade umas com as outras. Minha comunidade, assim como muitas outras que existem, é um recanto de acolhimento, amor e respeito aos nossos sofridos corações de mães.<sup>11</sup>

A entrevista com Amanda também enfatiza o quanto nossa sociedade é despreparada para lidar com a morte. “Eu nunca imaginei que meu filho pudesse morrer isso acabou comigo. Nunca falei com o Gabriel sobre a morte, nem sei o que ele pensava do assunto e acho importante que isso seja conversado, como algo normal, porque é um fato, todo mundo vai morrer”<sup>12</sup>.

“Procura-se uma boa morte: cuidados paliativos”, publicada no dia 30 de julho de 2015, com 750 compartilhamentos (até a finalização do artigo), explora a questão de quando um paciente é considerado portador de uma doença fora das possibilidades de cura, ele pode passar a ser amparado por uma área de atuação da medicina chamada de cuidados paliativos. Segundo Maria Goretti Salles Maciel, presidente da Academia Nacional de Cuidados Paliativos (ANCP), os cuidados paliativos são

<sup>11</sup> Disponível: <http://mortesemtabu.blogfolha.uol.com.br/2015/04/09/maes-para-sempre-a-dor-da-perda-de-um-filho/>. Acesso: 04/08/2015.

<sup>12</sup> Idem.

atendimentos multidisciplinares para pacientes com uma doença ameaçadora da vida. Mas a preocupação central dos cuidados paliativos não é a morte em si. É com o processo do morrer, que é lento, porque começa com o diagnóstico de uma doença grave e envolve toda a família do paciente. Sua finalidade é propor um novo olhar e à busca por uma morte de maior qualidade, ou uma vida de maior qualidade como os paliativistas preferem dizer, até a morte chegar.

Na entrevista feita pelo *Morte sem Tabu*, a médica Goretti enfatiza que um dos princípios é não usar tratamentos abusivos, que tenham mais impacto negativo do que positivo na qualidade de vida que resta. Permeia o conceito da ortotanásia, que é deixar a morte ocorrer naturalmente e não tentar prolongá-la a qualquer custo com o uso das tecnologias disponíveis.

O paciente é atendido por uma equipe multidisciplinar, formada por médicos, enfermeiros, fonoaudiólogos, psicólogos, fisioterapeutas, assistentes sociais e assistentes espirituais que discutem caso a caso de forma integrada e personalizada. Olha-se para o paciente como uma pessoa (e parte de um núcleo familiar) e não como uma doença, como costuma-se dizer.<sup>13</sup>

O *blog* faz um levantamento histórico e o Canadá foi o primeiro país a adotar o termo ‘cuidados paliativos’, que deriva do latim *pallium* e significa cobrir com manto. É o manto protetor que simboliza o cuidar que faz parte do olhar proposto pelos médicos paliativistas.

“Nação da ferida aberta”, último assunto selecionado, em função da forma emblemática que a morte é definida. O falecimento de uma pessoa nos causa comoção porque nos desperta o maior de nossos medos. Sobre esse assunto, Appel exemplifica com a morte do cantor sertanejo Cristiano Araújo, que recentemente sofreu um acidente de carro fatal. Apesar do seu auge na fama, o cantor ainda era desconhecido por boa parcela da população, que passou a conhecê-lo por meio das redes sociais e a cobertura midiática sobre o acidente e a morte do mesmo.

O *blog* frisou como a morte de Cristiano Araújo não foi só a dor de fãs, mas uma comoção nacional. Ela refletiu a morte de cada indivíduo, a cada jovem que

---

<sup>13</sup> Disponível: <http://mortesemtabu.blogfolha.uol.com.br/2015/07/30/procura-se-uma-boa-morte-cuidados-paliativos/>. Acesso: 04/082015.

exagera da velocidade. “Ele foi um espelho para aquele que tem filho de uns vinte anos e não aguenta mais madrugadas acordado morrendo de medo de um acidente e quem sabe imaginando milhares de possíveis acidentes e uma ligação da polícia rodoviária. Ele toca naquela que pede para sua filha usar cinto de segurança e não ultrapassar o limite de velocidade, mesmo sabendo que ela ainda se considera imortal e muitas vezes tem a cabeça oca. Ele lembra que o sucesso não garante vida eterna e os que hoje se veem em ascensão nas suas carreiras, podem vê-las ceifadas em um segundo, em uma derrapada de pneu. E fortalece a sensação de que, enfim, não controlamos tudo na vida. É uma carta na cara – a morte existe para todos, não importa a idade, o sucesso profissional, ou a quantidade de fãs que uma pessoa tem”<sup>14</sup>.

## **Considerações Finais**

A tecnologia tem propiciado novas formas de interação e compartilhamento de informação, o que tem sido notável no comportamento social que transita por diversos de assuntos, mesmo os mais complexos como a morte. Por essa vertente tecnológica, as redes sociais têm representado mudanças culturais nas formas de produção, distribuição e comunicação mediada pelo computador.

Será que estamos diante de uma nova sociabilidade mais livre, disposta a interagir, falar, discutir assuntos vigentes? As redes sociais têm-se mostrado como canais de integração, reunindo pessoas, que mesmo distantes geograficamente, dividem e difundem informações diversas sobre determinados assuntos. Nesse universo digital, percebe-se a necessidade da exposição de textos, imagens, e vídeos como forma de exprimir ideias, sentimentos e opiniões.

Tudo o que foi ou é vivido diretamente se torna visível e materializado a partir do olhar do outro. A partir da mediação das imagens e mensagens veiculadas nas

---

<sup>14</sup> Idem.

redes sociais, os indivíduos passaram a viver em um mundo movido pela interligação permanente de fatos, notícias, produtos e mercadorias. No caso específico do *blog Morte sem Tabu*, a presença da morte no ciberespaço promove uma nova maneira de falar e conviver na presença dela. Os assuntos discutidos no *blog* passam a ser pensados e dialogados, através dos comentários que os membros do grupo deixam nos *posts*, uma nova prática onde a morte é, acima de tudo, explicitada e compartilhada.

## Referências

CASTELLS, M. *A cultura da Virtualidade real*. In: A Sociedade em Rede – A Era da Informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo, Paz e Terra, 1999.

\_\_\_\_\_. *Conclusão: a sociedade em rede*. In: A Sociedade em Rede – A Era da Informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo, Paz e Terra, 1999.

FRANÇA, V. *Do Telégrafo à Rede: o trabalho dos modelos e a apreensão da Comunicação*. In: PRADO AIDAR (org) *Crítica das Práticas Midiáticas*. São Paulo, Hacker Ed, 2002.

MANOVICH, L. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós, 2006.

MORIN, Edgar. *O homem e a Morte*. Rio de Janeiro: Europa-América, 1997.

MATOS-SILVA, Mariana Santiago de. *“Teclando com os Mortos”*: um estudo sobre o uso do Orkut por pessoas em luto. 2011. 152. Tese (Doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2011.

RODRIGUES, José Carlos. *Tabu da Morte*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2006.

REZENDE, Renata. —Um lugar para os mortos: os usos das comunidades virtuais como cemitérios digitais. In: *XVI Intercom - Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste*, 2011, São Paulo. Disponível:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-1262-1.pdf>

Blog Morte Sem Tabu. In: Folha de São Paulo (Internet)

<http://mortesemtabu.blogfolha.uol.com.br>. Acesso: 10/07/2015.



## **DO ACONTECIMENTO *BEIJO GAY* AOS SEUS PÚBLICOS:<sup>1</sup>** O papel do simbólico na construção dos sujeitos e da vida social

Pâmela Guimarães da Silva<sup>2</sup>

### **Resumo**

O objetivo deste texto é analisar o *acontecimento* intitulado *beijo gay* construído pela telenovela *Amor à Vida*, a fim de compreender a dupla dimensão de poder que uma ocorrência como essa apresenta: o *poder de afetação* (como ele toca e sensibiliza os públicos construídos pelo acontecimento) e o seu *poder hermenêutico* (o que ele revela da sociedade). Além disso, tematizamos como uma telenovela, que constrói representações em torno da homossexualidade, convoca os sujeitos a se posicionarem, (re)configurando sentidos em relação a ela e a si. O referencial teórico é delimitado a partir das noções *representação social*, *acontecimento*. A grade analítica utilizada divide-se em três categorias: descrição; narração; constituição de um contexto de pano de fundo.

### **Palavras-chave**

Representação Social; Acontecimento; Públicos; Homossexualidade; *Beijo gay*

### **Introdução**

Nosso ponto de partida é a urgência de se discutir a temática da homossexualidade e da homofobia no Brasil, levando em conta alguns dados recentes. Em um levantamento realizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)<sup>3</sup>, 59% dos entrevistados disseram se sentir desconfortáveis ao ver um beijo entre dois homens ou entre duas mulheres. O Relatório Anual de Assassinatos de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 Representação Social e Mediações Socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, dentro da linha "Processos Comunicativos e Práticas Sociais". Integra a equipe de pesquisadores do GRIS (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade - UFMG). Atualmente é assessora de comunicação social na Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, atuando como gestora de conteúdo para mídias digitais.

<sup>3</sup> Disponível em:

<[http://ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/140327\\_sips\\_violencia\\_mulheres.pdf](http://ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/140327_sips_violencia_mulheres.pdf)>. Acesso em 20 de novembro de 2014.

Homossexuais no Brasil em 2014, divulgado pelo Grupo Gay da Bahia,<sup>4</sup> traz a informação de que foram documentadas 326 mortes de gays, travestis e lésbicas no Brasil, incluindo nove suicídios.<sup>5</sup> Segundo o relatório, acontece “um assassinato a cada 27 horas”. Um aumento de 4,1 % em relação ao ano anterior.<sup>6</sup> Já o relatório de 2012 sobre violência homofóbica<sup>7</sup> no Brasil, produzido pela Secretaria de Direitos Humanos, registrou 27 denúncias por dia no referido ano. 83,2% delas foram relativas a violências psicológicas (humilhação, hostilização e ameaças) e 32,68% à violência física. Esses dados não trazem toda a complexidade das temáticas da homossexualidade e da homofobia no Brasil, mas exibem a importância do debate e da reflexão sobre o assunto.

Em um primeiro momento, falar da temática em uma telenovela pode parecer irrelevante, uma discussão vazia, afinal, o folhetim é um produto cultural destinado ao entretenimento. Um pensar pragmático pode supor que o debate seja mais frutífero em campos de conhecimento que gerem mudanças visíveis, como o direito ou a psicologia, por exemplo. Mas será?

A telenovela proporciona um diálogo entre a sociedade e a cultura (KELLNER, 2001, p.15), que gera um modo (novo) de ver a homossexualidade, assim como qualquer outra representação que ela apresente. A vida social está em constante processo de (re)construção e é a “experiência humana que funda a realidade social, constituindo discursivamente o universo de valores, referências e normas que orientam a vida dos indivíduos” (FRANÇA; SIMÕES 2007, p.48). Essas construções discursivas se dão a ver por meio de narrativas pessoais e coletivas que configuram as práticas sociais e a construção de entendimentos sobre o “eu” e sobre “o outro”; sobre o “nós” e o “eles” (MARQUES, 2009, p.2). Assim, consideramos profícuo lançarmos

---

<sup>4</sup> O Grupo Gay da Bahia é a mais antiga associação de defesa dos direitos humanos dos homossexuais no Brasil, fundado em 1980. Faz parte do comitê que compõe a Comissão Internacional de Direitos Humanos de Gays e Lésbicas (IGLHRC). Disponível em: <<http://www.ggb.org.br/ggb.html>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2015.

<sup>5</sup> O grupo se baseia em notícias que saem em jornais, entre outras fontes.

<sup>6</sup> Disponível em: <<http://grupogaydabahia.com.br/2015/01/13/assassinato-de-lgbt-no-brasil-relatorio-2014/>>. Acesso em: 28 de fevereiro de 2015.

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.sdh.gov.br/assuntos/lgbt/pdf/relatorio-violencia-homofobica-ano-2012>>. Acesso em: 02 de novembro de 2014

nosso olhar para o acontecimento intitulado *beijo gay*, da telenovela *Amor à Vida*, a fim de compreender como ele afetou os públicos construídos por essa ocorrência. Acreditamos que quando questões concernentes às minorias são abordadas por uma telenovela, elas ganham uma visibilidade capaz de instaurar um debate público que convoca os sujeitos e grupos a se posicionarem.

### **A comunicação e a disputa de sentidos**

De partida, compreendemos que os mais diversos processos comunicacionais são partes integrantes das formas de sociabilidade. Também nos filiamos ao autor Louis Quéré (1991), o qual abandona o paradigma que encerra comunicação em um modelo emissor/receptor e propõe uma nova forma de pensar a comunicação, um esquema *constitutivo*. Em consonância com Quéré, Vera França aponta para uma ação comunicacional relacional que se constrói por e na interlocução. De forma conjunta, essas perspectivas nos apresentam um modelo *praxiológico* de comunicação que elabora a prática comunicacional como um processo de interação, por meio do qual, o ato de comunicar passa a ser um processo que se traduz em uma modelagem mútua do mundo, não se reduzindo mais a simples transferência de informação. (FRANÇA, 1998, 2006; MENDONÇA, 2009, QUÉRÉ, 1991; SIMÕES, 2009).

Dentre as variadas formas de interação, uma que apresenta destaque na contemporaneidade diz respeito à produção midiática<sup>8</sup>. Isso porque, seu papel, produção e circulação das formas simbólicas nas sociedades modernas são tão fundamentais, e seus produtos se constituem em traços tão onipresentes da vida cotidiana, que é difícil imaginar o que seria viver sem eles como afirma (THOMPSON, 2009. p.201). Para além disso, entendemos que a mídia “conforma a visão de mundo, a opinião pública, valores e comportamentos” e é um espaço onde se “travam batalhas pelo controle” (KELLNER, 2001, p.54). Estas disputas estão associadas ao poder histórico exercido por grupos dominantes e resultam em um

---

<sup>8</sup> Apropriamo-nos do termo *mídia* como conceituado pela autora Vera França (2012): “A expressão mídia [...] engloba os velhos e novos meios: os meios massivos, os meios de acesso individual, enfim, tudo aquilo que serve para comunicar, para transmitir uma informação, criar uma imagem. E aí entram tanto o jornal impresso quanto o webjornalismo; tanto a teatro quanto a tevê; tanto os espaços da cidade quanto os nossos próprios corpos”. (FRANÇA, 2012, p.10-11)

tensionamento por parte dos grupos marginalizados por maior visibilidade dentro deste espaço de poder. Nesta arena de disputa, a mídia passa a ter um papel paradoxal, serve tanto para reproduzir interesses e promover a dominação, quanto para dar aos indivíduos força para a resistência (KELLNER, 2001, p. 64).

Em relação à temática da homossexualidade há, na sociedade brasileira contemporânea, uma disputa simbólica sobre a manutenção de uma história estigmatizada da sexualidade e uma negação à existência das diversas sexualidades. Por consequência, da possibilidade de constituição de múltiplas memórias e entendimentos sobre o tema. É uma disputa por ser o *sujeito em comunicação* ou da *comunicação*, ou seja, sujeito com o poder de fazer a história do outro, de afeta-lá (FRANÇA, 2006, p.86).

Cabe ressaltar aqui que as (homos)sexualidades não possuem uma definição consensual . E, enquanto conceito recebe influências de uma vasta gama de campos de conhecimento, sociais, políticos, históricos, psicológicos, jurídicos, econômicos, culturais, médicos, morais, religiosos, entre outros. “No amplo escopo de possibilidades dos arranjos sociais, a sexualidade e, especificamente, a homossexualidade, assumiu diversas formas de expressão” (PRADO; MACHADO, 2008, p.2). Conceitos e expressões esses que se modificam com o passar do tempo.

Esta indefinição se dá porque a homossexualidade é [...] mais que o comportamento sexual entre pessoas do mesmo sexo, é mais que a orientação do desejo sexual para pessoas do mesmo sexo, e é mais que nutrir afetos por pessoas do mesmo sexo. A homossexualidade pode abranger todas essas características, parte delas ou ainda ultrapassar essas definições através dos complexos arranjos culturais que o ser humano é capaz de criar (PRADO; MACHADO, 2008, p.28)

As (homos)sexualidades são, portanto, uma rede de construção intersubjetiva. Um entrecruzamento de discursos, práticas e ideias, que sofrem (tentativas de) influências de práticas, valores e instituições (JOAS, 2012, p.275). E são essas construções intersubjetivas sobre um tema que fundam um mundo simbólico para os sujeitos e nos próprios sujeitos e proporcionam estabilidade, ou a falta dela, às conquistas alcançadas. Assim, na próxima seção, trataremos de como se constrói e se

da a ver esse simbólico compartilhado, a partir de dois conceitos: estigma e representação social.

### **O papel central do simbólico e das representações**

Ao longo dos anos, a homossexualidade passou por diversas mutações, já foi classificada como: pecado, crime e doença mental. Foi só em 17 de maio de 1990 que a Organização Mundial de Saúde (OMS) retirou a homossexualidade da lista internacional de doenças. Embora, oficialmente não seja mais considerada doença, ela é, permanentemente, reconfigurada e carrega em si esse status do “algo errado”. Para falar sobre esse status, que não reside no comportamento homossexual em si, mas nos significados em torno dele, acionamos o conceito de *estigma* de Goffman (1988).

Segundo o autor, estigma “é a situação do indivíduo que está inabilitado para aceitação social plena” (GOFFMAN, 1988, p.7). Ele destaca que, na contemporaneidade, existem três tipos de estigmas: 1) deformidade física; 2) as culpas de caráter individual; e 3) os estigmas coletivos. Interessante notar aqui que as homossexualidades e suas nuances abarcam as três formas de estigma. Notam-se, ainda, duas dimensões de indivíduos estigmatizados que se aplicam de forma mais nítida aos homossexuais, a saber: os indivíduos desacreditados e desacreditáveis (GOFFMAN, 1988, p.7). O indivíduo desacreditado é aquele cujo estigma é imediatamente evidente ou já é conhecido pelas pessoas à sua volta. O desacreditável é aquele com um estigma que não está imediatamente aparente e nem se tem dele conhecimento prévio. Essa divisão gera tensões diferentes. No caso do indivíduo desacreditado, o problema que se coloca é a manipulação da tensão gerada durante os contatos sociais; no caso do desacreditável é a manipulação da informação sobre o seu estigma, “Exibi-lo ou ocultá-lo; contá-lo ou não contá-lo; revelá-lo ou escondê-lo; mentir ou não mentir; e, em cada caso, para quem, como, quando e onde.” (GOFFMAN, 1988, p. 51).

Importante pontuar também que o que faz o estigma ser uma marca depreciativa não é inerente ou fixo aos indivíduos e grupos, mas socialmente construído e pode variar com o contexto. Para falar sobre essas construções sociais e



como elas variam em relação ao tempo e ao espaço, acionamos o conceito de *representação social*.

O conceito de representação social é abordado pelo psicólogo social francês Serge Moscovici (1961), em sua obra *La psychanalyse, son image et son public*, cuja tradução em português é *A psicanálise, sua imagem e seu público*. No Brasil, a publicação dos estudos do conceito de representação social de Serge Moscovici foi feita em 1978, sob o título de *A representação social da Psicanálise*. Na definição do autor, a representação social refere-se ao posicionamento e localização da consciência subjetiva nos espaços sociais, com o sentido de constituir percepções por parte dos indivíduos. Nesse sentido, as representações de um objeto social passam por um processo de formação, entendido como um encadeamento de fenômenos interativos, fruto dos processos sociais no cotidiano do mundo moderno.

Segundo Simões (2010, p.5), as representações podem ser compreendidas como universos de sentidos que emergem a partir da experiência dos seres humanos no mundo. Elas dizem de sentidos ou significados que emergem do contexto social e histórico da sociedade, aos quais pertencem e onde são produzidas. Para França (2004), as representações são como um processo em movimento reflexivo, “espelhando diferenças e movimentos da sociedade; [...] enquanto sentidos construídos e cristalizados, elas dinamizam e condicionam determinadas práticas sociais” (FRANÇA, 2004, p. 19). Com base nas pesquisadoras, é válido considerar que o papel do social na efetividade das representações é central.

Isso posto, podemos inferir que o estigma também é da ordem do simbólico e é (retro)alimentado (tanto pelos sujeitos estigmatizados quanto pelos sujeitos que impõem o estigma ao outro) a partir das representações sociais que se estabelecem em determinado tempo e local. E, é diante desse quadro conceitual, entendemos que ao falar das homossexualidades estamos lidando muito mais com o simbólico do que com uma definição pontual, falamos de construções sociais que agem a partir do conjunto de referências que norteiam a vida das pessoas. Essas construções não devem ser entendidas como uma cópia da realidade ou do sujeito, mas em uma instância intermediária que transporta o objeto para perto/dentro do nosso espaço

cognitivo. Ou seja, ao pensarmos na homossexualidade, convocamos todas essas construções anteriores, que realizamos ao longo da vida. E assim, tanto os estigmas como as representações, de modo mais amplo, se tornam expressões da realidade social. Sendo justamente essa a importância de se problematizar a visibilidade conferida pelos meios de comunicação à multiplicidade de memórias e representações sobre a temática LGBT.

### **O beijo gay como acontecimento agenciador de públicos**

Um dos produtos midiáticos de grande permeabilidade e aceitação na cultura brasileira é a telenovela. A ficção é um dos materiais simbólicos que subsidiam o processo de construção da vida social. Os telespectadores sofrem a afetação dos discursos das telenovelas, ao mesmo tempo em que são convocados a agir e se posicionar em relação a esses discursos. Os sentidos e as construções simbólicas dessas interações são construídos nesse duplo movimento da *experiência*, que envolve um agir e um sofrer (DEWEY, 2010, p.109). Um indivíduo que lê um romance ou assiste a uma novela não está simplesmente consumindo uma fantasia; ele está explorando possibilidades, imaginando alternativas, fazendo experiências com o projeto do *self* (THOMPSON, 1998, p.202).

Desde a década de 1970 até o ano de 2013, foram aproximadamente 126 personagens LGBTs em 62 novelas (SILVA, 2015, p.12). Em cada momento, as representações ocorreram de formas distintas, (re)construindo sentidos diferentes sobre a temática. Uma das telenovelas contemporâneas em que o tema da homossexualidade recebeu ampla visibilidade foi *Amor à Vida*,<sup>9</sup> que apresentava dois núcleos com personagens homossexuais protagonizados por Felix (Mateus Solano), Niko/Carneirinho (Thiago Fragoso) e Eron (Marcello Antony). Os dias que antecederam o último capítulo da narrativa foram marcados pela expectativa em torno de um possível *beijo gay* – até então inédito nas telenovelas da Rede Globo – entre Felix e Niko, que se concretizou nas últimas cenas da novela. Esse assunto pautou

---

<sup>9</sup> Escrita por Walcyr Carrasco e produzida pela Rede Globo, esta telenovela esteve no ar de 20 de maio de 2013 à 31 de Janeiro de 2014.

inúmeras discussões na sociedade brasileira, alcançando índices altos de audiência e os *trending topics* da rede social *Twitter*. A cena pode ser vista como um marco na teledramaturgia nacional e na própria sociedade brasileira e, nesse sentido, pode ser compreendida como um *acontecimento*.

Adotando uma perspectiva pragmatista<sup>10</sup>, entendemos o acontecimento como uma *emergência* que se destaca na continuidade da experiência dos sujeitos, instaurando tanto um passado como um futuro para si mesmo (QUÉRÉ, 2000, 2005, 2012). Nessa abordagem, o acontecimento é dotado de um poder hermenêutico, ou seja, tem um potencial de revelar traços configuradores do contexto social em que se inscreve. Além disso, esse tipo de ocorrência é dotado de uma passibilidade, ou seja, ele afeta a vida das pessoas, convocando-as a se posicionar em relação ao que está acontecendo – o que aponta para o seu poder de afetação.

Assim, o acontecimento agencia *públicos* (DEWEY, 1954). Estes não estão configurados de antemão, mas se constituem a partir da experiência específica de uma situação. Para o Dewey (1954), a comunicação é o ponto central da constituição de públicos, pois em sua base é que se encontram as significações comuns partilhadas. E, são exatamente esses sentidos compartilhados que estabelecem laços sociais, que se configuram em uma estrutura de agenciamento que convoca e interpela os sujeitos, posicionando-os e podem converter uma ação conjunta numa comunidade de interesses (DEWEY, 2010, p. 248). Esse agenciamento, “diz respeito, portanto, tanto a uma dada perspectivação quanto à conformação de modalidades particulares de engajamento na interação. (FRANÇA; ALMEIDA, 2008, p.7). Essa *perspectivação* é o *ver como* (QUÉRÉ, 2003, p.119) que diz de um laço social, de uma contextualização que convoca os sujeitos, ao mesmo tempo em que lhes oferece as possibilidades de conformação para se posicionarem.

---

<sup>10</sup> O Pragmatismo teve sua origem no final do século XIX e tinha como objetivo contestar a abordagem metafísica que então vigorava na filosofia. O pragmatismo é uma abordagem filosófica que se baseia no valor da ação, sendo a ação constituidora do mundo das ideias. Segundo Thamy Pogrebinski (2005, p.26-62), os três pilares do pragmatismo são: 1) anti-fundacionalismo: rejeição a qualquer princípio permanente ou dogma, entre outros tipos de fundações possíveis ao pensamento; 2) consequencialismo: ênfase dada às consequências do ato, ou seja, às ações futuras, aos efeitos práticos trazidos; 3) contextualismo: destaque para o valor do contexto no desenvolvimento de qualquer conceito

No entanto, se há uma única estrutura de agenciamento, um único acontecimento, porque nem sempre se comportam de forma similar? Por que e em torno de quais sentidos há polarizações dentro do público agenciado pelo mesmo acontecimento e pertencente ao mesmo contexto? Acreditamos que essas polarizações que se percebem na apreensão do público de um acontecimento são construídas a partir de valores compartilhados e evidenciados nos posicionamentos dos sujeitos, que exibem uma hierarquia em seus sistemas de relevância. Acionaremos contribuições do pensamento sociológico-filosófico de Alfred Schutz, para tentarmos delinear essas polarizações.

### **Atenção seletiva e polarização do público**

Schutz buscou estabelecer em seus estudos uma sistematização para chegar às principais motivações que orientam os atores sociais no que diz respeito às suas relações que se desenrolam no cotidiano, em suas relações intersubjetivas. De partida, o autor propõe um “multi-verso, ao invés de um uni-verso: como a existência depende basicamente da interpretação de sujeitos singulares, por consequência, também haverá tantas áreas de existência como haverá mundos de sentido gerados de forma interpretativa” (SCHRÖDER, 2006, p.203-204). A proposição de um multi-verso, no entanto, não elimina um espaço comum entre os sujeitos. Para Schutz, as pessoas nascem em um mundo que não é apenas físico, mas sócio-cultural. Dessa forma, esse mundo é diferente em cada sociedade, todos, no entanto, enraízam-se de forma comum sobre a condição humana.

Assim, nas diferentes sociedades, é possível encontrar comportamentos semelhantes, como estilos de vida aceitos ou um modo de vida tido como natural. Esse modo – estilo – de vida, ou de se viver, “são vistos como pressupostos porque se provaram eficientes até então e, sendo socialmente aprovados, são vistos como fatos que dispensam explicações ou justificativas” (SCHUTZ, 1979, p.80). Nesse sentido, o sujeito é condicionado ao que o autor chama de “situação biográfica determinada” (SCHUTZ, 1979, p.73), que corresponde à sedimentação de todas as experiências anteriores do sujeito, organizadas de acordo com o seu “estoque de conhecimento à

mão”. Ou mundo simbólico que o sujeito compartilha do seu contexto, as representações que ele possui de cada ser. Será a situação biográfica de cada sujeito que resultará na eminente influência dos motivos, da direção, do modo como cada ator pensa e age no espaço social. Isso é, um sistema de motivações ou “zonas de relevância”, que dizem respeito ao “nosso interesse à mão, que motiva todo o nosso pensar, projetar, agir e que, portanto, estabelece os problemas a serem solucionados pelo nosso pensamento e os objetos a serem atingidos pelas nossas ações” (SCHUTZ, 1979, p.100). É esse sistema de relevância que vai dar ênfase maior a situação pré-vivenciada que interessa no momento presente.

Assim, na análise que virá a seguir, pretendemos evidenciar, não apenas a cena do *beijo gay*, em *Amor à Vida*, como um acontecimento, mas também como constituidora de público. Ao olhar para esse público, procuraremos apreender como diferentes sujeitos se polarizaram em relação ao mesmo acontecimento, a partir da hierarquia de temas e valores estabelecida nos sistemas de relevância e que pode ser percebida por seus posicionamentos. Para apreender essa articulação, tomamos como *corpus* de análise matérias publicadas em dois portais de notícias que abrem espaço para comentários dos usuários, os quais também são analisados: Uol e Terra.<sup>11</sup> Nos limites deste trabalho, o corpus fica assim composto por oito matérias dos portais (quatro de cada) e 2138 comentários.

A metodologia de análise desse material foi construída em 3 eixos de análise: a) *descrição*: consiste na identificação do enquadramento do acontecimento. Isso ocorre quando busca-se a resposta à seguinte indagação: “O que está acontecendo aqui?” (GOFFMAN, 1986). b) *narração*: consiste na organização temporal do acontecimento: o passado que ele convoca e ao mesmo tempo constrói; e o futuro ou

---

<sup>11</sup> <http://www.terra.com.br> , <http://www.uol.com.br/>. Dentre os cinco maiores portais de notícias do Brasil de acordo com o Ibope Nielsen , selecionamos os dois (UOL e Terra) que: a) No mesmo espaço onde a matéria foi divulgada, houvesse espaço para que o público comentasse; b) O espaço para os comentários poderia ser mediado, desde que não houvesse edição dos comentários. c) Espaços midiáticos de grande relevância, abrangência e popularidade, garantindo, assim, a possibilidade de que tenhamos acesso aos comentários mais diversificados possíveis. As palavras-chave de busca foram: Beijo gay Félix e Niko. As matérias selecionadas são dos dias: 31 de janeiro a 02 de fevereiro de 2014.



campo de possíveis aberto pelo acontecimento. c) *constituição de um contexto de pano de fundo e constituição de públicos*: o acontecimento se inscreve em um contexto de normas e valores instituídos; os públicos se posicionam a partir desses fatores. Esse eixo, então, busca a identificação dessas normas e valores, para verificar a apreensão do acontecimento pelos diversos públicos.

## **Análise**

### *Descrição*

“O beijo gay”<sup>12</sup> foi “um marco na história da TV, da comunidade LGBT e na cultura”<sup>13</sup>, “uma cena pedagógica contra o preconceito e a homofobia”<sup>14</sup>. As matérias descrevem o último capítulo de Amor à Vida, destacando características que tornam o episódio típico e singular. O artigo definido “o” que passou a figurar antes do termo *beijo gay* e essa apropriação da cena como um marco evidenciam e identificam o *enquadramento* (GOFFMAN, 1986), distinguindo o acontecimento de outros acontecimentos, destacando sua singularidade. Já dentro da tipicidade, há leves pinceladas sobre os finais felizes dos personagens e a informação de que, “como é habitual, o elenco se reuniu em uma churrascaria do Rio para assistir ao episódio final”<sup>15</sup>. Podemos, assim, enunciar o quadro como: “a transmissão em horário nobre, pela primeira vez na maior emissora de televisão do Brasil - uma sociedade heteronormativa -, de um beijo entre um casal formado por pessoas do mesmo sexo”.

A relevância positiva do fato é abarcada em todas as matérias. Ao olhar para os comentários, no entanto, o acontecimento impulsiona comparações com outros acontecimentos e o fator relevância chega a ser questionado por indagações como: “Que preguiça... a gente cansou de ver adolescentes gays se beijando na MTV em pleno domingo a tarde. O Sbt já tinha exibido o beijo de duas mulheres. Nos canais

---

<sup>12</sup> Disponível em: < <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/2014/01/1406106-estou-em-prantos-diz-jean-wyllys-sobre-beijo-gay-em-amor-a-vida.shtml>> Acesso em: 20 de novembro de 2014 e < <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/01/feliz-de-fazer-parte-desse-momento-diz-jean-wyllys-sobre-beijo-gay.htm>>. Acesso em: 20 de novembro de 2014.

<sup>13</sup> Idem

<sup>14</sup> Idem

<sup>15</sup> Idem

por assinatura isso não é mais novidade faz tempo. Por que raios essa expectativa em ver beijo gay na Globo???”<sup>16</sup>. A relevância se mantém intacta e é reafirmada pelos outros usuários do portal: “Por uma simples razão: se somar a audiência de todos os outros programas que você citou não dá a audiência da novela das nove da Rede Globo. Seja por audiência bruta ou share, a rede globo tem um poder muito maior de ditar tendências, de quebrar preconceitos e de fazer as pessoas pensarem e tudo isso é indiscutível. E justamente por isso a expectativa de isso acontecer na globo é muito maior. Isso significa dizer que o alcance desse momento é muito maior e a repercussão na sociedade é infinitamente mais relevante”<sup>17</sup>.

Se a relevância se mantém intacta, não é possível dizer o mesmo da perspectiva positiva do acontecimento, essa se dilui nos comentários. Como veremos mais adiante, as vozes escolhidas pelos redatores para emitir suas opiniões na matéria são unívocas, ao observamos os comentário é que localizamos as vozes dissonantes. Em nenhum dos dois casos, no entanto, a descrição da cena se descaracteriza como um *acontecimento*.

### *Narração*

Nesse eixo procuramos identificar a inserção do acontecimento em um quadro temporal, para isso verificamos o que levou a esse acontecimento. As falas transcritas na matéria, tanto do deputado, quanto de atores e ativistas, descrevem a cena como “uma evolução”<sup>18</sup>, um “dia histórico”. Mas evolução em relação a que? E, momento histórico em qual esfera da sociedade?

Os termos escolhidos para narrar o acontecimento, apontam para uma dupla direção temporal, passado e futuro. Para o passado do acontecimento, lembrando o caminho percorrido até que uma cena como essa pudesse ir ao ar. Os pesquisadores Peret (2005), Marques (2003) e Colling (2007), traçam retrospectivas históricas da representação da homossexualidade na telenovela brasileira e em suas pesquisas destacam a evolução da aceitação. É nesse sentido que o acontecimento marca “uma

<sup>16</sup> Idem

<sup>17</sup> Idem

<sup>18</sup> < <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/2014/01/1406106-estou-em-prantos-diz-jean-wyllys-sobre-beijo-gay-em-amor-a-vida.shtml>>. Acesso em 22 de Janeiro de 2015.

evolução”<sup>19</sup> e se torna “um marco”<sup>20</sup>, a aceitação pode não ter sido total por parte da população, mas a emissora não abriu mão da história e seu desdobramento.

“ (...) O beijo entre Felix e Niko selou uma relação que foi construída com muito carinho pelos dois personagens. Foi, portanto, o desdobramento dramático natural dessa trama. A pertinência desse desfecho foi construída com muita sensibilidade pelo autor, diretor e atores e assim foi percebida pelo público. É importante lembrar que o relacionamento homossexual sempre esteve presente nas nossas novelas e séries de maneira constante, responsável e natural. A cena esteve de acordo com essa premissa e com a relevância para a história. (Nota divulgada pela emissora Rede Globo, após a exibição da cena)”<sup>21</sup>

Mais adiante os comentários também apontam para o acontecimento como fundador de um futuro, vislumbra-se um campo de possíveis no âmbito da teledramaturgia ao constatar que: “ainda não foi aquele beijo molhado! Mas, foi sim, o beijo do casal gay protagonista! Estamos evoluindo!”<sup>22</sup>. A matéria ainda ensaia um futuro de desconstrução da estigmatização da homossexualidade na esfera social: “a população brasileira vibrou com essa novela, que colaborou com certeza para desconstruir parte dessa homofobia nacional”<sup>23</sup> e “as crianças em suas casas viram o casal se beijando. Tudo foi sendo construído de uma forma muito bonita”<sup>24</sup>. Assim, além de mostrar o momento em que esse acontecimento emergiu as falas também apontam para o que ele projeta e representa, e conduzem nosso olhar às representações anteriores, de forma comparativa.

#### *Constituição de um contexto de pano de fundo e constituição de públicos*

Ao tematizar o grande impacto da demonstração pública de afeto por um casal homossexual, as matérias colocam em evidência normas sociais, ainda que não seja algo dito de forma explícita: homossexuais não devem trocar afeto em público. A

<sup>19</sup> Idem

<sup>20</sup> Idem

<sup>21</sup> Disponível em: < <http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/um-grande-passo-na-sociedade-diz-mateus-solano-sobre-beijo-gay-de-amor-vida-11471659#ixzz3L4QHsz65> > . Acesso em 04 de dezembro de 2014

<sup>22</sup> Disponível em: < <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/2014/01/1406106-estou-em-prantos-diz-jean-wyllys-sobre-beijo-gay-em-amor-a-vida.shtml> > . Acesso em 22 de Janeiro de 2015

<sup>23</sup> Idem

<sup>24</sup> Idem

norma implícita de uma “não exposição” parece expor uma sociedade tradicionalista, mas: “se a questão está na moral e os bons costumes, por que ninguém se pronunciou em relação a outros assuntos retratados na novela quanto a violência, traição ou groca de casais? Por que é tão difícil aceitar a afeição e demonstrações de carinho sinceros entre pessoas do mesmo sexo?”<sup>25</sup>.

A pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)<sup>26</sup>, em que 59% dos entrevistados disseram se sentir desconfortáveis ao ver um beijo entre dois homens ou entre duas mulheres, citada no início desse texto, também identificou um avanço na aceitação do princípio da igualdade dos direitos. Metade dos entrevistados concorda com a afirmação de que casais homossexuais devem ter os mesmos direitos de casais heterossexuais. A pesquisa evidencia algo implícito nas matérias e em seus comentários, a hierarquização dos valores. O valor do amor é evidente, mas ele não ultrapassa o valor da moral, dos bons costumes. E é nesse ponto, que o casal arrebatou e criou um grupo de fãs, mas o beijo dividiu opiniões: “Ninguém é contra as uniões em homossexuais, mas fazer disso uma plataforma é excrescência!”<sup>27</sup>, disse um dos comentadores.

A análise dos comentários, ainda que inicial, revela que a cena não dividiu os públicos entre favoráveis e contrários à cena como sendo sinônimos de pessoas favoráveis e contrárias a homossexualidade. “Nada contra os gays, mas o que isso tem de pedagógico? Não só beijo gay, mas qualquer exposição sexual (relacionamento hétero ou homo) em uma novela não é pra educar ninguém! Esse é o nível de cultura do nosso país! LAMENTÁVEL!! Considero uma cena pra alavancar o Ibope, só isso! PS- Não vi a cena, não vi a novela”<sup>28</sup>. Os comentários evidenciam, na verdade, pessoas que se agrupam em torno de determinados valores.

---

<sup>25</sup> Idem

<sup>26</sup> Disponível em:

<[http://ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/140327\\_sips\\_violencia\\_mulheres.pdf](http://ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/140327_sips_violencia_mulheres.pdf)> . Acesso em 20 de novembro de 2014 .

<sup>27</sup> Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2014/02/01/feliz-de-fazer-parte-desse-momento-diz-jean-wyllys-sobre-beijo-gay.htm>> Acesso em 22 de Janeiro de 2015

<sup>28</sup> Idem

## Conclusão

Em nossa análise preliminar, foi possível apontar a importância da representação construída por *Amor à Vida* e a configuração da cena construída em seu último capítulo como um *acontecimento*.<sup>29</sup> Além disso, destacamos que há um tom hegemônico nas matérias analisadas: o de apoio à construção da narrativa e do desfecho de Felix e Niko. Isso deve ser compreendido no cenário de luta da população LGBT por respeito e reconhecimento às diferenças – o que sinaliza o poder hermenêutico do acontecimento. Entretanto, ao analisarmos os comentários, localizamos vozes dissonantes: algumas pessoas, por exemplo, não aprovam o beijo gay, manifestando sua homofobia; outras reprovam a cena reivindicando mais respeito nas cenas de amor (homo e/ou heterossexual) nas telenovelas. De qualquer forma, o que podemos constatar é o modo como valores e preconceitos arraigados, ou seja, o simbólico, são acionados por esses públicos ao se posicionarem frente a um acontecimento. Sendo esse comportamento ainda mais relevante quando se trata de um acontecimento que envolve as chamadas minorias.

## Referências

DEWEY, John. (1927, 1984), "The public and its problems", em Jo Ann Boydston *John Dewey: The Later Works*, (vol. 2: 1925-1953), Carbondale, Southern Illinois University Press, pp. 235-372.

DEWEY, John. A arte como experiência. Trad.Vera Ribeiro. São Paulo: Editora Martins, 2010.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. QUÉRÉ, Louis: dos modelos da comunicação. Revista Fronteiras, São Leopoldo: UNISINOS, v. V, n. 2, p. 37-51, dez. 2003.

\_\_\_\_\_. Sujeitos da comunicação, sujeitos em comunicação. In: GUIMARÃES, C.; FRANÇA, V. Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 60-88.

\_\_\_\_\_. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G.H.Mead. In: PRIMO, A. et al (Org.) Comunicação e Interação. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 71-92.

---

<sup>29</sup> É interessante notar que, em *Babilônia* (Rede Globo; Gilberto Braga, 21h) um beijo gay (entre duas senhoras lésbicas) foi exibido já no primeiro capítulo – o que pode ser lido como parte do futuro aberto pelo acontecimento construído por *Amor à Vida*.



FRANÇA, Vera Regina Veiga. O acontecimento para além do acontecimento: uma ferramenta heurística. In: FRANÇA, Vera Regina Veiga; OLIVEIRA, Luciana de (Org.). *Acontecimento: reverberações*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012b. p. 39-51.

GOFFMAN, Ervin. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 4. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1988.

MARQUES, A. C. S. *Da esfera cultura à esfera política: a representação de grupos de sexualidade estigmatizada nas telenovelas e a luta por reconhecimento*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociabilidade) – FAFICH, UFMG, Belo Horizonte, 2003.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino. “Reconhecimento e Deliberação: *as lutas das pessoas atingidas pela hanseníase em diferentes âmbitos interacionais*”. Tese (Doutorado em Comunicação Social) — FAFICH, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2009.

MOSCOVICI, Serge. Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história. In: JODELET, Denise. (org.). *As Representações Sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

PRADO, Marco Aurélio Máximo; MACHADO, Frederico Viana. *Preconceito contra homossexualidades: a hierarquia da invisibilidade*. São Paulo: Cortez, 2008

QUÉRÉ, L. L’individualisation des événements dans le cadre de l’expérience publique. In: BOURDON, P. et al (Org.). *Processus du sens*. Paris, L’Harmattan, 2000. p. 1-23.

\_\_\_\_\_. Entre o facto e o sentido: a dualidade do acontecimento. *Trajectos*, Lisboa, n. 6, p. 59-75. 2005.

SIMÕES, Paula Guimarães. A produção discursiva de "Porto dos Milagres", diálogo com a realidade social e construção da identidade nacional. Anais do 26. Congresso Brasileiro de Ciências da Informação, Belo Horizonte-MG, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2003

SIMÕES, Paula Guimarães. A mídia e a construção das celebridades: uma abordagem praxiológica. *Comunicação e Filosofia*, v. 17, 2009.

SIMÕES, Paula Guimarães. *O acontecimento e o campo da Comunicação*. In: FRANÇA, Vera. ALDÉ, Alessandra. RAMOS, Murilo (org.) *Teorias da Comunicação no Brasil – reflexões contemporâneas*. Salvador. Compôs, 2014

THOMPSON, John . *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

## **Comunicadores e produtores de ruralidades<sup>1</sup>**

### **Um estudo sobre atores sociais, relações e vínculos na Feira Orgânica de Olaria/Leopoldina**

Patrícia da Veiga Borges<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Este trabalho descreve uma experiência de observação realizada desde maio de 2014 na Feira Orgânica de Olaria/Leopoldina, pequeno mercado de alimentos que integra o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Realizada em uma praça entre os bairros de Olaria e Penha, na cidade do Rio de Janeiro, a feira tem se mostrado um dinâmico ambiente para a circulação de ideias, a troca de saberes, deliberações e conflitos, indo além do espaço de comercialização de alimentos. É ali, e em seus bastidores, que se instauram sinais de uma produção de modos de ser e de viver o “rural”, por meio da agroecologia e do debate da soberania alimentar. A premissa aqui trabalhada é a de que as pessoas envolvidas na dinâmica da Feira, oriundas de distintos grupos, se convertem em comunicadoras e produtoras de ruralidades, pois estão abertas, em relação, tecendo e desfazendo seus vínculos a cada encontro.

#### **Palavras-chave**

Comunicação; Rio de Janeiro; Rural; Ruralidades.

#### **Introdução**

Este texto apresenta parte de uma pesquisa em desenvolvimento<sup>3</sup> que tem como tema a comunicação e o “mundo rural”<sup>4</sup>. Ao se debruçar sobre localidades<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 – Representação Social e Mediações Socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Jornalista, mestra em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás (UFG), doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e pesquisadora integrante do Laboratório de Estudos em Comunicação Comunitária (LECC/UFRJ).

<sup>3</sup> Realizada no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e intitulada provisoriamente “*Para uma compreensão do rural: comunicação e ruralidades entre campo e cidade*”, a referida pesquisa teve início em março de 2013 e apresentará seus resultados finais até março de 2017.

<sup>4</sup> Considerando a multiplicidade de sentidos que a palavra “rural” pode ter, preferiu-se usar aqui o termo “mundo rural”, escrito propositalmente entre aspas. Ao longo do trabalho, porém, dar-se-á preferência ao uso do termo “rural”, para fins de melhor conceituação e compreensão.

distintas do estado do Rio de Janeiro, a investigação assume como objetivo compreender como se dão a convivência e as vinculações na vida contemporânea e, a partir disso, como se pode identificar e interpretar as noções de “rural” e as elaborações de “ruralidades” que surgem entre as pessoas, no campo e na cidade.

Especificamente neste artigo, almejando a “descrição densa” que ensinou Clifford Geertz (1989), mas sem a pretensão de esgotar o tema ou sequer apresentar uma conclusão parcial, serão apresentadas “notações”<sup>6</sup> da situação empírica vivida em uma das localidades estudadas: a praça Marechal Maurício Cardoso, localizada na Avenida Leopoldina Rego, entre os bairros de Olaria e Penha, na zona norte da cidade do Rio de Janeiro (RJ/Brasil). Ali há uma infinidade de eventos sendo realizados todos os dias por empenho dos moradores dos arredores, sendo um deles a Feira Orgânica de Olaria/Leopoldina. Trata-se de um pequeno mercado local de alimentos integrado ao Circuito Carioca de Feiras Orgânicas<sup>7</sup> que acontece aos sábados desde 31 de maio de 2014. O intuito deste texto é anunciar os atores sociais que ali comparecem, suas relações e seus vínculos, buscando compreender como são

---

<sup>5</sup> As localidades são espaços delimitados onde as trocas acontecem, as fronteiras se entrecruzam, as pessoas circulam e as formas de vida possuem aspectos diversos (CARNEIRO, 2012). Ou seja, espaços que não são definidos pelos seus limites políticos e oficiais, mas sim pela sua territorialidade e pelas relações ali estabelecidas, podendo ser uma praça, uma rua, um bairro, um distrito, um município etc. Na pesquisa que aqui se apresenta, se leva em conta o trabalho de observação em duas localidades: a Praça Marechal Maurício Cardoso, na cidade do Rio de Janeiro, onde se realiza a Feira Orgânica de Olaria/Leopoldina; e o município de Rio das Flores, localizado na região do Médio Paraíba, onde são realizadas festas populares como a Festa da Padroeira Santa Teresa D’Ávila e a Exposição Agropecuária e Cultural.

<sup>6</sup> Ou anotações interpretadas, registros do caderno de campo passíveis de análise, interpretações de uma etnógrafa em ação.

<sup>7</sup> O Circuito Carioca de Feiras Orgânicas é uma rede de comercialização formada, atualmente, por 15 mercados. Foi criado em 2010 e oficializado em 2012 pelo Decreto de Lei nº 35.064. Fruto da mobilização de produtores que se denominam “neorrurais” (FERREIRA, 2013), o Circuito é regulado pela Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico e Solidário, e gerenciado por três entidades da sociedade civil: AS.PTA – Agricultura Familiar e Agroecologia; Associação dos Produtores Biológicos do Rio de Janeiro (ABIO) e Essência Vital. O embrião do Circuito foi gerado em meados de 1980, por meio de articulações feitas entre pessoas que deixaram a vida na cidade para viver no campo (por isso “neorrurais”), arriscaram plantações de leguminosas, frutas e hortaliças, fizeram experimentos biológicos com a terra (deixando de usar agrotóxicos e fertilizantes químicos, ou seja, abandonando um padrão convencional ou “moderno” de agricultura) e depois retornaram à capital para distribuir sua produção, primeiro em supermercados e, em seguida, em uma feira improvisada no bairro da Glória (FERREIRA, 2013).

articulados os temas da agroecologia<sup>8</sup> e da soberania alimentar<sup>9</sup>. A premissa a ser trabalhada, baseada em uma perspectiva relacional (SODRÉ, 2014), é a de que todo ser humano é comunicador, pois está em relação constante com outrem e produz sentido nas suas dinâmicas de atuação cotidianas. Isso nos dá liberdade para afirmar, de antemão, que na localidade pesquisada e aqui apresentada há comunicadores e produtores de ruralidades em potencial.

### **Concepções, abordagens, premissas**

Em primeiro lugar, é preciso delimitar que por “rural” se entende uma “categoria operatória” (REMY, 1989). Ou seja, uma noção que carrega consigo sentidos diversos relativos ao uso do espaço<sup>10</sup>; um ponto de partida para se compreender formas de vida elaboradas nesses espaços, mediante necessidades e recursos distintos. Não se está, portanto, atrelando o “rural” a um estágio da “evolução” capitalista (MARX & ENGELS, 2009), a um tipo de sociedade “tradicional” que perdura no tempo (WEBER, 1974; MENDRAS, 1976), cuja atividade econômica predominante é a agrícola e cujas especificidades se dão em oposição à vida urbana (SOROKIN et. al., 1981), ou ainda a um território incorporado, em um *continuum*, pelo amplo processo de industrialização da sociedade urbana global (LEFEBVRE, 2002). O “rural” não é único, não é indivisível, nem invariável. É um universo que possui dimensões (da ordem da economia, da política, da organização social, do trabalho, da cultura etc.) espalhadas entre campo e cidade. E

---

<sup>8</sup> Forma de produzir que se popularizou nos anos de 1980 com as crises ambiental e de abastecimento assistidas mundialmente. Pode ser definida como “...um novo enfoque científico, capaz de dar suporte a uma transição a estilos de agriculturas sustentáveis e, portanto, contribuir para o estabelecimento de processos de desenvolvimento rural sustentável” (CAPORAL, 2004, p. 8).

<sup>9</sup> O direito dos povos de escolher o que produzir, de que modo cultivar a terra e o que escolher como alimento, independentemente das injunções de um mercado internacional (CHONCHOL, 2005). A agroecologia é uma proposta que permeia esse longo debate.

<sup>10</sup> Para Jean Remy, autor que aqui é usado como referência, o “meio” é uma “entidade coletiva” que mobiliza seus componentes e com isso é capaz de produzir algo comum. O que sustenta a existência e as reivindicações oriundas dessa realidade é o que os atores sociais consideram como seu próprio ambiente. “As pessoas constituem suas questões em torno de certa imagem que têm do rural” (REMY, 1989, p. 265). Imagens estas formuladas a partir das vivências e da comunicação, entende-se.

é a partir dessas dimensões que diferentes populações tecem seus próprios modos de viver, agir, sentir, pensar e imaginar.

Isso implica em conceber a ruralidade como “um processo dinâmico de constante reestruturação de elementos da cultura local com base na incorporação de novos valores, hábitos e técnicas” (CARNEIRO, 1998, p. 61). Em outras palavras, trata-se de um entendimento do “rural” baseado na produção humana, material e imaterial, considerando as particularidades de determinado lugar, sua história e o modo como as pessoas negociam seus sentimentos de pertença e suas identidades (CARNEIRO, 1998; 2008; 2012). A ruralidade dá sentido à existência de um “mundo rural” seja no campo, seja na cidade. O “rural”, assim, passa a ser compreendido como um elemento em construção e em constante reelaboração que depende de fatores como o uso do espaço e as relações sociais, conforme já mencionado, mas também da comunicação e, por que não acrescentar, de um “trabalho de imaginação” (APPADURAI, 2004) motivado pela circulação<sup>11</sup>. É nesse ponto que a pesquisa aqui apresentada atua e se insere no campo científico da comunicação.

Quando se propõe enxergar os atores sociais da localidade estudada como comunicadores e produtores de ruralidade, não se está entendendo a comunicação como um processo de transmissão de informação, meramente. Se está pensando tanto na partilha intersubjetiva de linguagem e vivências como no estabelecimento de uma ordem sociotécnica que, por meio de um complexo de instituições, aparatos e produtos, engendra as esferas sociais (SODRÉ, 2002; 2006; 2014). No contexto global, as mídias, ancoradas pela ideologia do mercado financeiro, estimulam trocas, produzem referências, criam uma ambiência própria e demandam, no fluxo do capital, uma forma específica de ser, pensar, sentir, agir e imaginar, o *bios* virtual, marcada

---

<sup>11</sup> Segundo Arjun Appadurai (2004), em tempos de intensas trocas simbólicas, fluxos informacionais ultravelozes e veiculação cotidiana de imagens, o que pode vir a explicar o mundo contemporâneo, juntamente com as estruturas, os organismos e as delimitações territoriais, é a circulação. Para esse autor, as experiências se desenvolvem a partir de novos e imprevisíveis desdobramentos e tendem a atribuir um papel singular à imaginação. Esta, por sua vez, extrapola as vivências espaço-temporais, alcançando um “vir a ser” ao mesmo tempo em que se é. No exílio ou em seu território, as pessoas se reinventam com base em imagens e informações, comumente, obtidas a distância, por meio de vivências midiáticas.



pelas tecnologias (SODRÉ, 2002; 2006; 2014). Por outro lado, nas microesferas e no cotidiano, a comunicação acontece como relação e atividade humana vital. E na medida do seu desenrolar, um universo sensível não explicitamente posto é tecido, podendo gerar o que há de mais próximo entre as pessoas: seus vínculos.

De um lado, então, está a midiatização ou “o funcionamento articulado das tradicionais instituições com a mídia” (SODRÉ, 2007, p.17). De outro, as relações humanas, atravessadas, mas não necessariamente assujeitadas, pelas tecnologias e pelas vivências midiáticas. Esses dois componentes se relacionam de forma ambígua de modo que o objeto de estudo da comunicação passa a ser o que resulta do convívio entre os sujeitos na ambiência tecnológica (SODRÉ, 2013). Sem esquecer, como ressalta Raquel Paiva, que: “Se os sistemas tecnológicos de comunicação não puderem reproduzir a riqueza das comunicações pessoais, as relações pessoais serão sempre humanamente mais ricas do que aquelas mediadas por tecnologia” (PAIVA, 2003, p. 76).

Nos termos de Sodré, a comunicação é um símbolo, um dispositivo “organizador” de tarefas, trocas, significados e objetos diversos – complementares e antagônicos (SODRÉ, 2014, p. 270 - 287). Tal símbolo demanda uma busca por novas formas de compreender os fenômenos sociais, não somente baseada em disciplinas tradicionais, mas também ancorada no pensamento comunicacional, que se debruça sobre a midiatização e sobre a vinculação. Assim sendo, quando se estuda comunicação, se está buscando compreender, no mundo contemporâneo, dois processos complementares:

primeiro, o de por em comum as diferenças por meio do discurso, com ou sem o auxílio da retórica (processo comunicativo); segundo, o de interpretar os fenômenos constituídos pela ampliação tecnológica da retórica, isto é, a mídia, na sociedade contemporânea (processo comunicacional) (SODRÉ, 2007, p.18).

Desta maneira, não se trata de estudar os “efeitos” e a “influência” das mídias no “mundo rural”, ao modo dos estudos funcionalistas estadunidenses que supervalorizavam a importância dos meios técnicos de transmissão de informação perante o social (SCHRAMM, 1967; LERNER et. al., 1972). Tampouco se faz aqui

um projeto de intervenção social baseado em pesquisa-ação, tal como propuseram, na década de 1970, os formuladores do “modelo de transformação estrutural” para o campo (CIESPAL, 1974; OLIVEIRA, 1988). Ainda, não cabe seguir, apesar de sua importância, a perspectiva latino-americana dos estudos de recepção (MARTÍN-BARBERO, 2008) que compreende as vivências midiáticas como um fenômeno de apropriação sociocultural. O que se considera neste trabalho é que o “mundo rural” e as ruralidades possíveis estão em relação e em conflito com as mídias, reformulando-se com elas e sugerindo novos entendimentos a partir de um convívio. Como procedimento, vem sendo adotada a etnografia (GEERTZ, 1989) e a etnoreportagem (AMARAL FILHO, 2011), sendo os dados captados a partir de observação de situações cotidianas, produção de cadernos de campo, análise dos produtos de mídia gerados pelos grupos que se envolvem com a Feira e, por fim, realização de entrevistas.

### **“Notações”: a praça, a feira e o comum**

A Praça Marechal Maurício Cardoso é parte de uma região conhecida como Grande Leopoldina<sup>12</sup> e segue rente com a linha do trem<sup>13</sup>. Sua construção é do fim da década de 1960, quando a pavimentação pública transformou um antigo aglomerado de campos de futebol em área de lazer<sup>14</sup>. No formato não muito exato de um semicírculo, a praça possui árvores frutíferas, brinquedos para crianças, um posto policial, dois banheiros fixos, bancos, mesas para jogos de dama e um quiosque para eventos. Os moradores dos seus arredores, que usam o espaço para festas,

---

<sup>12</sup> Microrregião da Zona Norte do Rio de Janeiro que reúne os bairros cortados pela antiga estrada de ferro da Leopoldina: Vigário Geral, Parada de Lucas, Cordovil, Braz de Pina, Penha Circular, Penha, Olaria, Ramos, Bonsucesso, Manguinhos e Triagem.

<sup>13</sup> A linha do trem é uma demarcação simbólica no imaginário social carioca e, desde o início do século XX, tem servido para designar os bairros que acompanham seu curso como “suburbanos”. Classificação, obviamente, questionável (MACIEL, 2010).

<sup>14</sup> Conforme narram os moradores da localidade.

apresentações artísticas, feiras e reuniões deliberativas, costumam definir essa praça como “um traço de união entre Penha e Olaria”<sup>15</sup>.

O lugar também tem sido palco de lutas e controversas. Uma delas diz respeito à sua manutenção. Em 2011, foi dada a notícia, por uma vereadora da região<sup>16</sup>, que o local seria extinto, teria suas árvores cortadas, seus equipamentos públicos retirados e sua área aproveitada para a construção de uma Unidade de Pronto Atendimento de Saúde (UPA). Contrariados, os moradores do entorno se organizaram, criaram a Associação de Amigos e Defensores da Praça Marechal Maurício Cardoso<sup>17</sup> e produziram uma série de ações para impedir que a ameaça se cumprisse: passaram a se encontrar todos os dias para discutir a questão; fizeram circular um abaixo-assinado nas imediações; buscaram conhecer seus direitos, discutindo sobretudo a Lei Orgânica do Município<sup>18</sup>; convocaram a mídia carioca (jornais O Dia, Extra, O Globo, Rio Suburbano, emissoras TV Record e Band News) e encamparam o *slogan* “UPA sim, na praça não!”.

O debate com representantes da Prefeitura e do Governo do Estado, bem como com a referida vereadora, durou dois meses, até que se recuou na proposta e, enfim, foram retirados os tapumes que cercavam a praça. Entre 2012 e 2014, para retratar a luta vivida e reiterar a importância da participação dos moradores nas atividades públicas, foram produzidas cinco edições de um jornal. Pouco sossegados, porém, os Amigos e Defensores da Praça ainda sentem a ameaça da UPA, que sempre é tema nas rodas de conversa. Deste modo, a ocupação do local tem sido encarada como uma disputa política.

---

<sup>15</sup> Frase repetida inúmeras vezes por um moradora da Penha reconhecido como um poeta local.

<sup>16</sup> Rosa Fernandes (PMDB).

<sup>17</sup> 77 homens e 42 mulheres, conforme listagem publicada em outubro de 2012 na edição nº 1 do jornal de bairro feito pelos integrantes do Grupo.

<sup>18</sup> O Artigo nº 235 da Lei Orgânica do Município determina que: “As áreas verdes, praças, parques jardins e unidades de conservação são patrimônio público inalienável, sendo proibida sua concessão ou cessão, bem como qualquer atividade ou empreendimento público ou privado que danifique ou altere suas características originais”. Texto completo disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/1659124/DLFE-222901.pdf/LeiOrganica.pdf>> Acesso em 10 jan. 2014.

Nesse esforço de defesa territorial, a praça passou a sediar a partir de 31 de maio de 2014 a Feira Orgânica de Olaria/Leopoldina. Coordenada pela Associação dos Produtores Biológicos do Rio de Janeiro (ABIO) e mediada por grupos locais como os Amigos e Defensores da Praça e um coletivo de ativistas conhecido como Leopoldina Orgânica, a feira foi levada para a localidade depois de uma articulação entre o Fórum Permanente da Grande Leopoldina<sup>19</sup> e as entidades que gerenciam o Circuito. A necessidade de se implantar o mercado agroecológico no lugar foi o que mais se destacou no momento da definição dessa localidade como parte do objeto de estudo: há uma ameaça recorrente de acabar com a praça que incomoda em demasia os moradores dos seus arredores; de modo que a feira foi vista por seus articuladores não somente como uma alternativa para manter o espaço ocupado, mas também como uma novidade que traria benefícios para o lugar em termos de alimentação, saúde e bem-estar, que contribuiria para o debate da soberania alimentar e que faria frente ao modelo convencional de produção agrícola vigente no país, o agronegócio. Esse argumento, usual entre os articuladores da feira e defendido com mais intensidade pelo grupo Leopoldina Orgânica, motivou, no dia da inauguração do mercado, a exibição do documentário O Veneno Está na Mesa e a participação de seu realizador, o diretor Silvio Tendler. Em outras ocasiões, motivou também a realização de rodas de conversa, na praça e no momento da feira, sobre agricultura orgânica e reforma agrária.

O mercado é composto por oito bancas dispostas lado a lado que oferecem folhas frescas, frutas, leguminosas, raízes, verduras, ovos, frango caipira, sementes e processados (sucos, geleias, leite). Quando inaugurada, havia cerca de 12 barracas. Oriundos de municípios relativamente próximos ao Rio de Janeiro, tais como Itaboraí, Magé (ambos na Região Metropolitana) e Petrópolis (localizado na Região Serrana), seus comerciantes são produtores rurais, em maioria moradores de pequenos sítios, cuja rotina intercala a lida no campo e na cidade. Seus consumidores, por sua vez, são moradores dos bairros de Penha, Olaria, Bonsucesso, entre outros, que aos poucos se

---

<sup>19</sup> Um espaço da sociedade civil para debater os problemas dos bairros que compreendem essa faixa da estrada de ferro.

aproximam e tornam-se fregueses. De maio de 2014 a fevereiro de 2015, houve queda nas vendas e desinteresse por parte da população local. Isso fez com que alguns produtores mudassem de feira, partindo para outros bairros. Em maio de 2015, quando a feira completou um ano, uma grade festa foi feita na praça, reunindo quase mil pessoas, e novos feirantes foram incorporados ao mercado. Entre eles, um casal de agricultores e educadores ambientais que recuperaram um terreno na Serra da Misericórdia<sup>20</sup> e cultivam plantas de alto teor nutritivo, tal como a *chaya* – conhecida como proteína vegetal de origem mexicana.

A feira representou uma novidade para o comportamento local, uma vez que os consumidores estão acostumados a adquirir alimentos sem se preocuparem com sua origem ou o modo como foi produzido. Antes da feira, os moradores da região tinham como opções de compra duas grandes redes de supermercado que existem nas proximidades e ainda um vendedor ambulante de frutas e hortaliças que monta sua banca todos os dias em frente à praça, ao lado do Olaria Esporte Clube. Tanto o ambulante quanto os supermercados vendem seus produtos seguindo a tabela das Centrais de Abastecimento SA., ou seja, conforme uma tabela de preços nacional e, portanto, mais baratos do que na feira orgânica. Isso tem gerado polêmica entre os “leopoldinenses” e os sitiantes. Os primeiros dizem que é preciso reduzir o valor dos alimentos, uma vez que a comercialização é direta, sem atravessadores, e o poder aquisitivo da região não é o mesmo de outros bairros da cidade que também recebem o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Já os segundos argumentam que seus produtos possuem qualidade diferenciada, não são produzidos em massa, possuem custos mais elevados e por isso não podem ser vendidos como no sistema atacadista.

Para ampliar a divulgação da feira, seus articuladores criaram uma página na rede social Facebook. Esta é usada basicamente para divulgar um evento que ocorre sempre no segundo sábado do mês, a Leopoldina Orgânica, uma espécie de festa realizada na praça e no horário da feira. Nessa ocasião, algumas bancas “especiais”, de artesanato e culinária, comparecem, como convidadas. Também são convidados

---

<sup>20</sup> Localizada na Vila Cruzeiro, uma das favelas do Complexo do Alemão, situada ao lado do bairro da Penha.



para atuar nos dias de festa músicos e representantes de projetos sociais locais. Atuações externas como a Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e Pela Vida e o Grupo de Monitoramento da Qualidade do Ar da Prefeitura Municipal também já visitaram a feira. Os feirantes, contudo, dizem não gostar desses momentos de festa e debate público, uma vez que o sistema de som, em volume alto, atrapalha as suas conversas com a clientela.

As relações na praça e na feira não são harmônicas. Pelo contrário, são constituídas de tensão. Há disputas de poder, bem como choques entre gerações, gêneros e classes sociais. Porém, presume-se que disso é feito o comum. Tal conceito pode ser definido, conforme apresentam Hardt e Negri (2009), como o conjunto de bens naturais (água, solo, biodiversidade etc.), culturais (culinária, festejos, produções artísticas, entre outros) e materiais (patrimônio histórico, cidades, territórios) cultivados, produzidos e partilhados pela humanidade. Bens estes que estão em constante disputa entre grupos, instituições e conforme interesses distintos. Sob outra perspectiva, como a apresentada por Esposito, o comum também pode ser entendido como o amálgama que permeia as relações e atrai as pessoas, para além de suas singularidades. É o impróprio, o resultado de uma disposição constitutiva do ser humano em partilhar afinidades e diferenças. É algo não necessariamente positivo, que sinaliza para uma falta a ser suprida; um dever, uma dívida (ESPOSITO, 2003, p.p. 21 a 31). Ao levar os sujeitos à inclinação e ao contato, ou seja, à comunicação, o comum redundaria em uma condição de existência cotidiana.

O que se analisa, até o momento, é que o comum entre a praça, a feira e as pessoas envolvidas nesse contexto está relacionado com a necessidade do bem-viver. O comum está nos alimentos e na praça, simbolicamente, mas também no deslocamento dos produtores rurais do campo para a cidade, na vontade de salvar a praça de uma inexistência, na infinidade de atividades planejadas pelos moradores da região, no desejo de qualidade de vida, alimentação saudável e soberania alimentar. Isso é que faz os grupos se formarem, discutirem, planejarem atividades conjuntas e pautarem debates.

## À guisa de considerações

Apesar da necessidade de todo artigo científico apresentar suas conclusões, ainda que parciais, aqui apenas lançar-se-à uma ideia geral que está sendo trabalhada pela pesquisa em andamento: a comunicação, por meio de sua condição ambígua, é capaz de produzir entendimentos sobre o “rural” que, por sua vez, contribuem para a reprodução de novas formulações, de modo que as experiências são (re)partilhadas e se tem, assim, algo entre a comunicação e o processo de elaboração das ruralidades, qual seja, o comum. Esse comum é cultivado na comunicação e nas ruralidades em processo – o que faz com que o “rural” siga existindo como elemento das relações e possibilidades de vinculação humana. Esse comum, na Praça Marechal Maurício Cardoso e na Feira Orgânica de Olaria/ Leopoldina, é um desejo, ainda que latente, de uma vida melhor. As pessoas estão construindo o seu próprio desenvolvimento, portanto, são comunicadoras e produtoras de ruralidades.

## Referências bibliográficas

AMARAL FILHO, Nemézio. *O passo a passo da monografia em jornalismo*. Rio de Janeiro, RJ: FAPERJ/Quartet, 2011.

APPADURAI, Arjun. *Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias*. Lisboa: Teorema, 2004. Trad. TeIma Costa.

CAPORAL, Francisco Roberto. *Agroecologia: alguns conceitos e princípios*. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004.

CARNEIRO, Maria José. *Ruralidade: novas identidades em construção*. Estudos Sociedade e Agricultura, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), Rio de Janeiro – RJ, n° 11, out. 1998. ISSN: 1413-0508.

\_\_\_\_\_. Rural como categoria de pensamento. *Ruris*: Revista do Centro de Estudos Rurais, IFCH – UNICAMP, Campinas/SP, vol. 2, n° 1. 2008, p.p. 9 – 39.

\_\_\_\_\_. Do rural como categoria de pensamento e categoria analítica. IN: CARNEIRO, Maria José (coord.). *Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: MAUAD X/FAPERJ, 2012.

CIESPAL. La investigación de la Comunicación en América Latina. Seminario. Informe Final. Quito/ Equador. Colección Documentos. *Investigación y Comunicación*; nº 4. 1974. Disponível em: <<http://186.5.95.155:8080/jspui/123456789/1364>> Acesso em: 21 fev. 2014.

CHONCHOL, Jacques. A soberania alimentar. *Revista Estudos Avançados* 19 (55), 2005. p.p. 33 – 48. Trad. Gênese Andrade. Publicado originalmente em *Cultura, Sociedad e Historia Contemporánea*, Revista del Doctorado en el Estudio de las Sociedades Latinoamericanas, Santiago do Chile, Universidad Arcis, Editorial Arcis, 2002, pp. 269-290.

ESPOSITO, Roberto. *Communitas*: origen y destino de la comunidad. Buenos Aires: Amorrortu, 2003. 1ª. Ed. Trad. Carlos Rodolfo Molinari Marotto.

FERREIRA, José. Os agentes da construção política do mercado. *Iluminuras*, Porto Alegre, v. 14, n. 33, p. 87-99, jul./dez. 2013. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/iluminuras/article/view/42330>> Acesso em: 07 jan. 2015.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. *Censo Demográfico 2010*. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/>> Acesso em: 07 dez. 2013.

HARDT, Michael & NEGRI, Antonio. *Commonwealth*. Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press Cambridge, 2009. Trad. Esp. Daniel Clavero.

LEFEBVRE, Henri. *A revolução urbana*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2002. Trad. Sérgio Martins. 1ª. Reimpr.

LERNER, Daniel et. al. *La comunicación colectiva y el desarrollo cultural*. Equador: Ediciones Ciespal, 1972.

MACIEL, Laura Antunes. Outras memórias nos subúrbios cariocas: o direito ao passado. IN: FERNANDES, Nelson da Nóbrega; OLIVEIRA, Márcio Piñon de (org.). *150 anos de subúrbio carioca*. Rio de Janeiro: Lamparina/Faperj/EDUFF, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008. 5ª. Ed. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *A ideologia alemã*. São Paulo: Expressão Popular, 2009. Trad. Álvaro Pina. 1ª. Ed. p.p. 25 – 30.

MENDRAS, H. *La fin des paysans* (Conclusion et Postface). Paris: Colin, 1976.

OLIVEIRA, Valdir de Castro. Questões metodológicas da comunicação rural. In: SILVEIRA, Miguel Ângelo; CANUTO, João Carlos. *Estudos de comunicação rural*. São Paulo: Intercom/Loyola, 1988.

PAIVA, Raquel. *O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. 2ª. Ed.

REMY, Jean. Pour une sociologie du rural ou Le statut de l'espace dans la formation des acteurs sociaux. *Recherches Sociologiques*, vol. XX, n° 3. 1989.

RIO DE JANEIRO. *Lei Orgânica do Município* [1990]. Rio de Janeiro: Centro de Estudos da Procuradoria-Geral do Município, 2010. 2ª. ed.

SCHRAMM, Wilbur. *El papel de la información en el desarrollo nacional*. Equador: Ediciones Ciespal, 1967.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002.

\_\_\_\_\_. *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2006.

\_\_\_\_\_. Sobre a episteme comunicacional. *Revista Matrizes* n° 1. Out. 2007. p.p.15-26.

\_\_\_\_\_. *Um novo sistema de inteligibilidade*. Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação. Vol. 1. n° 1, jan./jul. 2013. p.p. 66 a 73.

\_\_\_\_\_. *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2014.

SOROKIN et. al. Diferenças fundamentais entre o mundo rural e o urbano. In: MARTINS, José de Souza. (org.). *Introdução Crítica à Sociologia rural*. São Paulo: Hucitec, 1981.

WEBER, Max. Capitalismo e sociedade rural na Alemanha. In: *Ensaio de Sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1974. 3ª. Ed. Trad. Waltensir Dutra. Rev. Fernando Henrique Cardoso. Cap. XIV. p.p.413-437.

## **Diferentes abismos<sup>1</sup>:**

### **Estudo comparativo entre a realidade da população de rua em Londres no século XX e no Rio de Janeiro no século XXI**

Suzana Rozendo Bortoli<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Jack London, em 1902, transformou-se em desabrigado e inseriu-se no submundo social dos excluídos da Londres do começo do século XX para retratar a miséria do mais poderoso império da época. A grande reportagem deu origem ao clássico *O povo do abismo*. Mais de cem anos depois, percebe-se que a narrativa de London continua atual se comparada à realidade brasileira. Falta de habitação e de emprego; péssimas condições dos abrigos públicos; preconceito com quem vive nas ruas também são vistos no Rio de Janeiro do século XXI. O presente trabalho tem por objetivo traçar essas semelhanças, pinçando trechos do livro *O povo do Abismo* e pareando-os com depoimentos de sete mulheres adultas em situação de rua, que foram coletados, por meio de entrevista semiestruturada, de janeiro a maio de 2014 em duas Unidades de Reinserção Social da cidade do Rio de Janeiro.

#### **Palavras-chave**

Jack London; O povo do abismo; mulheres adultas em situação de Rua, Rio de Janeiro

#### **Apresentação**

A errância, que caracteriza a situação de rua, sempre esteve presente nas cidades, desde o mundo antigo. Em todas as épocas, esse fenômeno foi provocado por uma combinação de fatores: econômicos, políticos e sociais (FRANGELLA, 2004). De acordo com Frangella (2004), a partir da Idade Média, esse público passou a viver em volta dos feudos e buscar ajuda da igreja. Já nesse período, começaram a ser classificados como vagabundos, mendigos, migrantes, incapacitados e sem domicílio fixo.

Em 1902, o escritor norte-americano Jack London resolveu conhecer de perto essa clientela, transformando-se em desabrigado e inserindo-se no submundo social dos excluídos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 - Representação Social e Mediações socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Jornalista e pesquisadora. Mestre em jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina e doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação/ECA/USP. E-mail: suzanarozendo@usp.br.



da Londres do começo do século XX para retratar, por meio dessa experiência, a miséria do mais poderoso império da época. A grande reportagem social deu origem ao clássico “O povo do abismo”, publicado no ano seguinte. Em meio ao contexto do capitalismo industrial, Jack London descreveu, no livro, diálogos e situações que indicavam, já naquele período, a noção de que os desabrigados eram vistos como preguiçosos e desocupados. Percebe-se que havia um número menor de mulheres em relação aos homens vivendo em vias públicas do extremo leste londrino e que estas eram tratadas de forma ainda mais desigual.

Por meio de sua experiência nas ruas, Jack London tentou desmistificar a visão preconceituosa de quem não conhecia esse público de perto: “Os homens e mulheres que encontrei pelas ruas, nos albergues noturnos e nos ‘sopões’ não estão lá porque consideram esse modo de vida uma ‘moleza’. Delineei com nitidez suficiente suas dificuldades para demonstrar que a existência deles pode ser tudo, menos uma ‘moleza’” (LONDON, 2004, p.220).

No Brasil, a população de rua passou a ser reconhecida como um problema de saúde pública com a chegada da Coroa Portuguesa no século XIX. Políticas de higienização dos espaços urbanos iriam estratificar esse público, inserindo-a em instituições especializadas, como orfanatos, hospícios, asilos de velhos e prisões (COSTA, 1989).

Alguns incidentes históricos foram determinantes na gênese da população de rua no País, a exemplo da abolição da escravidão, com a assinatura da Lei Áurea no dia 13 de maio de 1888. O fim da escravidão produziu desabrigados em massa e, no fim do século XIX e no início do XX, a migração de famílias negras em direção aos centros urbanos esteve sempre associada à criminalidade. A ideia de vadiagem que se tinha dos ex-escravos servia para vigiá-los. Desse modo, pós-abolição, para controlar o ex-escravo, o Estado brasileiro criou a “lei da vadiagem”, que consistia em prender qualquer cidadão que estivesse vagando pela rua <sup>3</sup>.

De outras formas, a vigilância e a punição de quem vaga pelas ruas, nos dias de hoje, ainda existe. Caldeira (2000) explica que as grandes metrópoles brasileiras tornaram-se “cidades de muros”. Esses muros não são apenas simbólicos, mas também físicos, resultantes

---

<sup>3</sup> Disponível em: < [http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/abolicao\\_a\\_igualdade\\_que\\_nao\\_veio.html](http://www2.uol.com.br/historiaviva/reportagens/abolicao_a_igualdade_que_nao_veio.html)>. Acesso em: 31 out.2015.

do medo de ameaça de alguns grupos que compõem a população, tais como os pobres, os “marginalizados” e os sem-teto. Isso, aliado à descrença da eficácia do poder público em garantir a segurança de todos. A vida na cidade, marcada pela tensão, discriminação e apartação, segundo Teresa Caldeira, afasta a possibilidade de relações de pessoas “normais” com aquelas com as quais elas consideram “diferentes” ou perigosas, apesar da proximidade espacial entre grupos heterogêneos. Cada habitante vive isolado e convive apenas com seus iguais.

Mais de cem anos depois da escrita de Jack London, percebemos que sua narrativa continua atual e em consonância com a realidade de grandes cidades do Brasil e, conseqüentemente, com a realidade da metrópole carioca-fluminense. Falta de habitação e de emprego; medidas higienistas; péssimas condições dos abrigos públicos; preconceito com quem vive nas ruas e exclusão maior das mulheres também são vistos no Rio de Janeiro do século XXI.

## **Objetivo e Método**

O presente trabalho tem por objetivo traçar as semelhanças encontradas na reportagem de Jack London com a realidade da população em situação de rua da cidade do Rio de Janeiro, pinçando trechos do livro “O povo do Abismo” e pareando-os com depoimentos de sete mulheres adultas em situação de rua (Cecília, Jane, Maria Cristina, Cristina Maria, Maria de Lourdes, Ana Lucia e Gleicyane), que foram coletados de janeiro a maio de 2014 em duas Unidades de Reinserção Social (Stella Maris e Irmã Dulce) da cidade do Rio de Janeiro.

Os procedimentos metodológicos adotados foram o levantamento bibliográfico e a entrevista semiestruturada. As entrevistas foram transcritas com as marcas da oralidade das entrevistadas. Em campo, a orientação metodológica foi norteadas pelos pressupostos do Construcionismo Social apregoado por Spink (2000) e Gergen (2009). Em suma, procurou-se estabelecer diálogos e traçar histórias de vida das participantes.

Vale destacar que existe uma grande diferença na experiência de imersão de Jack London e de nossa própria pesquisa, guiada por um questionário semiestruturado e um campo

limitado de entrevistadas. Ainda assim, as paridades nos depoimentos coletados nas duas empreitadas são notáveis.

### **Jack London e O povo do abismo**

Jack London nasceu em São Francisco, Estados Unidos, em 12 de Janeiro de 1876 e morreu em novembro de 1916, em Glen Ellen, no mesmo país de nascimento. Seu nome de batismo é John Griffith Chaney. Filho de um astrólogo, William Henry Chaney, manteve esse nome somente durante oito meses, até Flora Wellman, sua mãe, que não era casada com seu pai, se casar com John London. London, portanto, é o sobrenome herdado de seu padrasto. Jack teria sido adotado por ele durante sua adolescência, como um pseudônimo (BETTI, 2004).

Crescido em um período de grandes transformações capitalistas, de substituição do trabalho humano pela máquina, desde a infância, London passou por inúmeras dificuldades financeiras. Ainda menino, teve de interromper os estudos para conseguir o sustento da casa, e exerceu diversas atividades, como entregador de revistas, pescador de lagostas e patrulheiro marítimo. Ele precisava ajudar sua mãe, de saúde frágil, e seu padrasto, que foi atropelado por um trem e não tinha condições de trabalhar.

Antes de viver esse período de extrema pobreza, o próprio London “imaginava que os vagabundos o eram por gosto, porque queriam a malandragem e a aventura sem responsabilidade ou porque eram preguiçosos, estúpidos ou bebedores” (SOUZA, 2006, p.13). Chegou em Londres em um navio a vapor e não demorou para perceber que esses homens do *East End*, cuja expectativa de vida era de 30 anos (RIBEIRO, 2011, texto *online*), eram bons como ele próprio:

Quando batia de porta em porta, pedindo comida em companhia desses pobres diabos, ou quando tiritava de frio com eles nos vagões de bagagem ou nos bancos de jardins, London ouvia histórias de vida que tinham começado sob promessas tão risonhas quanto as da sua, e que terminavam tropeçando de degrau em degrau até o plano mais baixo da sociedade (SOUZA, 2006, p.13).

Na adolescência, depois de andar de trem sem pagar passagem, chegou a ser preso por vadiagem. Após sair da penitenciária, passou a militar pelo partido socialista, desligando-se dele na fase imediatamente anterior a sua morte (BETTI, 2004). Sua preferência política está marcada ao longo de toda a obra, conforme o seguinte trecho:

Os frutos da prostituição – prostituição de homens e mulheres e crianças, de carne e osso, e fulgor e espírito; enfim, os frutos da prostituição do trabalho. Se isso é o melhor que a civilização pode fazer pelos humanos, então nos dêem a selvageria nua e crua. Bem melhor ser um povo das vastidões e do deserto, das tocas e cavernas, do que ser um povo da máquina e do Abismo (LONDON, 2004, p.293).

Além de depoimentos de pessoas que conheceu perambulando pelas ruas, o autor utilizou registros, relatórios, processos judiciais, dados e estatísticas para embasar a grande reportagem que deu origem ao livro “O povo do Abismo”. Apesar de também usar dados apresentados pelos jornais britânicos em sua obra, Jack London sabia que a imprensa não poderia fazer um bom trabalho com um público vulnerável, como as pessoas que dormiam pelas ruas do império britânico. “A ideia de apresentar-se ele próprio como um dos milhares de desabrigados e desempregados do *East End* londrino foi o recurso central do trabalho” (BETTI, 2004, p. 51). Foi ele, portanto, quem apresentou aos leitores o tema de forma inédita. London deixou isso claro na introdução de sua reportagem:

As experiências relatadas neste livro assaltaram-me durante o verão de 1902. Foi quando desci ao submundo de Londres com uma disposição mental melhor comparável à de um explorador. Queria ser convencido pela evidência dos meus olhos, e não pelos ensinamentos de quem não havia visto, ou pelas palavras dos que tinham visto e ido até lá anteriormente (LONDON, 2004, p.65).

O que London fez, é o que na década de 1980 recebeu o nome de Jornalismo Gonzo, proposto pelo jornalista norte-americano Hunter Thompson: o jornalismo gonzo tem compromisso com a verdade e necessita de situações empíricas que produzem o retrato da realidade e das pessoas que vivenciaram determinadas experiências (LACERDA, 2012).

Uma característica desse tipo de jornalismo, que foge das rotinas tradicionais de produção da notícia é a parcialidade, apontada por Ribeiro (2011): ao retratar as massas

proletárias do submundo social dos excluídos e dos miseráveis de Londres, London não produziu um relato imparcial, mas, sim, uma reportagem engajada de um militante da causa socialista. Podemos observar essa parcialidade no seguinte trecho:

Mas não era assim com os sem-teto que caminhavam comigo para o abrigo de Poplar. E há 35 mil deles, homens e mulheres, em Londres nesta noite. (...) Para homens de 60,70 e 80 anos, mal nutridos, sem carne e sem sangue, saudar o amanhecer sem ter tido a chance de se revigorar, passar o dia cambaleando numa busca insana por restos, com a noite inexorável novamente se aproximando, e fazer isso cinco noites e dias... Ah, gente bondosa e bem- nutrida, como é que um dia poderão entender? (LONDON, 2004, p.128).

Ao longo da obra, é possível observar algumas técnicas literárias de escrita. Para ressaltar as condições adversas de sobrevivência, por exemplo, London utilizou-se da zoomorfização, na qual consiste na descrição de comportamentos humanos como de animais. A título de exemplificação, nessa passagem estava a visão do autor sobre uma personagem:

Ao entrarmos no parque, uma senhora de seus 50 ou 60 anos passou por nós com passadas largas e intenção firme, apesar do movimento cambaleante. Tinha duas trouxas volumosas, cobertas com aniação, que balançavam para frente e para trás. Era uma mendiga, uma alma sem-teto, independente demais para arrastar a carcaça enfraquecida para dentro de um abrigo de pobres. Como um caramujo, carregava a casa consigo (LONDON, 2004, p.115).

Segundo Betti (2004), se o ponto forte de London foi desenvolver a crítica ao sistema econômico a partir da ótica de trabalhador explorado, o ponto fraco do autor foi se aproximar de ideias relacionadas à superioridade racial e à eugenia (semelhante ao darwinismo, postulava que, assim como na natureza, somente os mais aptos da sociedade sobrevivem ao ambiente). “Ele enxergava nos despossuídos do *East End* características de uma raça” (BETTI, 2004, p.55). London apontou alguns aspectos dessa raça: homens de estatura baixa, sem rigidez muscular, mulheres e crianças pálidas e anêmicas, vergadas e encurvadas. Jack London afirma que para esse povo: “(...) forma física e beleza viram uma impossibilidade” (LONDON, 2004, p.243).



Assim como Jack London saiu explorando o *East End*, no Brasil, na cidade de São Paulo, a jornalista Rebeca Kritsch, juntamente com o fotógrafo Vidal Cavalcante, passou cinco dias nas ruas vivendo como uma sem-teto, mendigando, reciclando latas e, até mesmo, embriagando-se para perder a vergonha de pedir esmola. A experiência resultou na reportagem “Viver nas ruas de São Paulo”, publicada no dia 3 de setembro de 1995, no Caderno Cidades, do jornal *O Estado de S. Paulo*. Para realizar esse trabalho, a dupla inventou uma história: eles seriam um casal recém-chegado à capital paulista. Ela estaria grávida e teria sido expulsa de casa; ele seria um fotógrafo cearense desempregado, que ainda possuía sua câmera fotográfica profissional. Ambos usaram roupas velhas e sujas, passaram fuligem no pescoço e começaram essa experiência na fila de distribuição de sopa de uma comunidade católica. A reportagem de quatro páginas, narrando toda essa história, rendeu à Rebecca o *Prêmio Esso de Reportagem* de 1995<sup>4</sup>.

Na apresentação da obra “O povo do Abismo”, percebemos que, apesar de serem realidades, continentes e séculos diferentes, o Abismo apresentado por London existe no Brasil atual, sobretudo nas grandes capitais. Mudam-se os personagens, mas muitas situações ainda são as mesmas.

### **Sete mulheres sem casa: histórias de vidas no Rio de Janeiro**

Antes de apresentar as sete mulheres entrevistadas para a pesquisa, é importante mencionar o que se pode compreender por “mulheres em situação de rua”: são aquelas despossuídas de um imóvel próprio, alugado ou emprestado; que utilizam o espaço público como abrigo eventualmente ou constantemente; mulheres sem ou com frágeis vínculos familiares (de modo que nenhum parente aceite conviver com elas na mesma residência); que necessitam de assistência social ou ajuda de caridade para se alimentar, dormir e higienizar; que pernoitam em albergues, abrigos, hotéis, pensões, repúblicas ou casas de convivência; pessoas descomprometidas com os deveres do cidadão e desamparadas quanto aos seus

---

<sup>4</sup> Disponível em: [http://www.premioexxonmobil.com.br/site/premio\\_principal/index.aspx?year=1995](http://www.premioexxonmobil.com.br/site/premio_principal/index.aspx?year=1995). Acesso em: 23 ago. 2015.

direitos (FRAZÃO, 2010); que, na rua, convivem com a indiferença, a discriminação e o desprezo; que conseguem passar despercebidas, mesmo estando bem visíveis (TIENE, 2004). São mulheres discriminadas ou muitas vezes perseguidas, com baixo poder de expressão e representação política (DANTAS, 2007).

Martha de Abreu Esteves (1989) *apud* Silva (2011), ao descrever o cotidiano no Rio de Janeiro da *Belle Époque*, lembra que a mulher, desde a infância, foi criada e educada para ser mãe, cuidadora do lar e esposa. A ela era destinado o confinamento doméstico. Segundo a autora, ainda no início do século XX, a mulher circulava pouco pela rua e quando o fazia, era acompanhada pelo marido, se casada, ou pelos pais, se solteira. “Desta forma, o homem era detentor de maior liberdade para frequentar a rua, pois sua formação exigia que fosse adestrado para o trabalho, que soubesse lidar com tudo o que pudesse ser encontrado nos espaços públicos” (SILVA, 2011, p.4). As mulheres em situação de rua, portanto, dentre outras marcas, também são caracterizadas por romper a fronteira do confinamento doméstico e desviar a imagem imaculada de “mulher honesta”, mãe e esposa dedicada.

Jane Aparecida de Campos é uma mulher em situação de rua de 46 anos, branca, estudou até a sexta série. Natural de Barueri/SP, mãe de quatro filhos, trabalhava como auxiliar de limpeza. Não possui documentos: “Assim que eu cheguei aqui no Rio, roubaram a minha bolsa com meus documentos e tudo” (informação verbal). Chegou à cidade a pé e de carona, vindo de São Paulo. O percurso demorou três dias. “Lá eu morava com um rapaz, ele usava crack, ele me batia, tentou me matar três vezes. Na terceira vez, eu comecei a andar sem destino e vim parar aqui” (informação verbal). Desde que está na capital fluminense, perdeu o contato com os filhos.

Sua única fonte de renda é a venda de materiais recicláveis. “Olha, dá para tirar uns 30 ou 40 reais, dependendo o dia que está bom” (informação verbal). Sua história de vida é atravessada pelo alcoolismo. Filha de pais alcoólatras, ex-marido alcoólatra, Jane começou a beber ainda na infância. Desempregada, sem condições de pagar o aluguel, sem ajuda dos filhos, foi morar nas ruas, onde teve recaída e voltou a consumir álcool de forma abusiva.

Maria Cristina de Souza Castro, de 53 anos, negra, trabalhou a vida toda como empregada doméstica e fez uns “bicos” como cozinheira na escola de samba da Mangueira.

Nascida em Porciúncula, município do Rio de Janeiro, veio para a capital ainda bebê acompanhar a mãe, que também trabalhava em casa de família. A mulher estudou até a quinta série do ensino fundamental. Mãe de três filhos de pais diferentes, o mais novo falecido aos 15 anos em decorrência de um assalto que ele cometeu, ela diz que não tem contato com as outras filhas, sua conversa é por telefone e apenas com a mãe, de mais de oitenta anos.

Vinda de uma família de alcoólatras, Maria Cristina começou a consumir álcool e outras drogas no começo da adolescência. Na época da entrevista, a mulher estava fazendo tratamento para conter o vício no Instituto de Psiquiatria da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Apesar de inúmeras recaídas, ela estava otimista: “Parei, com certeza, totalmente. No começo eu ficava ‘meia’ zonza por causa do meu organismo, né? Graças a Deus, hoje estou limpa!” (informação verbal).

Nas ruas, circulava pelos bairros Tijuca e Maracanã, tomava banho em postos de gasolina e em praças com fontes de água. Ela dormia com um grupo de pessoas e comia no restaurante popular do bairro Maracanã. “Fazia amizades com pessoas que eu nunca tinha visto na minha vida, né? Dormia ao lado delas, passava a ser amigos” (informação verbal). Suas tardes eram ociosas: “ficava com a tarde livre, fazia fiado, me davam cachaça e à noite eu ia reciclar de novo” (informação verbal). Seu maior medo, no período em que viveu nas ruas, era sofrer violência sexual. Para ela, a única vantagem de ter passado por todas essas situações foi aprender a reclamar menos da vida.

Cecília Celi da Silva Correa, solteira, sem filhos, parda, 52 anos, carioca, segundo grau completo, órfã de pai e mãe, traz-nos relatos instigantes. Foi criada em colégio interno, morou em um pensionato com o apoio da Funabem, antiga Fundação Nacional do Bem Estar do Menor, depois de um período, passou a morar com uma amiga, mas precisou desocupar a casa assim que essa amiga se casou. Desde então, vivia sozinha em cômodos alugados. Ela trabalhou como operadora de caixa, balconista, recepcionista e auxiliar de crédito, mas, em 2001, ficou sem emprego e renda:

Olha, eu perdi meu emprego e não pude pagar o aluguel e a senhorinha não quis nem me dar um prazo maior pra mim arrumar um outro emprego e continuar pagando aluguel, que era um quarto. Eu fiquei desorientada porque eu tinha muitos amigos, pedi ajuda dos amigos e não puderam me ajudar em

moradia, me ajudavam em outras coisa, assim, como por exemplo, um prato de comida, um banho, lavar a minha roupa, mas moradia mesmo não quiseram me dar, aí eu fiquei nas ruas quatro anos e sete meses (informação verbal).

Cecília revela que a primeira vez que foi para um abrigo, entrou em pânico e precisou ser internada durante dois meses em um hospital psiquiátrico:

Briguei com a diretora aqui dentro porque eu não queria dividir quarto com ninguém, por isso que me internaram e colocaram eu no CAPS, que faz tratamento psiquiátrico. Quando eu cheguei aqui, eu estranhei, aí eu surtei, eu surtei, fiquei desnorteada, eu não queria ficar presa em abrigo, eu só queria um quarto pra mim morar. Tinha muita gente, muita gente, muita gente que fala palavrão, que xinga, que surta, aí dividia o quarto com outra pessoa, uma pessoa relaxada, não sabe limpar o quarto, é porca, aí eu surtei e eu fui internada (informação verbal).

Depois dessa internação, ela passou a fazer tratamento para esquizofrenia. A mulher nunca fez uso de álcool ou outras drogas e não passou fome enquanto esteve nas ruas. Ela circulava sozinha pela Ilha do Governador e como estratégia de segurança, não dormia no mesmo ponto “pra não ficar manjada” (informação verbal).

Cristina Maria da Silva Costa, de 50 anos, é parda, completou o ensino fundamental e trabalhou como empregada doméstica. Sem filhos, sem nenhuma fonte de renda, sua única referência familiar é o pai alcoólatra, com quem não tem contato: “porque nós estamos brigados há mais de dois anos” (informação verbal). A motivação da desavença é que o pai não quis acolhê-la quando ela pediu abrigo, porque a outra filha não queria a irmã dentro de casa. A mulher foi amasiada com um homem por dez anos. Dele, sofria agressão física. Toda vez que brigavam, ele expulsava Cristina de casa: “a casa era dele, mas a rua era minha, né?” (informação verbal). A última briga foi definitiva e, nas ruas, ela passou a fazer uso de álcool.

A mulher viveu mais de um ano em situação de rua. Ela preferia andar em grupos. Dormia debaixo de marquises de supermercado ou hospitais, tomava banho em instituições religiosas que ofereciam toalete e se alimentava pedindo doações nos restaurantes ou quando distribuíam comida nas ruas: “Eu acordava de manhã, tinha o café né, que o pessoal dava, eu catava latinha pra comprar o cigarro, pra comprar desodorante. E depois ficava sentada conversando e procurava esses lugar que tem assistente social” (informação verbal). Para ela, higiene, segurança e preconceito foram as principais dificuldades pelas quais passou:

Na hora que você vai fazer a higiene pessoal, tomar um banho, porque tem que procurar lugar e nem todo mundo dá; e na hora de dormir porque você não dorme na rua, você tira um cochilo, porque na rua você está sujeito a tudo, a ser estrupada, entendeu? As pessoas passam e debocham de você e ficam rindo, pensa que você não quer trabalhar, porque vê você com saúde assim, né? (informação verbal).

Maria de Lourdes, 42 anos, negra, solteira, sem filhos, é nascida em Volta Redonda, no estado do Rio de Janeiro. Antes de ir para as ruas, trabalhou como empregada doméstica e morava junto com a família dos patrões próximo à Lagoa Rodrigo de Freitas. Depois, trocou de emprego, alugou um apartamento em Copacabana, “então o dinheiro acabou e aí eu fui pra rua” (informação verbal). No total, foram cinco anos vivendo nas ruas até ir para a Unidade de Reinserção Social Stella Maris. A mulher tem irmãos no município de origem, mas não se dá bem com eles. Ela estudou até a quinta série e recebe aposentadoria. Todo o dinheiro fica investido na poupança bancária.

Nas ruas, tomava banho um dia sim um dia não, na praia. Dormia debaixo de qualquer marquise e “catava latinha pra comprar um biscoito, um suco” (informação verbal). Mesmo assim, conta que passou fome. Conseguir alimentos era seu principal problema. Além disso, reclama dos dias em que chovia e ela ficava molhada. Já foi vítima de estupro certa vez que estava no Aterro do Flamengo. O rapaz estava armado e ela não teve reação.

Ana Lucia Alves da Silva, 34 anos, parda, carioca, solteira, explica que nunca necessitou dormir nas ruas, mas se não fosse o abrigo municipal, precisaria. É formada em técnico de enfermagem, mas trabalhou também como vigilante e nas lojas *Americanas*. Criada no bairro da Penha, disse que não tinha mais nenhum elo familiar: “Eu me casei, me separei e não tive condições mais de pagar as contas porque eu perdi meu trabalho. Ninguém quis dar apoio ou ajudar. Quando precisei, que eu fui procurar, não quiseram ajudar, aí eu vim pra cá e vou tentar minha vida sozinha, eu e Deus” (informação verbal). Certo dia, “surtou”, fez tratamento em um Centro de Atendimento Psicossocial e a assistente social do CAPS conseguiu uma vaga para ela no abrigo.

Sua fonte de renda é um salário mínimo que recebe do auxílio-doença do Plano de Previdência Complementar, do governo, porque é bipolar e faz tratamento psiquiátrico com



antidepressivos e estabilizadores de humor. Todo o dinheiro está sendo investido na caderneta de poupança com o objetivo de alugar uma casa para morar.

Gleicyane da Conceição Geraldino, parda, 24 anos, concluiu o ensino superior. Sua formação é de licenciatura em Música pela *Escola Baden Powell*, da Fundação de Apoio à Escola Técnica (Faetec) do Estado do Rio de Janeiro, embora não trabalhe na área devido a uma tendinite que comprometeu os movimentos dos dedos. “Eu fui atendente, trabalhei no Bob’s, Lojas Americanas, fui auxiliar de loja, operadora de caixa” (informação verbal). Na época da entrevista, a jovem trabalhava como operadora de *telemarketing* na empresa Atento Brasil, unidade da Penha.

Solteira, sem filhos, ela tem uma história peculiar. O motivo para o seu histórico de rua foi a violência sofrida pelo seu genitor: “ele sempre agrediu a minha mãe antes de morrer, meus irmãos e por último eu, que era a mais nova” (informação verbal). O pai, que era de classe média e sócio de um hotel, batia também na madrasta. Segundo a musicista, a penalidade do homem foi prestar ajuda comunitária, mas isso não fez com que ele parasse com as agressões. Nesses episódios, ela diz que ele expulsou todos os filhos de casa, inclusive ela. Nas primeiras brigas, Gleicyane era acolhida por parentes ou amigos: “Só que no ano passado eu não consegui ninguém. Toda a minha família fechou as portas pra mim” (informação verbal).

Méier, Madureira e Penha foram os bairros pelos quais a jovem percorreu. Geralmente, ficava próximo a postos de gasolina, onde podia ir ao banheiro e beber água. Apesar de ter sido estuprada e de ter passado muita fome, para ela, a principal dificuldade era não ter um local adequado para a sua higiene. Gleicyane comenta que a mulher é mais vulnerável na questão da segurança e trabalho.

Embora apresentem perfis diferentes, as falas dessas sete entrevistadas nos permitem traçar alguns pontos em comum: baixa escolaridade (apesar de uma ter concluído o ensino superior); a maioria é parda; solteira ou divorciada; com histórico de frágeis ou sem vínculos afetivos e consumo abusivo de álcool. Nenhuma delas tem condições de se manter sozinha, e, por isso, elas precisam de ajuda das ações do município e do governo para as necessidades mais básicas de sobrevivência. Todas mostraram falta de elo familiar, característica essa que não aparece nos personagens apresentados na obra de Jack London.

No *East End* londrino, o principal problema não eram as desavenças familiares, mas, sim, a miséria que assolava as famílias:

“Estou imunda! Pudera, passei o dia inteiro andando para cima e para baixo”, disse a mulher, sentando-se no café, limpando o sono e a sujeira do canto dos olhos. [...] Vivera feliz até o pai morrer num acidente, foi aí que se viu sozinha no mundo. Um irmão estava no exército e o outro irmão, ocupado em manter mulher e oito filhos com 20 xelins por semana e um emprego instável, não podia fazer muito por ela (LONDON, 2004, p.182).

### **Semelhanças que não são coincidências**

Cento e três anos atrás, Jack London indignava-se ao observar uma medida higienista criada para impedir que os sem-teto dormissem em um parque de Londres:

Ali só cresce grama, devidamente cercada por um gradil de ferro com lanças pontiagudas, como em todos os outros parques de Londres, para impedir que à noite homens e mulheres sem –teto– entrem para dormir sobre ela. (...) Em outro banco, uma mulher usa uma faca para aparar as franjas puídas da sua roupa e outra mulher, com linha e agulha, remenda rasgos. Ao lado, um homem segura nos braços uma mulher adormecida. Um pouco mais longe, um homem, a roupa empastada com a lama do esgoto, adormece com a cabeça no colo de uma mulher de não mais de 25 anos, também entorpecida. Era o sono que me intrigava. Por que nove entre dez dormiam ou tentavam dormir? Só mais tarde fui entender. Havia uma lei que proibia os sem-teto de dormir à noite. Na calçada, no pórtico da Christ’s Church, onde os pilares de pedra elevam-se para o céu formando uma sequência imponente, havia filas inteiras de homens deitados, dormindo ou cochilando, num torpor demasiado profundo para se levantarem ou ficarem curiosos com nossa intrusão (LONDON, 2004, p.115-116).

Passado mais de um século, no Rio de Janeiro, as medidas higienistas clássicas do século XIX continuam as mesmas, conforme os depoimentos de várias entrevistadas, que foram abordadas por agentes municipais e convidadas para irem a abrigos distantes das regiões centrais do Rio de Janeiro.

London criticava as leis britânicas, que, na época, aplicavam penas severas e igualavam crimes contra a propriedade e contra a pessoa: “Triturar a mulher de alguém até deixá-la mole como geleia e quebrar algumas de umas costelas é uma ofensa trivial em comparação a dormir sob as estrelas por falta de meios para pagar por um teto” (LONDON, 2004, p.200).

Em outra passagem de “O povo do Abismo”, Jack London se dedicava a falar de bebida, temperança e parcimônia. Nessa parte, o autor explica porque muitos viventes de rua acabam adquirindo o hábito do alcoolismo:

Quando a vida doméstica se esvai, a taberna aparece. Os homens e mulheres que têm uma avidez anormal por bebida não são apenas os que trabalham em excesso, estão exaustos, sofrem com estômagos debilitados e saneamento ruim e estão mortificados pela feiura e pela monotonia da existência, mas também os homens e mulheres de espírito gregário que não têm vida doméstica e fogem para a ofuscante e barulhenta taberna numa vã tentativa de exprimir sua sociabilidade (LONDON, 2004, p.309).

Jane Aparecida Campos atribui outra função ao uso do álcool: a “coragem” necessária para dormir ao relento. “Pra gente que é mulher... se você não tomar pelo menos uma bebida forte para você dormir, você não dorme. Eu não vou mentir, quando eu estava na rua, fazia reciclagem e prá dormir, eu comprava cachaça e tomava pra mim poder dormir” (informação verbal). Brognoli (1996) cita que o álcool vai além de um vício: atua como suporte de vida cotidiana desenrolada em público, serve para reduzir a inibição na hora de pedir dinheiro, “anestesia” o frio, a fome, as dores físicas e as lembranças ruins, além de ser um reforçador dos laços interpessoais flutuantes.

Algumas formas de preconceito mencionadas na obra de London aparecem nas falas das entrevistadas. E, geralmente, são tão intensas, que levaram a comportamentos hostis por parte daqueles que se sentiram incomodados com as mulheres em situação de rua. Cecília Celi da Silva Correa, por exemplo, passou por situações delicadas: “me xingavam quando passava. Tinha rapazes ou grupo de jovens que quando eu passava, jogavam pedra em mim. Uma vez jogaram um garfo, que parou aqui em mim, quase furou meu olho”(informação verbal). Maria de Lourdes afirmou que sofreu grosserias até mesmo de infantes: “Ah, na rua eles não me deixava sossegada, não. Às vezes era criança né, ficava incomodando né, jogava pedra” (informação verbal). Na reportagem de London surgem episódios semelhantes:

(...) De vez em quando, meninos e rapazes paravam e aproximavam-se para dar vazão a gritos repentinos e diabólicos. Os gritos arrancavam os maltrapilhos do sono e a multidão soltava risadas estrepitosas diante da visão da miséria amedrontada (LONDON, 2004, p.180).

As paridades nos depoimentos das entrevistadas e na observação de London sobre a discriminação dessa parcela social nos remete a Arendt (1991) *apud* Dantas (2007). A autora expressa a extrema solidão dos que vivem “a experiência de não se pertencer ao mundo, que é uma das mais radicais e desesperadas experiências que o homem pode ter” (ARENDT, 1991, p.15) .

No capítulo 14 do livro (A colheita e os colhedores), London mostra como as mulheres eram tratadas de forma desigual. Quando conseguiam trabalho nas regiões dos campos de lúpulo, colhiam muito mais que os homens, mas uma mulher e meia dúzia de crianças recebiam o equivalente ao trabalho realizado por um homem. Swain (2000), ao falar sobre a mulher, explica a naturalização da desigualdade de gêneros já não é nem questionada: “a história do Ocidente naturaliza as relações e funções atribuídas a mulheres e homens, recriando-as e desenvolvendo uma política de esquecimento, que apaga o plural e o múltiplo do humano” (SWAIN, 2000, p.48).

Outro ponto em comum da Londres do século XX e do Rio de Janeiro do século XXI é a dificuldade em se conseguir uma vaga para dormir no abrigo público, conforme essa passagem do livro:

Até agora fiz duas tentativas e, em breve, devo fazer uma terceira. Na primeira vez, comecei às sete da noite com quatro xelins no bolso. Aí eu já havia cometido dois erros. Em primeiro lugar, o candidato a uma vaga deve ser pobre e, como é submetido a rigorosa inspeção, realmente precisa ser pobre e quatro pence, ainda mais quatro xelins, é riqueza suficiente para desqualificá-lo. Em segundo lugar, cometi o erro do atraso. Sete horas da noite é tarde demais para um mendigo conseguir uma cama de mendigo. Para os bem-alimentados e inocentes, deixe-me explicar o que é um abrigo ou um albergue noturno. É um lugar onde os sem-teto, sem-cama e sem-tostão, se tiverem sorte, eventualmente podem descansar os ossos exaustos e pagar por isso no dia seguinte, trabalhando como operários em escavações, construção de estradas etc (LONDON, 2004, p.119).

Jane Aparecida de Campos conta como foi difícil conseguir uma vaga na Casa de reinserção social Irmã Dulce, no Rio de Janeiro:

Quem arrumou aqui prá mim foi a Katiane, do CREAS de Santa Cruz. Ela arrumou a primeira vez, mas eu tava fazendo a reciclagem e ela não me achou. Na segunda vez, a mesma coisa. Na terceira, eu procurei ela e pedi pelo amor de Deus pra ela arrumar uma vaga prá mim porque eu não estava aguentando mais ficar na rua. Na terceira vez, ela conseguiu. Eu falei: “não acredito”!. Minha filha, eu larguei meu saco de reciclagem lá na praça e desci, fui lá no CREAS. Depois que eu cheguei aqui, minha filha, eu tô na paz (informação verbal).

Segundo Rosa e Brêtas (2011), as políticas públicas de abrigamento não oferecem uma “porta de saída” da condição de rua, isso é possível somente em algumas iniciativas da sociedade civil e/ou organizações sociais, que atingem um número muito limitado dessa clientela.

Depois de conseguir adentrar no abrigo de Popular, London descobre a precariedade da alimentação oferecida. Para o jantar e para o café da manhã eram servidas as mesmas coisas: 170 g de pão e 420 ml de *skilly*. “Skilly é um preparado com 800 ml de farinha de aveia misturados em três baldes e meio de água quente” (LONDON, 2004, p.131).

Na mesma linha de crítica, Gleicyane da Conceição Geraldino comenta que, embora o abrigo onde dorme no Rio de Janeiro ofereça todas as refeições, ela já recebeu comida estragada e com cabelo. Cristina Maria da Silva Costa reclama que, nas normas das instituições, as pessoas não podem comer duas vezes a mesma refeição: “Isso é muito triste, porque você come e se você tá com fome, não pode repetir, porque isso aqui é o governo que manda, sai do bolso das pessoa”(informação verbal).

Por meio dos depoimentos das entrevistadas e das passagens do livro de Jack London, percebe-se que essas meras semelhanças não são coincidências. O Brasil herdou muitas dessas práticas do império britânico do século XX e continua “colocando em prática” nos dias atuais.

## **Considerações finais**

“O povo do Abismo” é uma denúncia ao contexto social britânico do século XX, que também serve de amparo para tecer críticas ao atual cenário brasileiro. O Estado de bem-estar no Brasil atual, na verdade, deixa desamparada uma vasta clientela que demanda políticas públicas especializadas, como no caso da população de rua e de idosos dependentes, por



exemplo. Os recursos públicos, as políticas e serviços de Estado são tratados como “investimentos” que contemplam retornos financeiros. Portanto, investir em estratos improdutivos da população não se enquadra na lógica empreendedora do bem-estar social no País. A falta de moradia e de qualidade dos serviços oferecidos aos desabrigados; as medidas higienistas tão notáveis e a exclusão em geral desta população são evidências do descaso do governo.

E quem são os miseráveis, os humilhados, os esquecidos do matadouro social brasileiro? Por que as pessoas têm tanto preconceito com esse público? Então, percebemos que ainda há outros pontos em comum com a obra de Jack London. Assim como a imprensa foi mencionada na história do autor, os jornais brasileiros não têm interesse em publicar matérias com temáticas sobre esse público e sobre as falhas dos gestores municipais e governamentais. Quando publicam algo, geralmente a notícia tem algum viés criminal, seja de vigilância, seja de punição.

De um lado o governo displicente e de outro uma imprensa despreparada, que não sabe relatar de maneira mais humanizada questões relacionadas à população em situação de rua. Trata-se de uma associação bastante nociva, já que modula pejorativismos no imaginário social e faz com que a sociedade se desengaje de projetos que contemplem as necessidades da população de rua. Necessidades que extrapolam alimentação e vestimentas, tal como se pensa habitualmente.

## Referências

- ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense, 1991.
- BETTI, Maria Sílvia. *Jack London, um homem do seu tempo*. In: LONDON, Jack. *O Povo do Abismo: Fome e miséria no coração do império britânico – uma reportagem no início do século XX*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.
- BROGNOLI, Felipe Faria. *Trecheiros e pardais: estudo etnográfico de nômades urbanos*. 1996. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Curso de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1996.
- CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. *Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo*. São Paulo, Editora 34/Edusp, 2000.
- CAMPOS, Jane Aparecida de. [4 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.
- CASTRO, Maria Cristina Souza de. [4 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.

CORREA, Cecília Celi da Silva Correa. [9 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.

COSTA, Cristina Maria da Silva. [9 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.

COSTA, Jurandir. *Ordem médica e norma familiar*. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

DANTAS, Monica. *Construção de Políticas Públicas para População em Situação de Rua no Município do Rio de Janeiro: Limites, Avanços e Desafios*. (Dissertação de mestrado). Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2007.

FRANGELLA, Simone. *Corpos urbanos errantes: uma etnografia da corporalidade de moradores de rua em São Paulo*. Tese (Doutorado em Ciências Social)- Programa de Pós-graduação em Ciências Social, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

FRAZÃO, Theresa Christina Jardim. *O morador de rua e a invisibilidade do sujeito no discurso jornalístico*. 2010. (Tese Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Linguística. Universidade de Brasília. Brasília, 2010.

GERALDINO, Gleicyane da Conceição. [9 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.

GERGEN, K. J. O Movimento do Construcionismo Social na Psicologia Moderna. In: *INTERthesis*, Florianópolis, v. 6, n.1, p. 299-325, jan/jul. 2009.

KRITSCH, Rebeca (1995). *Viver nas ruas: o dia-a-dia nas calçadas e a noite sob as marquises de São Paulo estraçalham a dignidade*, O Estado de S.Paulo, Caderno Cidades: C1.

LACERDA, Luciene Mendes. O jornalismo gonzo: um possível diálogo entre Hunter S. Thompson e Arthur Veríssimo. *Anais ... 2º Encontro Regional Norte de História da Mídia*, nov. 2012, UFPA. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/O%20jornalismo%20gonzo.pdf/view> > . Acesso em 17 ago. 2015.

LONDON, Jack. *O povo do abismo: fome e miséria no coração do império britânico: uma reportagem do início do século XX*. Tradução de Hélio Guimarães e Flávio Moura – São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2004.

LOURDES, Maria de. [9 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.

RIBEIRO, Carlos. Imenso Matadouro. O povo do abismo, reportagem de Jack London, é relato doloroso da exploração humana. In: *Rascunho – Jornal de Literatura do Brasil*, out./2011.

ROSA, Anderson da Silva; BRÊTAS, Ana Cristina Passarella. Envelhecimento em situação de rua: A história de Maria Rosa. In: TRENCH, Belkis; ROSA, Tereza Etsuko da Costa (orgs.). *Nós e o outro: envelhecimento, reflexões, práticas e pesquisa*. São Paulo: Instituto de Saúde, 2011. p.183-198.

\_\_\_\_\_. A violência na vida de mulheres em situação de rua na cidade de São Paulo. In: *Interface: Comunicação, saúde e educação*, 2015; 19(53). p. 275-85.

SILVA, Ana Lucia Alves da. [9 abr. 2014]. Rio de Janeiro. Entrevista concedida à autora.

SILVA, Maria Lucia Lopes da. *Trabalho e população em situações de rua no Brasil*. São Paulo: Cortez, 2009.

SILVA, Clodoaldo Oliveira. Embates discursivos em torno do crime de sedução em Londrina-Paraná (1940-1970). In: *Anais .... XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH*, São Paulo, jul. 2011. Disponível em:<

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

[http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1307481887\\_ARQUIVO\\_EmbatesdiscursivosemtornodocrimedeseeducacaoemLondrina.pdf](http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1307481887_ARQUIVO_EmbatesdiscursivosemtornodocrimedeseeducacaoemLondrina.pdf)>. Acesso em: 15 out. 2015.

SOUZA, Carlos Augusto Hentges de. London em Londres: *Jornalismo, Literatura e o Abismo em 1900*. 2006. 54 f. Monografia (Conclusão de Curso) - Ufrgs, Porto Alegre, 2006.

SPINK, M. J. (org). *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*. São Paulo: Cortez, 2000.

SWAIN, Tânia. A invenção do corpo feminino ou “a hora e a vez do nomadismo identitário?”. In: *Textos de História*. V. 8, n. 12, p.47-84, 2000.

TIENE, Izalene. *Mulher moradora na rua: entre vivências e políticas sociais*. Campinas, SP: Editora Alínea, 2004.

## **“De perto ninguém é normal”<sup>1</sup>** **A questão da deficiência e seus binômios**

Tatiane Hilgemberg<sup>2</sup>

### **Resumo**

Trataremos aqui dos binômios relacionados ao “outro” com deficiência, numa tentativa, que já data de alguns anos, de compreender nossa relação com este “outro” estigmatizado, corporalmente marcado, estereotipadamente classificado e entendido parcialmente através de algumas características que o simplificam, ao invés de mergulharmos em sua complexidade. Assim, este ensaio tem por objetivo trazer alguma luz aos binômios deficiente/eficiente, normal/anormal, sem, no entanto ter pretensões mirabolantes de encerrar um assunto tão intrincado e complexo.

### **Palavras-chave**

Deficiência; Binômios; Outro; Rótulos.

### **Introdução**

Homi Bhabha (1992) inicia seu ensaio “A Questão do ‘Outro’: diferença, discriminação e o discurso do colonialismo” da seguinte forma: “A gênese deste ensaio é diversa e descontínua. Sua longa marcha de contestação crítica acentua minhas tentativas de clarificar um espaço para a questão do ‘outro’”. Apesar de Bhabha tratar de questões raciais neste, e em outros textos, eu poderia iniciar este ensaio me apropriando das exatas palavras citadas acima.

Trataremos aqui dos binômios relacionados ao “outro” com deficiência, numa tentativa, que já data de alguns anos, de compreender nossa relação com este “outro” estigmatizado, corporalmente marcado, estereotipadamente classificado e entendido parcialmente através de algumas características que o simplificam, ao invés de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 - Representação Social e Mediações socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Email: [tatianehilgemberg@gmail.com](mailto:tatianehilgemberg@gmail.com).

mergulharmos em sua complexidade. Assim, este ensaio tem por objetivo trazer alguma luz aos binômios deficiente/eficiente, normal/anormal, sem, no entanto ter pretensões mirabolantes de encerrar um assunto tão intrincado e complexo. Antes de iniciarmos, cabe aqui uma nota. Utilizaremos diversas vezes o termo “outro”, quando este vier entre aspas estaremos nos referindo ao conceito de outro diferente de mim e estereotipadamente classificado.

### **O “outro” diferente de mim**

O indivíduo reconhece o outro, como “outro”, pois ele é diferente; porém, se a diferença for muito marcante a ponto de obscurecer o sentimento de pertença a uma coletividade ela se torna fator de insegurança. Ou seja, a partir de um determinado ponto a diferença passa a ser vista como ameaça à integridade, desencadeando sentimentos de rejeição e exclusão. De acordo com Vayer e Rocin (1989, p. 60), “O conhecimento de si mesmo é, de certo modo, um jogo dialético entre os dois pólos que caracterizam a presença do outro: a semelhança e a diferença”.

A diferença entre corpos sempre despertou interesse da humanidade, sendo que tais diferenças podem ser inseridas no contexto Normal e Patológico, Belo e Grotesco, Eficiente e Deficiente. Conforme sugere Hall (1997) geralmente as pessoas que são significativamente diferentes da maioria são expostas de forma binária – heróis e vilões; bom e mau; civilizados e primitivos; feio e atraente –, rejeitado porque é diferente e atraente porque é estranho e exótico, isso porque a anormalidade impõe ao homem um sentido duplo: o medo e a curiosidade. Alguns autores afirmam que os estereótipos divulgados são reflexos dos medos e ansiedades da sociedade, ou seja, nós evitamos falar sobre a possibilidade da deficiência, em nós ou em alguém próximo, e o que tememos geralmente estigmatizamos (LONGMORE, 1985). Gilman (1985) ratifica essa ideia ao afirmar que nós criamos imagens de coisas que geralmente tememos ou glorificamos, e dessa forma os estereótipos perpetuam um senso de diferença entre o “eu” e o “outro”.



O estereótipo é utilizado, muitas vezes, como facilitador do cotidiano, contudo seus impactos, geralmente negativos, podem levar a generalizações sobre o indivíduo ou grupo, e gerando julgamentos inviesados. Ainda de acordo com Hall (1997) o estereótipo reduz o indivíduo a algumas poucas características simples, vívidas, memoráveis, facilmente apreendidas e amplamente reconhecidas de uma pessoa, e reduzem-na a esses traços. Em suma, estereotipar reduz, essencializa, naturaliza e fixa diferenças, separando o normal e o aceitável do anormal e inaceitável, ou seja auxilia na manutenção da ordem social e simbólica. Classifica as pessoas segundo normas e constroem os excluídos como “outros”, sendo elemento-chave da violência simbólica. E essa classificação simbólica geralmente funciona por meio de oposições binárias – homem/mulher, branco/negro, homossexual/heterossexual, nós/eles – em que um é a norma e o outro é o “outro”, e que tem por objetivo garantir certo controle social. Segundo Bauman (1999) classificar é um ato que consiste em excluir e incluir. “Cada ato nomeador divide o mundo em dois: entidades que respondem ao nome e todo o resto que não. (...) Invariavelmente, tal operação de inclusão/exclusão é um ato de violência perpetrado contra o mundo e requer o suporte de uma certa dose de coerção” (p. 11).

Como nos afirma Goffman (1988, p. 13) “um atributo que estigmatiza alguém pode confirmar a normalidade de outrem (...)”. Essa construção do “outro”, bem como sua marginalização, é um fenômeno presente não só em uma cultura, mas também na relação entre povos e nações, como por exemplo a expansão imperialista, e sua consequente relação entre povos colonizadores e colonizados, que sufocou valores e costumes, em nome da “missão civilizadora”. A estratégia básica desse processo é a formulação do estereótipo do dominado, o que se efetiva fundamentalmente pelo discurso colonial. Segundo Bhabha (1992, p. 177/178), “É aí, na margem colonial, que a cultura do Ocidente revela sua “diferença”, seu texto-limite, assim como sua prática de autoridade desloca uma ambivalência que representa uma das mais significativas estratégias discursivas e físicas do poder discriminatório (...)”. Tanto a forma clássica de colonialismo quanto os neocolonialismos, que continuam a existir mesmo na sociedade considerada pós-colonial, a estratégia de dominação passa pela

imposição de uma imagem de homem e de mundo. Ainda de acordo com Bhabha (1992, p. 180) “O objetivo do discurso colonial se concentra em construir o colonizado como população de tipo degenerado, tendo como base uma origem racial para justificar a conquista e estabelecer sistemas administrativos e culturais”. Esse discurso que vem embebido por uma dita verdade (do colonizador), ocupa um lugar de destaque na retórica do poder, e quando o colonizado passa a internalizar esse discurso com seus sentidos de inferioridade, dependência e heteronomia, ocorre o êxito do empreendimento (MARQUES, 2001).

E isso ocorre no caso da deficiência, que se encaixa em um binômio com a eficiência (deficiência/eficiência), assim, ela surge como um “(...) conceito-julgamento-de-valor: designa o improdutivo, o negativo” (PUPPIN, 1999, p. 246). Além disso os conceitos de deficiência e eficiência desempenham um papel central e reconhecido, na compreensão contemporânea de normalidade, corpo e inteligência.

A teoria pós-estruturalista, que desafia a noção de identidade estável e apresenta-a como locais de enunciação que constituem atitudes, e toda uma linha de argumentação que pensa a identidade como fluida, fragmentada, múltipla e sujeita a processos de mudança e transformação, vê um problema no binário deficiência/eficiência, pois esse posiciona os indivíduos firmemente em lados opostos, ou se é isso ou aquilo. Quando a deficiência está em foco esquece-se que esses indivíduos também possuem identidades social e cultural. Dentro de nossa sociedade tão afeta a categorizações, tão ansiosa pela organização do “caos”, colocamos pessoas com características semelhantes dentro de uma mesma caixinha e ignoramos, creio que não por ignorância, mas por uma necessidade visceral em separar, em criar fronteiras claras e definidas, a variabilidade dentro de um conjunto. Simplicia-se e cria-se, assim, as categorias binárias, a eficiência/deficiência, e a doença/saúde que são tidos como fixos e estáveis. Contudo, um aspecto compartilhado por todos os humanos, qualquer seja sua condição fisiológica, é que essas fronteiras podem ser atravessadas. Em *Arqueologia do Saber*, Foucault escreveu “Não me pergunte quem sou e não me diga para permanecer o mesmo (...)” (FOUCAULT, 1972, p. 27).

Mas por que há tal desejo desesperador em estabelecer fronteiras claras definindo normalidade e anormalidade? Christopher Bollas (1987) nos explica, através de uma crítica exploratória, o porquê de alguns indivíduos e culturas estarem tão preocupados em sustentar o binário deficiência/eficiência. Bollas identifica a busca por ser ‘normal’ como uma forma de doença que ele chama de ‘doença normótica’.

A normotic person is someone who is abnormally normal. He is too stable, secure, comfortable and socially extrovert. He is fundamentally disinterested in subjective life and he is inclined to reflect on the thingness of objects, on their material reality, or on ‘data’ that relates to material phenomena<sup>3</sup>. (BOLLAS, 1987, P.136)

Tal pessoa concebe seu ‘eu’ da mesma forma que um departamento de controle de qualidade preocupa-se com o funcionamento de um produto. Elas são ultra racionais, objetivas, e tendem a não ter imaginação e empatia. Bollas demonstra que o estado de ‘normalidade anormal’ é atingido pela erradicação do ‘eu’ da vida subjetiva.

Marques (2001) complementa tal ideia ao afirmar que a busca pela normalidade através desse “outro” diferente “(...) encerra, do ponto de vista antropológico, a enorme dificuldade do ser humano de lidar com o seu devir inumano, com a possibilidade de fragilização de seu projeto fundado no desejo de perfeição”.

Essa categorização a que nos referimos é relativamente arbitrária, e por isso, muito frequentemente, surgem, desse sistema de classificação, anomalias que tornam-se tabus, como é o caso de processos escatológicos, que são produtos do corpo, mas que são pensados como separados dele. Como nos afirma Gil (1994, p. 138)

Mais profundamente, o corpo teratológico provoca em nós a vertigem da irreversibilidade. Primeiro, aquilo ali, que não devia estar ali, está lá para sempre. Não se pode mais apagar. E o “jamais” que ali se inscreve abre-se desmesuradamente como um bater do tempo para lá do tempo: aquilo que não passa e faz passar, o acontecimento absoluto, a morte como caos impensável.

A morte aqui deve ser entendida como o vazio de expectativas. Geralmente, ao se deparar com uma anomalia criamos uma nova categoria a fim de localizá-la

---

<sup>3</sup> Uma pessoa normótica é alguém anormalmente normal. Ela é muito estável, segura, sente-se à vontade e é socialmente extrovertida. Ela não está interessada pela vida subjetiva e está inclinada a refletir sobre a ‘coisicidade’ dos objetos, em sua realidade material, ou em dados relacionados a fenômenos materiais (Tradução livre da autora).

simbolicamente. A deficiência torna-se um assunto tabu porque ela representa um fenômeno que não se enquadra na ordem social e simbólica atual, e as pessoas sem deficiência geralmente lidam com essa indefinição da mesma forma com que lidam com a maior parte das relações ambivalentes, distanciando-se socialmente.

Uma forma de escapar ao impasse da identidade, que foi adotado por alguns ativistas no fim dos anos 1980, foi empregar o termo ‘corpos temporariamente capazes’ para se referir às pessoas que não se identificavam como deficientes, e é utilizado com um certo humor subversivo, para desafiar a segurança da posição de não-deficientes. Talvez uma descrição mais precisa daqueles que não se identificam atualmente como deficientes seja “corpos eventualmente capazes” que sugere a possibilidade (ao invés da inevitabilidade sugerida pelo termo anterior) de uma mudança futura (MARKS, 1999). A maior parte das pessoas que vivem além dos 70 anos tornar-se-á deficiente em algum ponto da vida. Todas as pessoas são suscetíveis, em diversos níveis, de tornar-se deficiente. Assim questionamos, o que é deficiência? Onde podemos encontrá-la? A resposta do senso comum, dada pela maioria das pessoas, é que a deficiência é o que alguém possui quando seu corpo ou mente não funciona de forma apropriada. No imaginário popular a deficiência continua sendo percebida como sendo algo relacionado especificamente a danos (tais como cegueira e paralisia) ou a formas de assistência ou tecnologia (tais como cães-guia e cadeiras de rodas). Contudo, como vimos, a fronteira entre deficiência e eficiência não é estática e pode ser alterada devido a diversos fatores.

A história da ilha Martha’s Vineyard, nos Estados Unidos, ilustra a fluidez dessa fronteira. Por 250 anos a surdez foi comum em Martha’s Vineyard (em Chilmark, Estados Unidos). O primeiro residente com deficiência auditiva foi um pescador chamado Jonathan Lambert, que fixou residência na ilha em 1694. Ele carregava consigo um gene recessivo para a surdez e, como resultado do casamento entre moradores da ilha isolada, o gene espalhou-se por diversas gerações da família Lambert. Em meados do século XIX, um em cada 25 residentes da localidade eram surdos, e em um bairro a taxa podia chegar a um para cada quatro, como consequência uma comunidade inteira aprendeu a usar a linguagem de sinais. Os

pescadores sem deficiência auditiva se comunicavam através de Libras quando estavam em barcos diferentes. Em meados de 1800 a maior mobilidade diminuiu o casamento entre os membros da comunidade e o gene da surdez acabou por se dissipar (SHAPIRO, 1994).

Durante o século XVII a fronteira entre normalidade e anormalidade, ou deficiência e eficiência era completamente diferente em Martha's Vineyard, uma vez que as pessoas com deficiência auditiva integravam-se completamente à vida comunitária, gozando dos mesmos tipos de ocupação, renda e relacionamentos que as pessoas sem deficiência. Assim, percebemos que o que se define como deficiência ou eficiência varia enormemente dependendo da cultura e das circunstâncias dentro de um país.

Essa divisão ultrapassa inclusive os limites linguísticos e estabelece fronteiras físicas entre os grupos, principalmente para se livrar dos problemas e “aborrecimentos” causados pelo contato entre “nós” e os “outros”, uma vez que ao se aumentar a distância diminui-se as interações. Na prática, os rótulos tendem a ser utilizados estrategicamente para obter resultados particulares contextualmente delimitados. O uso da política da linguagem é complexo e reflete a realidade de que as categorizações mudam de acordo com as necessidades pragmáticas da pessoa que fala

“O estranho, com efeito, é alguém que se recusa a ficar confinado à terra ‘longínqua’ ou a se afastar da nossa e, assim, a priori desafia o expediente fácil da segregação espacial ou temporal” (BAUMAN, 1999, p. 68). Ainda segundo Bauman (1999) o estranho é uma entidade ambivalente que borra a fronteira, que é fundamental para a construção de uma ordem social específica. Moscovici (2011) completa essa ideia ao afirmar que o não-familiar atrai e intriga ao mesmo tempo em que alarma, “E quando a alteridade é jogada sobre nós na forma de algo que ‘não é exatamente’ como deveria ser, nós instintivamente a rejeitamos, porque ela ameaça a ordem estabelecida” (MOSCOVICI, 2011, p. 56). Sempre que há uma tensão entre o familiar e o não familiar tendemos em favor do primeiro.



Nosso senso de cidadania e comunidade é definido por fronteiras que demarcam zonas de inclusão e exclusão. A questão do que constitui a afiliação social tem se tornado um dos pontos centrais do debate sobre cidadania. E os corpos, são inegavelmente formas de se identificar excluídos e incluídos (ver Goffman, 1988). O trabalho de construção do corpo moderno baseia-se em uma série de exclusões, uma vez que só podemos saber qual é o corpo ‘em forma’ e ‘atraente’ se temos uma ideia de qual é ‘fora de forma’ e ‘pouco atraente’.

Os antigos gregos foram os primeiros a questionar no que consiste a perfeição e ainda, que tipo de perfeição o ser humano pode atingir? Platão sugeriu que as formas ideais fornecem um padrão para a beleza estética. Seguindo as ideias de Platão, a arte Ocidental tem procurado representar o corpo humano perfeito. Essa representação tem-se concentrado particularmente na masculinidade, na ação, na fisicalidade e na eficiência dos movimentos (MARKS, 1999). Entre os gregos o corpo era fundamental, principalmente pela importância dada à estética, aos ideais atléticos e às práticas bélicas, por este motivo, foi na Grécia Antiga que o termo estigma foi cunhado para designar sinais corporais com os quais se procurava evidenciar alguma coisa de extraordinário ou mau sobre o status moral de quem os apresentava (GOFFMAN, 1988, p. 11). O costume era ou sacrificar aqueles que apresentavam deficiências, as crianças pertenciam ao Estado a quem cabia examiná-las ao nascer e julgar se poderiam trabalhar ou guerrear, aquelas consideradas disformes e “inaptas” ou eram jogadas do alto do abismo de Taigeto, localizado perto de Esparta; ou eram escondidas em locais secretos (FIALHO, 2004). Em Roma o extermínio era visto como uma forma de evitar que as partes sadias da sociedade fossem corrompidas. Ou seja, na Antiguidade o “problema” da deficiência não existia, pois estes indivíduos eram exterminados ao nascer.

Na Idade Média, durante a Inquisição as diferenças corporais eram vistas como resultado da união entre a mulher e o demônio, levando tanto mães quanto filhos com deficiência à fogueira. Com o fortalecimento do Cristianismo, no período pós-Inquisição o homem passa a ser visto como manifestação de Deus, sendo, portanto, o extermínio das pessoas com deficiência uma prática inaceitável. A visão

da deficiência se transforma sendo agora atribuída ora a desígnios divinos, ora à possessão demoníaca, por uma razão ou por outra a principal atitude da sociedade em relação a tais indivíduos era de intolerância e punição (ARANHA, 2007), e as iniciativas giravam em torno de maus tratos e torturas.

Ainda na Idade Media, quando as Cruzadas – operacoes religiosas e bélicas –, mutilaram muitos religiosos, a divinização passou a imperar. Essa visão diminuiu os maus tratos e torturas, e levou as pessoas com deficiência a serem acolhidas por instituições de caridade dando início ao sentimento de pena e ao estereótipo de coitadinho. Entre os séculos XV e XVI, o comércio se expandiu, novas terras foram descobertas e o mundo ganhou novas fronteiras, com isso novas concepções de homem e sociedade surgiram. A diferença passou a estar vinculada com a concepção econômica e produtiva, e as pessoas improdutivas, dentro daquela noção, eram classificadas como incapazes e um fardo para a sociedade. Isto significa que a partir do século XV, a pessoa com deficiência passa a ser vista como um ser improdutivo, ou seja, um “peso” para a sociedade.

Nos séculos XVII e XVIII, a discussão sobre a deficiência ganha certo fôlego, as atitudes vão desde a institucionalização até o ensino especial; representando, ainda, a incompatibilidade com a sociedade, nessa época a principal ideia cingia-se a evitar o contato com o “outro”/”estranho”. Nessa mesma época houve um avanço da medicina, associando a deficiência à ideia de doença e à necessidade de reabilitação. As instituições que acolhiam esses indivíduos reforçavam a ideia de que os mesmos eram sujeitos da caridade alheia, com todas as implicações sociais negativas produzidas por essa condição, que podem ser sentidas até hoje. Já no fim do século XVIII a ideia de invalidez e incapacidade já estava atrelada a ideia de deficiência. É importante notar que a partir do século XVIII, com a Revolução Industrial, a noção de deficiência/eficiência passou a estar intimamente relacionada à produtividade. A deficiência começa a ser entendida como fator impeditivo para o trabalho, o que fez agravar ainda mais a marginalização das pessoas com deficiência.

No século XIX e XX alguns governos começam a reconhecer sua responsabilidade no cuidado do bem-estar destes cidadãos. A partir daí o debate sobre o tema passa a ser mais amplo e novos direitos vão sendo conquistados.

Atualmente as cirurgias estéticas, depilação, personal trainers, dietas e uma série de tratamentos de saúde e beleza, são caminhos utilizados pelo sujeito moderno para corrigir “falhas” em sua aparência. Na sociedade contemporânea atomizada, o corpo é, para muitas pessoas, uma das poucas áreas de controle e auto-expressão remanescentes, uma vez que se não se tem controle sobre a complexidade da sociedade, pelo menos se consegue controlar, em alguns casos, algumas características corporais como forma e tamanho. O corpo é, assim, cada vez mais, usado como marcador de distinção e como uma entidade que está em processo de tornar-se; um projeto que deve ser trabalhado e realizado como parte da identidade do indivíduo (SHILLING, 1993). Contudo, as pessoas com deficiência, dessa forma, funcionam como um lembrete desconfortável de que nós podemos não estar totalmente no controle de nosso destino e que nossos corpos e mentes estão vulneráveis.

Diz Gil (1994, p. 10):

Nós exigimos mais dos monstros, pedimo-lhes, justamente, que nos inquietem, que nos provoquem vertigens, que abalem permanentemente as nossas mais sólidas certezas; porque necessitamos de certezas sobre a nossa identidade humana ameaçada de indefinição. Os monstros, felizmente, existem não para nos mostrar o que não somos, mas o que poderíamos ser. Entre esses dois pólos, entre uma possibilidade negativa e um acaso possível, tentamos situar a nossa humanidade de homens.

Assim a deficiência funciona como constituinte da eficiência. É apenas definindo o “outro” – alguém que é fundamentalmente diferente – que a cultura sem deficiência é capaz de sustentar uma imagem de si mesmo como racional, no controle, autoritária e conhecedora. O rótulo de anormal tem dupla função: ao mesmo tempo em que serve como “(...) ingresso numerado indicando em que lugar o indivíduo deverá sentar no Teatro da Vida, também determina que papel ele deverá representar nesse Teatro!” (GLAT, 1991, p. 9). A pessoa estigmatizada passa a agir de acordo com os padrões de comportamento esperados, reforçando ainda mais essa situação. Como afirmar Schneider (1985, p. 73) “(...) os outros não se relacionam com o

indivíduo desviante em si, mas sim com o seu rótulo, criando uma relação de distância e despersonalização”.

## **Reflexões finais**

Construímos fronteiras, ilusoriamente demarcadas, a fim de nos separar daquilo que não somos, ou daquilo com o que/quem não nos identificamos ou relacionamos.

Ailusão de barreiras fechadas, como muros que nos separam daquilo que tememos, cai quando percebemos que o mundo é fluido, aquilo que hoje é, pode não ser amanhã, e vice-versa. “O estigmatizado e o normal são parte um do outro; se alguém se pode mostrar vulnerável, outros também o podem” (GOFFMAN, 1988, P. 146).

Goffman afirma, ainda, que não se deve procurar compreender a diferença olhando para o diferente, mas sim para o comum. O comum, aqui, representa o conjunto de normas e padrões sociais compartilhados que geram as condições para a inclusão ou exclusão dos indivíduos. Esse “senso comum”, reafirmado na fala e nos ritos, é um dos pilares do preconceito.

Nas oposições binárias há sempre um excluído, isso porque um é privilegiado, recebe carga positiva, enquanto o outro recebe carga negativa. “Questionar a identidade e a diferença como relações de poder significa problematizar os binarismos em torno dos quais elas se organizam” (SILVA, 2013, p. 83).

Essa carga negativa visa imobilizar o diferente dentro de sua identidade de “outro”. Para que cada um tenha, e saiba, seu lugar no mundo é preciso, principalmente, que não cruze as fronteiras. Contudo diversos ramos de estudo, como a linguística e a psicanálise, nos mostram que a relação com o “outro” é fundamental para a construção do self e de significado.

Essa aparente ambiguidade se dá pela noção de que o “outro” é lado oposto do “eu”. Ou seja,

(...) a anormalidade é o outro da norma, o desvio é o outro do cumprimento da lei, o animal o outro do humano, a mulher o outro do homem, o forasteiro o outro do nativo, o inimigo o outro do amigo, 'eles' o outro de 'nós', a insanidade o outro da razão, o estrangeiro o outro do súdito do Estado, o público leigo o outro do especialista. Um lado depende do outro, mas a dependência não é simétrica. O segundo lado depende do primeiro para o seu planejado e forçado isolamento. O primeiro depende do segundo para a sua afirmação". (BAUMAN, 1999, p. 22-23)

O ser humano é complexo, tridimensional, pode ser isso e aquilo, como dissemos cruza essas fronteiras com facilidade. A construção dessas linhas delimitadoras serve apenas para criar ordem. E o "outro" quebra o padrão, foge da ordem, e está desconectado do resto da sociedade. A pessoa com deficiência é a encarnação do desequilíbrio, insegurança, assimetria causando desordem na ordem vigente.

## Referências Bibliográficas

ARANHA, M. S. F. **A Deficiência através da História**. Disponível em <<http://www.adiron.com.br/mznews/data/historia.pdf>>. Acesso em: 20 de março de 2007.

BAUMAN, Z. **Modernidade e Ambivalência**. Trad.: Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BHABHA, Homi. A questão do "outro": diferença, discriminação e o discurso do colonialismo. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de. **Pós-modernismo e política**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992, p. 177-203.

BOLLAS, C. **The Sadow of the Object**: Psychoanalysis of the Unthought Know, Londres: Free Association Books, 1987.

FIALHO, K., L., L. **Estereótipos sobre Atletas Portadores de Deficiência Física**. 2004. Dissertação (Mestrado em Psicologia)-Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

GIL, José. **Monstros**. Lisboa: Quetzal Editores, 1994.

GILMAN, S. **Difference and Pathology**: Stereotypes of Sexuality, Race and Madness. Londres: Cornell University Press, 1985.

GLAT, R. **A integração dos excepcionais**. Impulso 5 (10), 7-22. 1991.



GOFFMAN, E. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Trad.: Márcia Bandeira de Mello Leite Nunes. Rev. téc.: Gilberto Velho. 3 ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1988.

HALL, S. The spectacle of the 'Other'. In: Hall. S. (Ed.) **Representation**: cultural representations and signifying practices, Londres, Sage/Open University, pp.223-290. 1997.

LONGMORE, P. K. Screening Stereotypes: Images of Disabled People. **Social Policy**, 16, 1, 31-37. 1985.

MARKS, D. **Disability**: Controversial debates and psychosocial perspectives. Londres e Nova York: Routledge: 1999.

MARQUES, C. A. A construção do anormal: uma estratégia de poder. In Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (Org.), **Anais Eletrônicos do XXIV Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação**. Caxambu: 2001.

MOSCOVICI, S. **Representações Sociais**: investigações em psicologia. Trad.: Pedrinho A. Guareschi. 8. Ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

PUPPIN, A. B. Da Atualidade de Goffman para a Análise de Casos de Interação Social: deficientes, educação e estigma. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**, v. 80, n. 195, ma/ago 1999.

SCHNEIDER, D. Alunos excepcionais: um estudo de caso de desvio. In: Velho (Org.). **Desvio e Divergência: uma Crítica da Patologia Social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1985.

SHAPIRO, J. P. **No Pity**: People with disabilities forging a new civil rights movement. Nova York: Times Books, 1994.

SHILLING, C. **The Body and Social Theory**. Londres: Sage, 1993.

SILVA, T. T. A Produção Social da Identidade e da Diferença. In: SILVA, T. T. (Org.) **Identidade e Diferença** – A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2013.

VAYER, P.; RONCIN, C. A. **A Integração da Criança na Classe**. São Paulo: Manole, 1989.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## **Representações do corpo feminino<sup>1</sup>** **A construção social das “mulheres frutas”**

Thaynan Brito Mendes<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo apresenta reflexões sobre como, por meio da construção social do corpo, as “mulheres frutas” atingem o status de celebridades midiáticas. Valendo-se de estudos teóricos sobre corpo, mulher e mídia, seguido da observação e análise das chamadas *periquetes* e por fim das “mulheres frutas”. Busca-se compreender este novo estilo de vida, assim como o contra-senso existente na forma como a mulher é representada e reconhecida socialmente. A procura pela fama e ascensão social permeiam o estudo, assim como, os meios de comunicação de massa enquanto difusores de rótulos, estereótipos e incentivadores do consumo.

### **Palavras-chave**

Capital; corpo; estilo de vida; “mulher-fruta”; *periquete*.

### **Introdução**

Na atualidade, estar inserido na sociedade muitas vezes significa estar imerso em uma cultura na qual a aparência física se estabelece como um valioso e estimado capital. O corpo magro e definido torna-se mais do que um desejo e sim uma obrigação moral e social dos sujeitos. Estes, acabam sendo direcionados a terem um estilo de vida, o qual contribua para a obtenção de tal aparência.

Meu argumento central é que, no Brasil, determinado modelo de corpo, que Pierre Bourdieu chamaria de um corpo distintivo, é um capital: um corpo jovem, magro, em boa forma, sexy; um corpo que distingue como superior aquele que o possui; um corpo conquistado por meio de muito investimento financeiro, trabalho e sacrifício. Acredito que, na cultura brasileira, determinado modelo de corpo é uma riqueza, talvez uma das mais desejadas pelos indivíduos das camadas médias urbanas e também das camadas mais pobres, que percebem seu corpo como um importante veículo de ascensão social. Nesse sentido, além de um capital físico, o corpo é, também, um capital simbólico, um capital econômico e um capital social. (GOLDENBERG, 2010, p. 9)

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 – Representação Social e Mediações Socioculturais do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação na categoria pós-graduação. Puc Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Email: thaynanbritomendes@hotmail.com.

Por meio dos estudos de Mirian Goldenberg (2010), compreendemos que ao possuir o corpo adequado aos padrões midiáticos, o sujeito passa a agregar outros estimados capitais, que não são ditos, porém incutidos ao mesmo, como o capital simbólico, o econômico e o social. Para a aceitação perante a sociedade, se faz necessário participar do jogo, ou seja, adequar-se aos modelos que valorizam a aparência física e o excessivo cuidado com tudo o que se relaciona a ela. Haja vista a exposição, a qual somos expostos diariamente: uma infinidade de produtos com o objetivo de auxiliar na busca da beleza e também da juventude eterna. Este estímulo dá-se desde a infância, em especial no caso das mulheres, que são desde então, estimuladas ao cuidado com a aparência física, como se isso pudesse de alguma forma assegurar o sucesso pessoal e profissional no futuro.

O corpo é um valor que identifica o indivíduo como determinado grupo e, simultaneamente, o distingue de outros. Este corpo, “trabalhado”, “malhado”, “sarado”, “definido”, constitui, hoje, um sinal indicativo de certa virtude humana. Sob a moral da “boa forma”, “trabalhar” o corpo é um ato de significação, tal qual o ato de se vestir. O corpo, como as roupas, surge como um símbolo que consagra e torna visível as diferenças entre os grupos sociais. (GOLDENBERG, 2007, p. 38)

Não obstante, o zelo com a própria aparência, esta associado à classe social do sujeito. Quanto mais elevada, mais recursos terá ao seu dispor, podendo fazer uso de diversas opções disponibilizadas pela indústria de consumo. Aos que pertencem as camadas mais populares, os recursos financeiros direcionados a gastos com a aparência física, são escassos. Em geral o dinheiro é direcionado ao pagamento de contas, sobrando pouco, ou às vezes nada, para gastos supérfluos. No entanto, muitas vezes os gastos considerados supérfluos tornam-se indispensáveis, quando se tratando da indústria da beleza. Já que estes podem apresentar-se como “regras de decoro” na percepção e construção da identidade dos sujeitos contemporâneos através do corpo. Boltanski explica que,

Essas “regras de decoro”, que definem a maneira adequada de cumprir os atos físicos mais cotidianos, de andar, de se vestir, de se alimentar, de se lavar, de se maquilar e, para alguns, de trabalhar, a maneira correta como devem desenrolar-se as interações físicas com outrem, a distância que se deve manter com um parceiro, a maneira como se deve olhá-lo, tocá-lo, os gestos que convém fazer na presença deste, e isto em função de seu sexo,

idade, conforme seja ele um parente, um amigo, um estranho, que pertença ou não á mesma classe social, conforme o lugar e a hora do dia, enfim e talvez principalmente, a maneira correta de falar do corpo, de seu aspecto exterior e das sensações físicas e que, nunca enunciadas de maneira explícita e sistemática ou sob forma de injunções positivas, só se exprimem verbalmente de modo negativo e indireto, através de reprimendas, brincadeiras, desdém condescendente, formando o desprezo ou a indignação moral um espécie de “código de boas maneiras” para viver com o corpo, profundamente interiorizado e comum a todos os membros de um grupo social determinado. (BOLTANSKI, 2004, p. 135 e 136)

Os estudos de Luc Boltanski (2004), associado ao ensaio - As técnicas corporais - de Marcel Mauss (2003), nos fazem refletir acerca das inúmeras regras e normas intrínsecas na sociedade. Há um modo de falar, agir e dirigir-se específico à cada pessoa com a qual nos relacionamos, o que faz diferir na forma como cada um será tratado, como por exemplo, o relacionamento estabelecido entre dois adultos ou entre um adulto e uma criança. Para Marcel Mauss (2003), para cada técnica há uma aprendizagem e cada sociedade possui seus hábitos próprios. Dormir, desmamar, andar, correr, beber, banhar, reproduzir são ações dessemelhantes, conforme a cultura de cada povo. Marcel Mauss (2003) toma como ponto de partida a observação da diversidade das expressões corporais dos indivíduos levando em conta a cultura e a sociedade. Em especial, no que diz respeito à alimentação, esta passará por grandes variações de acordo com a cultura local.

Atualmente, para muitas pessoas a ingestão de alimentos está relacionada à vida saudável, associada à prática de atividades físicas. No entanto, não são raras as situações em que os exageros nas restrições (alimentação) e os excessos (atividades físicas), levam a problemas e transtornos de ordem alimentar e psíquica. E neste cenário, os profissionais da área da saúde, como os médicos, que também são receptores do discurso midiático sobre os padrões de beleza, podem proceder de forma pouco responsável, como constantemente tomamos conhecimento pelos jornais. O que traz a seguinte reflexão acerca da dita preocupação com a saúde: trata-se de uma busca pela saúde ou de uma desenfreada corrida pela forma física “ideal”? Esta é uma das questões discutidas neste artigo.



A tríade beleza-magreza-juventude, difundida e estimulada pela mídia, por vezes também confunde-se com o discurso médico. A exposição midiática, que poderia informar e orientar as pessoas no cuidado consigo, muitas vezes não aborda de fato a importância do cuidado com a saúde, mas sim o estímulo à perduração da beleza, como certa imposição para manter-se inserido e aceito pelo grupo.

### **Valorização e exibição da forma física**

A valorização da beleza e a exibição da boa forma física, parece ter se tornado uma necessidade, especialmente para as mulheres.

O corpo no Brasil contemporâneo, é um capital, uma riqueza, talvez a mais desejada pelos indivíduos das camadas médias urbanas e também das camadas mais pobres, que percebem seu corpo como um importante veículo de ascensão social. É fácil perceber que a associação “corpo e prestígio” se tornou um elemento fundamental da cultura brasileira. (GOLDENBERG, 2010, p. 34)

Por tratar-se de um país colonizado por europeus, ao longo de muitas décadas a referência de beleza predominante no Brasil era a européia. A pele branca e delicada, os traços finos do rosto, o cabelo liso e loiro, e os olhos claros estabeleciam os parâmetros de beleza. Padrão estabelecido, mas que significava um contra-senso, afinal uma das características mais marcantes do país é a miscigenação. A composição étnica do Brasil, além dos europeus, é oriunda de dois grandes grupos: os indígenas e os africanos. No entanto, os hábitos trazidos pelos portugueses predominaram por muito tempo, e a educação das meninas sofreu forte influência desta cultura.

A importação, pela burguesia brasileira, de bonecas francesas, loiras e róseas, para as meninas, concorreu para criar nessas meninas uma associação de idéia de beleza feminina com esse tipo antropológico de mulher. Daí, o recurso, da parte de mulheres, a cabelos oxigenados ou pintados de louro e as rouges que amortecessem o moreno pálido das faces, para que parecessem róseos europeus. (FREYRE, 2009, p. 56)

Compreende-se pelos estudos de Gilberto Freyre (2009), que desde a infância, os padrões de beleza responsáveis por reger a vida da menina, são estabelecidos e transmitidos das mais variadas formas. Por muito tempo as bonecas foram fabricadas

dentro do modelo mítico e midiático admitido como belo. De acordo com Doulgas Kellner (2001) a cultura da mídia atua como principal veículo de distribuição da cultura de massa; os produtos apresentados precisam ser atraentes, gerando aceitação e consequentemente o consumo por parte do público. Sob esse viés pode-se entender que a cultura midiática também cria e divulga modelos (corporais) femininos. Barbie e Ken humanos, a submissão a muitas cirurgias, os problemas de saúde vindos disso e a aparição deles em programas de TV, por esta razão são um exemplo.

Pierre Bourdieu (2014) indica que vivemos ainda na atualidade em uma sociedade dominada pelas imagens midiáticas e pelo olhar e imposição masculina. De tal modo que é atribuído ao homem a responsabilidade de determinar/modelar os padrões que vão reger as mulheres. Os corpos são moldados dentro de um protótipo de beleza construído para o apreço masculino. Apesar das diversas conquistas femininas ocorridas ao longo das últimas décadas, as imagens midiáticas e o alto valor atribuído à palavra masculina, ainda exercem - e muito - poder na construção da personificação feminina.

Gilberto Freyre (2009) menciona que deixamos de lado os padrões de beleza e feminilidade europeus apenas quando pensamos nas nádegas femininas das brasileiras. Elas ficaram conhecidas como a “preferência nacional”, admiradas pelos homens brasileiros, estrangeiros e pelas próprias mulheres. No Brasil ter o bumbum grande, rígido, redondo e sem imperfeições estéticas torna-se sinônimo de agregar capital social e simbólico para as mulheres, que se dedicam a exercícios e tratamentos, na ânsia em “adquiri-lo”. Somando-se ao carnaval e ao futebol, o corpo curvilíneo e as nádegas (grandes) das brasileiras, tornaram-se conhecidos e motivo de apreciação internacional.

Le Breton (2006) afirma que o corpo humano faz parte de uma elaboração social e cultural, que é percebido de maneira dessemelhante frente às diversas culturas. A sociologia do corpo busca entendê-lo como parte de uma estrutura simbólica e imaginária mediante a um povo. Em um país como o Brasil, o clima quente e tropical colabora para a exibição dos corpos, por este motivo a preocupação

com a imagem dos mesmos. No verão as mulheres utilizam roupas leves e menores, shorts, saias e blusas curtas, enfim, um vestuário que deixa muitas partes do corpo à mostra, como pernas, barriga, colo, entre outras. Na praia o uso de biquínis em tamanhos minúsculos fazem com que os corpos sejam quase que totalmente exibidos.

No caso das *periguetes* (como apresentaremos neste estudo), a forma física se torna também um meio de interação social, principalmente dentro das academias de ginástica, onde os iguais se buscam. Preocupadas em excesso com a auto-imagem, empenham-se em prol do corpo esteticamente belo, que se torna o elemento básico de reconhecimento e classificação destas mulheres. “A busca do “corpo em forma” ou do “corpo perfeito” é sinônimo de busca pelo sucesso, status e dinheiro” (SABINO, 2000, p. 64).

Segundo Lígia Lana (2014) o projeto de vida das *periguetes* é conseguir a estabilidade financeira, logo, o corpo torna-se um instrumento de ascensão social, e por este motivo surge a necessidade do investimento no corpo (exercícios, tratamentos, alimentação e cirurgias). Elas servem-se dos estereótipos característicos do próprio grupo, como as roupas curtas, apertadas e decotadas, além do uso de acessórios diversos e salto alto. O corpo passa a atuar como um sistema de classificação simbólico e social altamente valioso.

### ***Periguite* – um estilo de vida**

A palavra *periguite* é uma expressão criada pela cultura popular, e que começa a figurar em alguns dicionários da língua portuguesa.

*Periguite* designa a mulher sensual, que usa roupas curtas, apertadas e decotadas, acessórios exagerados e salto alto, sobressaindo-se visualmente na paisagem social pela exposição do corpo, geralmente caracterizado por bronzeamento, cirurgias plásticas e próteses de silicone. O projeto de vida da *periguite* é alcançar a estabilidade financeira, empregando deliberadamente estratégias de sedução, sem demonstrar pudor ao exibir o corpo. (LANA, 2014, p. 71)

Em geral, as *periguetes* adotam uma postura liberal e mostram-se autossuficientes, sem preocupação com a opinião alheia. Não costumam ser delicadas,

entretanto, são bastante femininas. Frequentam lugares conhecidos, para que possam ser vistas. A preocupação com a aparência física é constante e em relação ao campo afetivo não costumam ter longos relacionamentos, visto que, estão em busca de vantagens financeiras, por este motivo, a durabilidade da relação está ligada à condição financeira do parceiro.

Considerando os apontamentos de Anthony Giddens (2002), podemos compreender a postura de uma mulher *perigete*, como um estilo de vida, no qual o corpo é muito mais que sua “morada”, mas sim, parte essencial de um sentido de auto-identidade.

A aparência corporal diz respeito a todas as características da superfície do corpo, incluindo modos de vestir e de se enfeitar, que são visíveis pelo indivíduo e pelos outros, e que são normalmente usados como pistas para interpretar as ações. A postura determina como a aparência é usada pelo indivíduo dentro dos ambientes genéricos das atividades cotidianas; é como o corpo é mobilizado em relação às convenções constitutivas da vida diária. A sensualidade do corpo se refere ao manejo da disposição ao prazer e à dor. Finalmente, temos os regimes a que o corpo é submetido. (GIDDENS, 2002, p. 95)

Para o autor a aparência e a postura não são definitivas, visto que, o corpo está diretamente relacionado ao princípio de que o “eu” deve ser construído. Por este motivo, os regimes corporais, que também se referem aos padrões de sensualidade, “são o meio pelo qual a reflexividade institucional da vida social moderna se centra no cultivo – quase se poderia dizer na criação – do corpo” (GIDDENS, 2002, p. 96).

A sociedade contemporânea nos oferece uma vasta possibilidade de modelos, os quais norteiam o estilo de vida dos indivíduos. Cabe ressaltar que, uma cultura não elimina outra, sendo assim temos uma multiplicidade de escolhas, que são ofertadas pela indústria do consumo de massa.

Os estilos de vida são praticas rotinizadas, as rotinas incorporadas em hábitos de vestir, comer, modos de agir e lugares preferidos de encontrar os outros; mas as rotinas seguidas estão reflexivamente abertas à mudança à luz da natureza móvel da auto-identidade. (...) Um estilo de vida envolve um conjunto de hábitos e orientações e, assim, tem uma certa unidade – importante para uma sensação da continuidade da segurança ontológica – que liga as opções num padrão mais ou menos ordenado. Alguém que esta comprometido com um determinado estilo de vida necessariamente veria várias como “inadequadas” a ele, ou ela, da mesma forma que veria os

outros com que estivesse em interação. Além disso, a seleção ou criação de estilos de vida é influenciada por pressões de grupo e pela visibilidade de modelos, assim como pelas circunstâncias socioeconômicas. (GIDDENS, 2002, p. 80 e 81)

Se um estilo de vida envolve hábitos e orientações, com rotinas incorporadas ao vestir, comer, modo de agir e lugares preferidos, a *perigete*, pode ser considerada como um estilo de vida, pois, reúne um conjunto de práticas adotadas e encenadas. Este estilo vem emergindo na sociedade e ganhando força por meio da disseminação nos meios de comunicação de massa, e este por sua vez influencia a pluralidade escolhas.

### **A mídia e as “mulheres frutas”**

A antropóloga Mirian Goldenberg (2010), ao apoiar-se nas considerações de Pierre Bourdieu (2007), reconhece o corpo feminino como um valioso capital. As mulheres por consumirem os produtos da indústria cultural, acreditam que só serão admiradas se estiverem com o corpo dentro dos padrões midiáticos vigentes. Independente da profissão, classe social, idade, escolaridade ou qualquer outra distinção social, grande parte da população feminina é impactada pelos discursos midiáticos, e dentro das suas respectivas possibilidades se empenham para “alcançar” o corpo dentro dos padrões estabelecidos. Cabe ressaltar também que a tecnologia atual dos photoshops leva as mulheres a desejarem cada vez mais corpos inalcançáveis, visto que, não são “humanos”, são aperfeiçoados, mudados pela tecnologia.

O início do século XXI será lembrado como o momento em que o culto ao corpo se tornou uma verdadeira obsessão, transformando-se em estilo de vida, pelo menos entre as mulheres das camadas médias urbanas. (GOLDENBERG, 2010, p. 34)

Em 2007, o cantor de funk Mc Créu (Sérgio Costa)<sup>3</sup> lançou a música Dança do Créu<sup>4</sup>, que em pouco tempo espalhou-se pelo país. O cantor era acompanhado por

---

<sup>3</sup> Mc significa Mestre de Cerimônias. A sigla é utilizada por grande parte dos cantores de funk carioca.



duas dançarinas, Andressa Soares e Dayane Cristina, que se auto-intitulavam Mulher Melancia e Mulher Jaca, respectivamente. Como as coreografias eram sensuais e as dançarinas faziam uso de roupas minúsculas, deixando a mostra quase todo o corpo - em especial parte das nádegas e dos seios - com rapidez ficaram conhecidas e adquiriam fama. Uma destacava-se pelo tamanho do quadril (Andressa) e a outra pelo tamanho dos seios (Dayane). Com o sucesso em clipes, entrevistas e revistas masculinas, outras “mulheres frutas” começaram a despontar na mídia<sup>5</sup>. No entanto, o destaque deste fenômeno do funk carioca foi a Mulher Melancia. A mesma foi por 3 vezes capa da revista Playboy, tendo a edição de 2008 como a mais vendida. A jovem na época com 19 anos tornou-se uma celebridade midiática. “É fácil perceber que as mulheres de maior sucesso, nos dias de hoje, são as modelos, atrizes, cantoras e apresentadoras de televisão, cujo principal capital é o próprio corpo” (GOLDENBERG, 2010, p. 34). A exposição midiática de Andressa Soares e a forma rápida com a qual alcançou a fama, acabou tornando-se um estímulo a outras mulheres que tinham o mesmo desejo.

Relacionando o termo celebridade ao conceito de Olimpianos citado por Edgar Morin (2011), entende-se o porquê do desejo, visto que, acredita-se que a vida das celebridades é de luxo, fama, glamour, status, ostentação e felicidade plena, como se fossem inatingíveis por problemas. Num mundo capitalista em que a ordem é a do “sucesso=dinheiro”, elas vêm na forma do corpo o meio para adquiri-lo.

Os olímpicos, por meio de sua dupla natureza, divina e humana, efetuam a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação. (...) Conjugando a vida quotidiana e a vida olímpica, os olímpicos se tornam *modelos de cultura* no sentido etnográfico do termo, isto é, modelos de vida. (MORIN, 2011, p. 101)

<sup>4</sup> Publicado no You Tube em 15 de dezembro de 2007, a música Dança do Créu possui 10.130.003 visualizações e faz parte do DVD Furacão 2000 – Tsunami 2.  
Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=H4f78FSSgHk>  
Acessado em 01/07/2015.

<sup>5</sup> Mulher Melão (Renata Frison), Mulher Moranguinho (Ellen Cardoso), Mulher Pêra (Suellen Aline Mendes Silva) e Mulher Maçã (Gracy Kelly).  
Disponível em <http://www.wikipedia.org>  
Acessado em 01/07/2015.

Em consonância com Morin (2011), Chris Rojek (2008) considera que as celebridades são fabricações culturais e alerta para o conceito de celebridade atribuída. Essas se tornam celebridades pelo simples fato de serem projetadas na mídia de massa, não apresentando nenhum talento especial que justifique sua presença nos meios de comunicação. O autor aponta que as celebridades atribuídas são celetóides.

Celetóides são os acessórios de culturas organizadas em torno da comunicação de massa e da autenticidade encenada. Exemplos incluem gente que acerta na loteria, os sucessos efêmeros, perseguidores, delatores, cometas na arena dos esportes, heróis por um dia, amantes de figuras públicas e os vários outros tipos que chamam a atenção da mídia um dia, e no outro caem no esquecimento. (ROJEK, 2008, p. 23)

Segundo Chris Rojek (2008) é comum que as celebridades atribuídas façam sucesso por um curto período de tempo e logo caiam no esquecimento, não obstante, sempre haverá uma nova celebridade pronta para ocupar o posto que um dia foi preenchido pela primeira, o fenômeno ocorre em escala frequente. O autor complementa que os fãs podem adotar o estilo de vida de seus ídolos, por isto se faz necessário que a tais celebridades estejam incorporadas as imputações físicas e comportamentais propostas pela mídia.

Seduzidas pela construção mítica, algumas mulheres que possuem os atributos físicos estereotipados pela mídia, enxergam na exposição/exibição de seu corpo, um meio para ascensão. Acreditam que se, se inserirem nos meios de comunicação de massa, mesmo que não tenham um talento especial, serão reconhecidas por familiares, amigos e sociedade em geral, destacando-se de outros grupamentos sociais, nos quais viviam antes da fama. Em entrevista ao Jornal carioca Extra<sup>6</sup>, Renata Frison – dançarina conhecida como “Mulher Melão” - comentou sobre a composição da

---

<sup>6</sup> Quando fomos apresentadas, percebi que Isis ficou me observando, e anotava muito no celular. Hoje, me vejo na Suelen: as unhas enormes, o jeito de passar a mão no cabelo, o bronzeado. Fico lisonjeada de ter servido de inspiração. Me esforço para ser bonita e gostosa, mas hoje sou *periguete só no palco*. *Periguete* é a mulher que é safada, danada, e assume. Não me visto com shortinho entre as socialites, não dou em cima do homem das outras. Tô calminha. Mas, que mulher nunca usou o sexo para conseguir o que queria? Disponível em: <http://www.extra.globo.com/famosos/saiba-qual-mulher-fruta-inspirou-suelen-de-avenida-brasil-4805059.html#ixzz3fmLdJhL>  
Acessado em 14/07/2015.

personagem Suelen, interpretada pela atriz Isis Valverde na telenovela Avenida Brasil (2012). Segundo o relato, a personagem foi inspirada nos trejeitos da Mulher Melão. Esta contou ter se sentido lisonjeada e considerou a personagem uma homenagem. Na entrevista nota-se um paradoxo, na medida em que Renata Frison afirma fazer uso do estereótipo relacionado à mulher *periguet*, no entanto, apenas no palco. Desta forma, sugere tratar-se de uma personagem, mas ao final da entrevista a própria Renata Frison questiona qual mulher nunca usou sexo para conseguir algo, ou seja, o sexo como moeda de troca.

Segundo Michel Foucault (2006), a sociedade apresenta como qualidade fundamental a conquista de poder por parte do indivíduo. O poder implica em uma relação direta com a posição social do sujeito, e esta por sua vez, acarreta na condição financeira do mesmo. Logo, em uma sociedade capitalista, entende-se que o indivíduo poderoso é aquele que possui abastada condição financeira.

As “mulheres frutas”, mesmo não sendo atrizes, modelos, cantoras ou afins, criaram suas próprias possibilidades de projeção e descobriram em seus corpos a oportunidade de inserção na mídia e de conquistas financeiras.

Dos palcos, nos quais surgiram como dançarinas, as “mulheres frutas” tornaram-se popularizadas e passaram a estar presentes em outros meios, como nas telenovelas. Com o objetivo de refletir um pouco mais a respeito da construção social do corpo e estilo de vida, analisamos uma “mulher fruta” da ficção.

A personagem escolhida foi Brunetty, interpretada pela atriz Ellen Rocche na telenovela Sangue Bom<sup>7</sup>, de autoria de Maria Adelaide Amaral e Vicent Villari, exibida no período de 29/04/2013 a 01/11/2013 pela Rede Globo. Com o total de 160 capítulos, a telenovela trouxe à discussão temas relacionados à valorização da aparência física, a busca pela fama e o desejo de consumo.

---

<sup>7</sup> Disponível em <http://www.memoriaglobo.com/programas/entretenimento/novelas/sangue-bom/sangue-bom-trama-principal.html>  
Acessado em 10/07/2015.

Apesar de não fazer parte do núcleo principal, Brunetty se destacou no decorrer da telenovela, por ser uma personagem bastante divertida. Além disso, a beleza e o corpo “escultural” da atriz, também despertaram a atenção do público.

Popularmente conhecida como Mulher Mangaba, Brunetty era uma cantora de funk famosa em todo o país. No período de exibição da telenovela a atriz Ellen Rocche gravou dois clipes musicais, que foram desenvolvidos especialmente para a personagem: “Solteirinha da Pompéia” e “Hoje eu to descontraída”. Mangaba é o fruto proveniente da mangabeira, muito apreciado no nordeste do Brasil, especialmente na fabricação de doces, sorvetes e sucos. Com formato arredondado, pode chegar a 6 centímetros, remetendo à lembrança aos atributos físicos da personagem, como seios e quadril volumosos. Brunetty vestia-se com figurino sensual, usava salto alto e muitos acessórios, sua fala era sempre sedutora e apresentava-se constantemente em busca da fama, comportamento que nos faz relacioná-la a uma *periguete*. No decorrer da telenovela, envolveu-se com muitos homens, como Tito (Rômulo Neto), Natan (Bruno Garcia) e Douglas (Pedro Inoue), não obtendo sucesso em nenhum destes relacionamentos. No entanto, ao final da telenovela a personagem casou-se com Nelson (Tarcísio Filho), um relacionamento por amor e desprovido de outros interesses, o que faz com que neste aspecto, se diferencie da *periguete*.

Assim como na telenovela, também na vida real as mulheres que apresentam o perfil semelhante à personagem, são consideradas como ameaças aos relacionamentos amorosos, visto que, investem na beleza e muitas das vezes utilizam o corpo como moeda de troca. Segundo Howard Becker (2008), tudo aquilo que escapa dos protótipos sociais vigentes, pode ser considerado como desviante. O indivíduo desviante é aquele que infringe as regras, normas e padrões designados pelos grupos sociais de poder e escapam dos protótipos determinantes. Tendo como referência as reflexões do sociólogo americano Howard Becker (2008), Gilberto Velho (2013) alega que os sujeitos que não acompanham os protótipos sociais podem ser considerados divergentes. No entanto, este não é um indivíduo “doente” e sim uma pessoa que coloca sua visão particular acima da coletiva, mantendo-se firme em sua

decisão. Sob estes estudos, remetendo-se à análise da telenovela, pode-se enxergar a personagem como desviante, por apresentar ao longo de toda a trama uma postura na qual os valores tradicionalmente associados aos papéis femininos não faziam parte, porém para surpresa do público, os autores reservaram para o final um desfecho para a personagem no qual o amor romântico, desprovido de interesses, prevaleceu.

A sociedade que ao mesmo tempo traz consigo valores que ressaltam o papel de boa esposa e boa mãe, como condutas consideradas importantes para a reputação feminina, também abre espaço (cada vez mais) para outros padrões, que não utilizam os estereótipos responsáveis por legitimar a mulher como a boa moça de família. Ao contrário, evidenciam a imagem da mulher sexy, atraente e sedutora.

A mídia admite o corpo esteticamente belo como sinônimo de felicidade, uma vez que, é este o modelo adotado pelas celebridades. Desta forma, os indivíduos “comuns” passam a acreditar que a aparência corporal irá favorecer a almejada felicidade.

É possível afirmar que, como capital físico, econômico, simbólico, e social em nossa cultura, o corpo vem sendo cada vez mais valorizado como um dos principais meios para realização de alguns sonhos e desejos que “não têm preço”. Faz-se acreditar que quando se investe no “corpo como capital” esses sonhos se tornam mais possíveis. (RAMOS, apud, GOLDENBERG, 2010, p. 26)

A sexualidade feminina na contemporaneidade mostra-se de diversas formas, dentre elas pela nomeação de um novo uso do corpo – “as mulheres frutas”. Melancia, morango, pêra, melão, mangaba e tantas outras frutas que “tornaram-se mulheres”. Tamanhos, cores e formas diferentes, mas sempre com o viés da sedução e da mercantilização da mulher.

### **Considerações finais**

A idealização da mulher como boa filha, boa esposa e boa mãe, sempre esteve presente no imaginário masculino. Em sua obra, Gilberto Freyre (2009), diferencia a mulher do homem, caracterizando o sexo feminino como belo e frágil. No entanto, percebe-se que hoje existem várias formas de construção social do corpo feminino,



como foi possível perceber nas pesquisas a respeito das “mulheres frutas”, que apontam para um novo estilo de vida, no qual a sedução está totalmente inserida. Na interconexão entre o corpo e a mídia, a sexualidade feminina torna-se estruturante na fabricação do “corpo fruta”, composto dentro de um ideal, no qual as formas volumosas ganham destaque.

O corpo feminino identificado como objeto de desejo, passa a ser visto como mercadoria. E tal qual numa banca, onde mercadorias são expostas, ao se assumirem como frutas, estas mulheres fazem a exibição dos seus corpos, sem receio de serem excluídas ou vistas em um contexto marginalizado. Nas leituras e pesquisas para compor este trabalho, notou-se que a maior recompensa das “mulheres frutas”, é estar em evidência na mídia. E esta por sua vez, abre espaço para as mulheres que adotam este estilo de vida, assim como para as denominadas *periquetes* já encenadas em diversas telenovelas.

Chris Rojek (2008), em seus estudos aborda a grande valia que é dada as celebridades, e dentro desta perspectiva, buscou-se no desenvolvimento deste artigo refletir acerca da importância que é atribuída ao corpo feminino na sociedade contemporânea, como um caminho para alcançar o status de celebridade. Na ausência de oportunidades, recursos ou talento, as “mulheres frutas” enxergam no próprio corpo a possibilidade de fama e prestígio. E os meios de comunicação de massa, enquanto difusores de rótulos e estereótipos, acabam por incentivar este tipo de consumo. Sendo o corpo um dos principais meios pelo qual os indivíduos se comunicam, buscou-se compreender por meio das “mulheres frutas”, as ressignificações da identidade feminina na atualidade.

## Referências

- BECKER, Howard. *Outsiders: estudos de sociologia do desvio*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BOLTANSKI, Luc. *As classes sociais e o corpo*. São Paulo: Paz e Terra, 2004.
- BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.
- \_\_\_\_\_. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS, 2007.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2006.
- FREYRE, Gilberto. *Modos de homem & modas de mulher*. São Paulo: Global, 2009.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade de identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- GOLDENBERG, Mirian. *O corpo como capital: estudos sobre gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira*. 2. Ed. – São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2007.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia: estudos culturais: identidade política entre o moderno e o pós-moderno*. São Paulo. Ed: EDUSC. 2001.
- LANA, Lígia. *A popularização da perigete em telenovelas brasileiras recentes*. In: Rumores, n. 15, v. 8, janeiro a junho 2014. Pags: 69 – 86.
- LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. Vozes. Petrópolis, RJ, 2006.
- MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: espírito do tempo 1: neurose*. 10 Ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária 2011.
- ROJEK, Chis. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- SABINO, Cesar. *Musculação: expansão e manutenção da masculinidade*. In: Os novos desejos: das academias de musculação às agências de encontros. Org: Mirian Goldenberg, Rio de Janeiro: Record, 2000.
- VELHO, Gilberto. *Um antropólogo na cidade: ensaios de antropologia urbana*. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## **Novo narrador em um mundo globalizado<sup>1</sup>** *Autres Brésils* e a missão de desconstruir uma imagem *clichê* do Brasil na França

Janaína Cardoso da Silva<sup>2</sup>

### **Resumo**

O estudo apresenta a atuação de uma associação franco-brasileira, *Autres Brésils*, criada em Paris, em 2002, com a missão de disseminar uma outra imagem do Brasil, na França. Despontando como um novo narrador num mundo globalizado, onde as contradições entre a mensagem homogeneizada capitalista e a preservação de identidades nacionais está em pauta, a ONG promove a discussão e um novo olhar sobre a identidade brasileira contruída por narrativas hegemônicas. O artigo aborda questões históricas sobre a consolidação desta visão estereotipada do Brasil na França e analisa a 10ª edição (2014) do festival de cinema documentário que a *Autres Brésils* realiza em Paris, debatendo questões políticas-socio-ambientais atuais de um Brasil criativo, plural e complexo.

**Palavras-chave:** Identidade, Estereótipo; Imaginário; *Autres Brésils*; França.

### **1 – A globalização, a desconstrução das culturas nacionais e o fortalecimento da interculturalidade.**

As culturas nacionais são formadas por tradições, mitos fundacionais, eventos históricos, além do sentimento de pertencimento e de origem, do desejo de viver em conjunto e da perpetuação hereditária de costumes, consolidando nas pessoas uma idéia de identidade cultural única. O sociólogo Stuart Hall (2001) esclarece que, ao considerar ideias de passado e presente, os elementos, que se constituem o que se entende como nação, habitam o imaginário de cada povo. Contudo, a tentativa de unificação e pureza das culturas nacionais é criticada pelo próprio autor, através de reflexões sobre sua constituição. “A maioria das nações consiste de culturas separadas que só foram unificadas por um longo processo de conquista violenta” (HALL, 2001,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT4 (Representação Social e Mediações Socioculturais ) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria iniciação científica (graduação). PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).  
Email: [janacard36@hotmail.com](mailto:janacard36@hotmail.com).

p.59). Considera em sua análise ainda, o fato das nações serem compostas por diferentes classes sociais, grupos étnicos diversos e multiplicidade de gêneros. Adicione-se a isso o fato das nações ocidentais modernas terem tido grandes influências no período colonialista, exercendo hegemonia cultural sobre os povos colonizados. “Em vez de pensar em culturas nacionais como unificadas, deveríamos pensá-las como constituindo um dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade identitária” (HALL, 2001, p.62). Ao incluir a diferença na unidade, Hall (2001) descortina dentro de cada cultura o mito do intocável, abrindo o pensamento para uma possível flexibilidade de encontros e influências constantes de umas sobre as outras.

E foi exatamente na modernidade tardia que essa avalanche de influências foi potencializada pela globalização, movimento econômico-social que aproximou pessoas de diferentes culturas, abrindo possibilidades de intercâmbios culturais, de experimentação, de contato com novas narrativas comunicacionais, o que nem sempre se traduz por processos de simbioses pacíficas. Para Nestor García Canclini (2007), é impossível entender a globalização se não compreendermos os “dramas da interculturalidade e da exclusão, sem compreendermos as agressões e auto-defesas cruéis do racismo e as disputas, amplificadas em escala mundial, para marcar a diferença entre o outro que escolhemos e o vizinho compulsório” (CANCLINI, 2007, p.46).

Ao avaliar processos globalizadores, deve-se levar em consideração que a mudança do espaço-tempo ocasionado, sobretudo, pelos avanços tecnológicos e o afrouxamento de fronteiras, facilitou e incentivou o tráfego ainda maior de pessoas ao redor do globo. Para Canclini (2007), é necessário considerar essa troca cultural constante de pessoas que migram, viajam, que não vivem onde nasceram, que compram mercadorias, conversam com pessoas distantes e que assistem cinema e televisão de outros países. “A globalização sem a interculturalidade é um *OCNI*, um Objeto Cultural Não Identificado” (CANCLINI, 2007, p.46). Mas, ao mesmo tempo o autor não menospreza a força que a globalização imputou em criar oportunidades de transmissão de mensagens globais. Até mesmo o capitalismo que planta um mundo



homogeneizado precisa da multiplicidade para sobreviver. “Há em nosso futuro muitas mais oportunidades do que a opção entre o Macdonald’s e Macondo” (CANCLINI, 2007, p.46).

Hall (2001) acredita que as influências sofridas pelas culturas nacionais neste novo cenário de trocas mundiais pode enfraquecê-las em seu caráter intacto, mas ao mesmo tempo, expandem as “oportunidades de identidades partilhadas que vão consumir os mesmos produtos e serviços, mensagens e imagens, que vão chegar a pessoas completamente distantes no tempo e no espaço” (HALL, 2001, p.74). A globalização permite que não apenas o dinheiro transite entre fronteiras mas também relatos de um país para o outro, ampliando horizontes nacionais e criando rituais compartilhados. Segundo o autor, é preciso “repensar as culturas como locais de residência e de viagem” (HALL, 2001, p.56).

A definição de cultura até os anos 1990 como “processo de produção, circulação e consumo da significação na vida social” (CANCLINI, 2007, p.57) sofreu evoluções por teóricos como Appadurai, citado por Canclini, que optou por defini-la como “diferenças, contrastes e comparações” (APPADURAI, 1997 apud CANCLINI, 2007). Para Frederic Jameson, também citado por Canclini, “a cultura, portanto, deve ser apreciada como um veículo ou meio pelo qual a relação entre os grupos se efetua” (JAMESON, 1993 apud CANCLINI, 2007).

O cultural abrange o conjunto de processos mediante os quais representamos e instituímos imaginariamente o social, concebemos e administramos as relações com os outros, ou seja, as diferenças, ordenamos sua dispersão e sua incomensurabilidade por meio de uma delimitação que flutua entre a ordem que possibilita o funcionamento da sociedade (local e global) e os atores que a abrem ao possível (CANCLINI, 2007, p.57).

Se cultura representa um mecanismo de troca e administração de diferenças, sejam elas internas ou externas, é no mundo globalizado, que abraça a ideologia capitalista de homogeneização de produtos e mensagens que uma nova tensão intercultural será deflagrada. Hall (2001) acusa o vetor consumo global, que media a vida social através de um bombardeamento de estilos sempre renovados, opções de

viagens internacionais, imagens veiculadas pela mídia globalizada, como responsável pela quebra do vínculo identitário.

É da indústria cultural a missão de desconstruir o endógeno, homogeneizando estilos, mensagens e narrativas. Neste novo projeto, fruto da globalização, as culturas nacionais e suas regionalidades só são difundidas por meio de empresas transnacionais. Canclini (2007) enfatiza que, em termos culturais é, sobretudo, na música, no cinema, na televisão e na informática, que a globalização exerce reordenações que geram tensões entre a homogeneização e as diferenças culturais entre países e regiões. Para o autor, as iniciativas de integração entre culturas e construção de imaginários supranacionais formatados pela globalização não são suficientes para que os cidadãos sintam essa identificação compartilhada e interiorizem essa nova escala do social. “O imaginário de um futuro econômico próspero eventualmente suscitado pelos processos de globalização e integração regional é muito frágil se não leva em conta a unidade ou diversidade de línguas, comportamentos e bens culturais que dão sentido à continuidade das relações sociais” (CANCLINI, 2001, p. 24). A tensão da oposição entre local e global nasce dessa dicotomia entre aceitar o mundial e conviver com o regional, o identitário, o nacional. Para o autor, se faz necessário elaborar conceitos novos que analisem a redistribuição do que é próprio e do que é alheio, da maneira de se comunicar com o diferente e as mudanças na forma de se fazer cultura no mundo moderno.

Não penso que, hoje, a opção central seja entre defender a identidade ou nos globalizar. Os estudos mais esclarecedores do processo globalizador não são os que apontam para uma revisão de questões identitárias isoladas, mas os que propiciam a compreensão do que podemos fazer e ser com os outros, de como encarar a heterogeneidade, a diferença e a desigualdade. (CANCLINI, 2007, p.28)

A negociação de diversidades é uma opção que vem sendo testada por circuitos internacionais de agências de notícias, galerias de arte, museus, editoras que atuam em vários continentes e ONGs que interligam movimentos locais distantes. Redes que, ao invés de contraporem o local e o global, ensaiam novos caminhos criando oportunidades de integrações culturais e de diferente visão sobre o outro.

Ao não se acomodarem no discurso homogeneizador da globalização e se aventurarem a atravessar fronteiras se despindo da máscara que só enxerga o estereótipo, alguns atores sociais começam a reescrever a multiculturalidade no século XXI. “Há que elaborar construções logicamente consistentes que possam ser contrastadas com as maneiras como o global estaciona em cada cultura e com os modos como o local se reestrutura para sobreviver e, talvez tirar algum proveito das trocas que se globalizam”. (CANCLINI, 2007, p.33).

## **2 – *Autres Brésils* e a iniciativa de relatar um outro Brasil na França, rompendo o paradigma histórico de cinco séculos**

“Se a nação é uma comunidade imaginada , o que será uma nação ensinada à outra?” (De LA CAMPA, 1995 apud CANCLINI, 2007). A indagação se refere à disputa atual entre América Latina, Europa e Estados Unidos pela maneira de narrar diferenças e encontros na lógica globalizante. Num momento em que a tv e a internet democratizam a informação e a visão pessoal sobre o outro, evoluem não apenas as narrativas, mas também o narrador. Escolas, museus e livros continuam construindo olhares sobre o outro, contudo, “a interculturalidade hoje se produz mais por meios de comunicações midiáticas que por movimentos migratórios” (CANCLINI, 2007, p.73). Basta um clique para que se consiga ultrapassar fronteiras viajando virtualmente para qualquer lugar do planeta. A comunicação eletrônica e audiovisual rompeu barreiras e abriu novas possibilidades de convergência cultural.

E foi com o objetivo de se configurar em um novo narrador com visão mais realista, social e menos alarmista e estereotipa sobre o do Brasil, na França que a Associação Franco-Brasileira *Autres Brésils* foi criada em 2002, por iniciativa da jornalista brasileira Érika Campelo<sup>3</sup>, que emigrou para a França em 1997. Nos cinco anos que compreendem a chegada de Campelo<sup>4</sup> e a criação da associação, a jornalista identificou que as informações sobre o Brasil divulgadas na França não abrangiam a

<sup>3</sup> Erika Campelo é mestre em ciências políticas pela Universidade da Sorbonne, na França e hoje é chefe do setor digital e de parcerias internacionais da *ONG RITMO*.

<sup>4</sup> Erika Campelo foi entrevistada pela autora deste trabalho por e-mail em junho de 2014 e pessoalmente em maio de 2015.

real diversidade cultural do país e muito menos aspectos que dizem respeito ao trabalho de movimentos sociais, projetos humanitários de ONGs brasileiras e as contradições socioculturais do país sob uma ótica intelectual.

Ao lado do amigo francês, professor de matemática do ensino fundamental, Jorge da Costa<sup>5</sup>, Campelo (2014) elaborou e lançou um site<sup>6</sup> para divulgação semanal de traduções de notícias de jornais e revistas brasileiras com temáticas sociais e posicionamento de esquerda. Os artigos, elaborados por jornalistas e intelectuais de diversos setores da sociedade organizada e veículos alternativos à grande mídia, abordam as tensões sociais e políticas, as iniciativas de desenvolvimento social de um Brasil repleto de desigualdades, mas também rico e criativo como frisa Costa<sup>7</sup> (2015). “A ideia era veicular outra visão sobre o Brasil que sempre aguçou a curiosidade dos franceses”, explica Campelo (2014).

O contato dos franceses com outros povos sempre marcou a história da França, sobretudo, em sua relação com o Brasil. A França nunca reconheceu oficialmente o Tratado de Tordesilhas, que dividia o Novo Mundo entre Espanha e Portugal assinado em 1494, como afirma o historiador de engenharia militar, A. Lyra Tavares (1979). A ambição pela exploração do pau-brasil lançou os franceses pelo Atlântico rumo a terras recém descobertas ao sul, ainda em 1503. Partindo do Porto de *Honfleur*, perto de *Le Havre*, na Normandia, os franceses começaram uma longa relação histórica com o Brasil.

O Brasil era então, uma terra sem dono. Um mundo que se abria à curiosidade e às ambições comerciais dos armadores franceses. Uma civilização em estado natural que inspirava os louvores dos grandes analistas e críticos da sociedade em que vivia a França, como recurso mais prudente e menos arriscado para atacá-la nas suas frivolidades e no seu convencionalismo autoritário (TAVARES, 1979, p. 28).

A França renascentista enxergava nos índios uma civilização compatível com a da filosofia pregada pelo humanismo. “O selvagem com seus defeitos e virtudes, era muito mais livre e, invejavelmente mais feliz” (TAVARES, 1979, p.31). Essa vida

<sup>5</sup> Jorge da Costa é atualmente doutor e professor de literatura portuguesa na Universidade de Caen, na França.

<sup>6</sup> <http://www.autresbresils.net/>

<sup>7</sup> Jorge da Costa foi entrevistado pela autora deste trabalho por e-mail, em julho de 2015.

sem convenções, liberta do pecado, em harmonia com a natureza fez surgir a “lenda do bom selvagem” (TAVARES,1979, p.30) que despertava a fascinação dos intelectuais, de acordo com Tavares (1979), e se traduziu na primeira versão do Brasil difundida no imaginário francês.

A partir da consolidação de intercâmbios comerciais, culturais e intelectuais que invadiram os dois lados do oceano Atlântico e da tentativa de se fundar uma França nos trópicos, liderada pelo vice-almirante da Bretanha, Nicolas Durand de Villegaignon<sup>8</sup> em 1555, no Rio de Janeiro, até a chegada da corte portuguesa no Rio de Janeiro em 1808, símbolos, relatos e descobertas incríveis deste enorme território exótico denominado Brasil foram sendo formatados nos imaginários europeus. Vínculos que, segundo Tavares (1979), nunca deixaram de ligar a França e o Brasil ao longo de cinco séculos de história.

A relação entre os dois países potencializou-se ainda mais com a abertura dos portos em 1808 por D. João VI, que liberou a realização de expedições europeias ao interior do país, como relata o jornalista e pesquisador Maurício Assumpção (2014). “O Brasil se tornara uma fonte inesgotável de histórias fantásticas, com sua flora e fauna jamais vistas, que fascinavam leitores de folhetins” (ASSUMPÇÃO, 2014, p.49). A visão dos franceses sobre o Brasil foi evoluindo à medida que os imperadores D. Pedro I e D. Pedro II passaram a frequentar a Europa e sobretudo, Paris. Assumpção (2014) afirma que a presença em território francês, dos imperadores, seja na busca por aliados políticos e apoio financeiros para guerras de interesses absolutistas, caso de D.

---

<sup>8</sup> França Antártica foi uma missão dirigida pelo almirante francês Villegaignon e patrocinada pelo Rei da França, Henrique II, cansado das sucessivas e isoladas tentativas de conquista de parte do território brasileiro conduzidas por seu país. A expedição tinha como objetivo não o de fundar uma cidade ou uma praça, mas uma França nos trópicos, como afirma Lyra Tavares (1979). A colônia, instalada em uma ilha da Baía de Guanabara, nas proximidades do que hoje é a cidade do Rio de Janeiro, deveria servir de refúgio para calvinistas perseguidos pela intolerância de católicos europeus, além de marco militar da presença da França no Brasil. Visava ainda, como descreve Tavares (1979), estabelecer aliança com indígenas para conquistar novos territórios. Tavares (1979) relata que a França Antártica se manteve por 10 anos, de 1555 a 1565, quando, enfraquecida por conflitos religiosos internos, foi dominada pelos portugueses que acabaram por expulsar os franceses.



Pedro I<sup>9</sup>, tanto para lazer intelectual, motivação de D. Pedro II, suscitou a disseminação de notícias periódicas sobre o Brasil na França.

Em sua primeira visita a Paris, em 1877, D. Pedro II, “aquele rei exótico brasileiro” (ASSUMPÇÃO, 2014, p.117) oferecia, todos os dias das 17h às 18h, nos salões do Grand Hotel, onde se hospedava, audiências a pessoas de diferentes linhas de pensamento e conhecimento. Desde filósofos, artistas e escritores até pessoas comuns que o abordavam com vários interesses, todos eram atendidos pelo imperador. De acordo com Assumpção (2014), a imprensa estacionada dia e noite, na porta do hotel, ajudou a disseminar uma imagem positiva de Dom Pedro II como um imperador de atitudes simples e ao mesmo tempo muito erudito.“ A imprensa e a população em geral, apesar do fervor republicano (a França estava em sua Terceira República<sup>10</sup>), viam em Dom Pedro II um monarca de profunda distinção” (ASSUMPÇÃO, 2014, P.114). Um mandatário simpático à causa abolicionista e republicana. O que ajudou a propagar uma imagem mais favorável do brasileiro que, até então, era o cara que conseguia “comprar duzentos amigos” (ASSUMPÇÃO, 2014, p.122).

Na segunda metade do século XIX, perdurando até o começo do século XX, a imagem que se fazia do brasileiro em Paris não era das melhores. Em geral, eram vistos como fazendeiros escravagistas, novos ricos, com muito dinheiro e pouca sofisticação (...) eram barões do café, notabilizados pelo próprio D. Pedro II, que, assim, tentava criar uma classe aristocrática que legitimasse sua realeza (...) a imagem desse novo rico brasileiro, barão provinciano era tão forte na cultura popular francesa que a famosa dupla de autores teatrais, Henri Meilhac e Ludovic Halévy, se baseou nela para criar o personagem cômico *le Brésilien*, inserido na ópera bufa, *La vie parisienne*, de 1866. (ASSUMPÇÃO, 2014, p. 120).

<sup>9</sup> Em busca de apoio moral e financeiro das monarquias constitucionais de França e Inglaterra para derrubar o irmão, o absolutista D. Miguel, que havia dado um golpe em Portugal e usurpado a coroa da sobrinha, a rainha Maria II, filha de Dom Pedro, e instaurado um reino de tirania e terror. D Pedro I, segundo relata Assumpção, aproveitou a onda liberal que invadia a França e Inglaterra nesta época e desembarcou em junho de 1831, na França.

<sup>10</sup> A Terceira República, como relata Assumpção (2014), foi proclamada ainda em 1870, após a derrota da França na guerra Franco-Prussiana (1870-1871), que derrubou o Imperador Napoleão III, sobrinho neto de Napoleão Bonaparte. A Terceira República foi assumida pelo monarquista Adolphe Tiers que, para evitar conflito, se dizia republicano.

O personagem era a síntese de um Brasil escravagista, enormemente desigual, cheio de nobres que a tudo podiam comprar, desde seus títulos de nobreza, a pessoas que favoreciam seus interesses econômicos ou pessoais. Uma imagem que foi sendo transformada após a abolição da escravatura e com a proclamação da República brasileira como assinala Tavares (1979).

A uma espécie de imagem figurativa e simplista sobretudo da grande mídia francesa, segundo observação de Campelo (2015), que apenas exaltava alguns aspectos da cultura brasileira como a pobreza, o factual de violência, a natureza tropical, o futebol campeão, o carnaval espetáculo, que a Associação *Autres Brésils* voltou suas atenções.

Nossa intenção era transcender essa visão estreita propagada pelos meios tradicionais de comunicação, os quais sempre acompanhei na França, mostrando um Brasil enquanto laboratório de movimentos sociais, políticos, organizações não governamentais e projetos ambientais. Divulgar o que a sociedade brasileira civil organizada constrói de inovador e transformador. Propagar a imagem de um país imenso no sentido geográfico e cultural, que consegue, muitas vezes, sair na frente no combate a mazelas que assolam o mundo contemporâneo. Um país que começa a trocar o papel de vítima, para o de ator de sua própria história.(CAMPELO, 2015, entrevista)

Campelo (2015) lembra que o Brasil é um dos criadores do Fórum Social Mundial, um dos países do mundo que largaram na frente em temas de economia social e solidária, o país que fundou um dos maiores movimentos sociais do mundo, o MST (Movimento dos Sem Terra) e que possui iniciativas premiadas que visam frear o êxodo rural responsável pelo estabelecimento de bolsões de pobreza nos grandes centros urbanos, em favelas. “Nossa ideia sempre foi compartilhar as boas práticas brasileiras e reflexões sociais que nunca ou raramente estiveram na pauta da grande imprensa sobre o Brasil, na França”, afirma Campelo (2015). Contudo, a mídia tradicional não se constitui num disseminador exclusivo dessa imagem eurocêntrica, ao mesmo tempo negativa e clichê do Brasil, na França em tempos de globalização. A pesquisa realizada pelo professor doutor em geografia, Leonardo Ulhôa, em sua tese

de doutorado “Imagens e estereótipos do Brasil nos Livros Didáticos Franceses”<sup>11</sup>, relatada em reportagem pela jornalista Thais Paiva (2015), analisou 445 imagens e textos de 64 livros didáticos franceses da década de 1990, constatando que, em sua maioria, as escolas francesas difundiam um Brasil de “cenários de mendicância, urbanização sem controle, descaso do poder público, desmatamento ilegal, e tantos outros problemas característicos de uma nação periférica (...) formando um discurso único e pejorativo sobre a realidade do país” (ULHÔA, apud PAIVA, 2015). Segundo Paiva (2015), Ulhôa acredita que essas são representações apocalípticas, fruto de uma lógica verticalizada do não civilizado, solidificando a imagem de uma sociedade atrasada e periférica.

As imagens estereotipadas do Brasil também são resultado de uma idolatria que as têm transformado em mito. E o mito banaliza a realidade, uma vez que veicula os fatos considerados excepcionais, espetaculares ou caricaturais como se fossem representativos de toda uma sociedade, muitas vezes, destituídas de complexidade. (ULHÔA apud PAIVA, 2015, meio digital).

Hoje, 13 anos após sua criação, a *Autres Brésils* se mantém firme no ideal de lutar contra essa percepção estreita da realidade brasileira, desmistificando estereótipos e lutando contra a imagem homogeneizada e fragmentada que sufoca a percepção plural da cultura e sociedade brasileiras. Atualmente, a associação conta, segundo Campelo (2015), com a colaboração voluntária de 25 tradutores português-francês e um comitê editorial composto por cinco pessoas entre franceses e brasileiros. Em 2005, a associação criou o BEM (*Brésil en Mouvements*), uma mostra de cinema documentário brasileiro que exhibe temáticas atuais e discute a diversidade cultural do país. Aproveitando que 2005 era o Ano do Brasil na França, quando diversos eventos sobre o país iriam ser realizados em várias cidades francesas, Campelo (2015) e os integrantes da associação identificaram que as atrações previstas não privilegiavam um programa que contemplasse o Brasil dos movimentos sociais, ambientais, políticos e ONGs. Foi então que *Autres Brésils* propôs e conseguiu lançar

---

<sup>11</sup> Matéria de Thais Paiva sobre a tese de Leonardo Ulhôa divulgada na edição 97. Disponível em: <[www.cartanaescola.com.br](http://www.cartanaescola.com.br)> Acesso em julho, 2015.

o festival de cinema, o BEM (*Brésil en Mouvements*). “Uma mostra cinematográfica que pretende retratar esse país em constante movimento e transformação, que se reinventa a cada dia, rompendo obstáculos históricos, sociais e econômicos imensos”, acrescenta Campelo (2015).

### **3 – *Brésil en Mouvements* e a difusão de uma imagem BEM mais real do Brasil na França**

Desde sua criação em 2005, o BEM (*Brésil en Mouvements*) exibiu mais de 200<sup>12</sup> documentários de diretores brasileiros em dez edições, a um público total de mais de 11.000 pessoas, em sua grande maioria, franceses, promovendo espaço para debates entre o público, os realizadores, representantes de ONGs e movimentos sociais do Brasil e da França, além de acadêmicos franceses, especialistas em Brasil. “L’objectif est de donner un aperçu des réalités sociales au Brésil et de créer ainsi un espace propice aux échanges entre les deux pays, et de contribuer à assurer la diversité cinématographique et culturelle en France et au Brésil”<sup>13</sup>. Desde a primeira edição do festival em 2005, o comitê editorial da associação optou pela exibição exclusiva de obras cinematográficas documentais que, além de originais e bem dirigidas, contam com nenhum ou reduzido espaço nas salas brasileiras e estrangeiras, justifica Campelo (2015).

Além da decisão pela narrativa documental e seu compromisso com a verdade, vínculo com valores políticos e reflexão social, a escolha dos títulos a serem exibidos no *BEM* seguem critérios que avaliam a relevância, a atualidade da temática e o paralelo que inspire discussões acerca da realidade francesa. “Num mundo globalizado, em que países se tornaram interdependentes em questões financeiras e

---

<sup>12</sup> Dados fornecidos através de relatório enviado pela Associação *Autres Brésils*.

<sup>13</sup> “O objetivo é oferecer uma percepção das realidades sociais no Brasil, criando assim espaço propício para trocas entre os dois países e contribuir para assegurar a diversidade cinematográfica e cultural na França e Brasil” (tradução nossa). Texto retirado do relatório sobre o BEM 2014, enviado para a autora deste trabalho pela Associação *Autres Brésils*, em julho, 2015.

climáticas, por exemplo, os debates que seguem as projeções do festival visam fomentar as discussões sobre os dois países, numa constante troca de ideias, ideologias, realidades e inspirações” (CAMPELO, 2015). A força do festival está exatamente em praticar a interculturalidade, à medida em que se utiliza de temáticas brasileiras para discutir suas diferenças ou suas adaptações à cultura francesa. Lança uma nova ótica ao local, refletindo o global.

Em sua 10ª edição, realizada entre os dias 08 e 12 de outubro de 2014, no Cinema La Clef<sup>14</sup>, em Paris, o público francês, sobretudo formando por estudantes<sup>15</sup> e pesquisadores, pode se aproximar e discutir temáticas atuais sobre o Brasil em sua vertente social sem deixar de refletir a França.

De acordo com a programação do festival, na sessão de abertura, dia 08 de outubro, o filme *Hautes Terres* propôs uma discussão sobre a questão do acesso à terra, tema crucial para se compreender a construção da sociedade brasileira. No dia 9 outubro, a programação se debruçou sobre a temática indígena com a exibição de dois longas metragens : “As Hiper Mulheres” e “O mestre e o Divino”, seguido do debate *Indiens, Images et (auto)Représentations* que contou com a participação de Divino Tserewahú, cineasta indígena e protagonista do filme “O mestre e o Divino”. No dia 10 de outubro, dois filmes trataram do golpe militar de 1964 que completou 50 anos em 2014, “Setenta” e “Os Dias com Ele”. Dois longas metragens com abordagens singulares sobre o período da ditadura no Brasil, que discutem questões de memória e o legado deste período histórico para as novas gerações de brasileiros. As projeções foram seguidas pelo debate “Memórias e Impressões da Ditadura” que contou com a presença da diretora Emília Silveira. Quatro curtas metragens abriram a programação do dia 11 de outubro, traçando um panorama atual e diverso sobre cultura e sociedade urbana brasileira. “Caixa d’água Qui-lombo é esse?” *que* mostra a importância da cultura negra transmitida pelos descendentes de escravos de um bairro de Maceió, capital do estado de Alagoas, que foi um antigo quilombo. “Desterro”, um

<sup>14</sup> Cinema La Clef, 34 rue Daubenton, 75005 Paris. Metro Censier-Daubenton (ligne 7)

<sup>15</sup> De acordo com a pesquisa de perfil de público realizada pela associação durante o festival de 2014 com amostragem de 113 questionários, 20% do público é composto por estudantes, seguido por 15% de pesquisadores acadêmicos.



documentário sobre a memória de duas testemunhas de uma das maiores intervenções da história do estado brasileiro na atual capital do estado de Santa Catarina; “Memória de Rio”, uma *viagem desde a nascente do rio* Tiête até a travessia *de uma São Paulo urbanizada, cheia de contradições*; “E”, uma reflexão sobre a palavra latina estacionamento e seus significados ocultos e metafóricos . Os longas metragens, exibidos também no dia 11 de outubro, abordaram o processo de urbanização no Brasil e o nível de envolvimento relegado à população nas decisões de política urbana. O primeiro longa metragem exibido foi “Casas Marcadas”<sup>16</sup>, que relata a expulsão dos moradores da mais antiga favela do Brasil, o Morro da Providência, na cidade do Rio de Janeiro . Logo em seguida, o público pode conferir o documentário “A Cidade é uma só”, um filme que exprime o processo permanente de exclusão da população periférica da capital do Brasil, Brasília. E, para dar continuidade ao tema proposto, o terceiro longa metragem, “Em Busca de um Lugar Comum”, abordou o turismo nas favelas do Rio de Janeiro. Os três filmes foram seguidos do debate “Urbanização, jogos políticos”. No último dia, para encerrar o evento, o tema escolhido foram as manifestações de rua que marcaram o Brasil em 2013. Uma reflexão sobre as mobilizações sociais e suas ligações com o momento eleitoral brasileiro. As sessões do último dia de festival exibiram *Occupyng Brazil*, sobre a ocupação de imóveis vazios no centro de São Paulo como alternativa à vida nas ruas e *We don’t Like Samba*, recorte de cenas das mobilizações de ruas de junho de 2013. Para comemorar os dez anos de festival, a programação privilegiou a exibição de sete curtas metragens que constituíram uma respectiva panorâmica diversificada dos temas já apresentados pelo BEM em dez anos de existência. E, para o encerramento oficial, a associação selecionou o filme “Damas do Samba”, um documentário que lança um olhar singular sobre a importância da participação das mulheres neste ritmo brasileiro que se tornou também um movimento de resistência sócio cultural.

#### 4 – Conclusão

Em cinco séculos de relações econômico-culturais, a França manteve uma visão mitológica e estereotipada do Brasil. Nascida de símbolos solidificados por uma distância oceânica, manipulada pela globalização e mantida pela curiosidade e fascinação pelo diferente, a imagem propagada do Brasil na França, antes da evolução tecnológica, sempre privilegiaram o exótico, alguns símbolos nacionais e o periférico. Contudo, no mundo contemporâneo em que fronteiras são rompidas com a velocidade instantânea de um clique e em que as narrativas são plurais e os narradores não mais reféns da grande mídia, iniciativas como a Associação *Autres Brésils* na França, conseguem, aos poucos, sobrepujar um paradigma secular. Ao se posicionar como alternativa à hegemonia de uma mensagem oficial estreita que não traduz a real diversidade cultural e social do Brasil, a associação conseguiu em mais dez anos, através do site e do festival de cinema, disseminar uma visão mais realista e complexa de um país gigante, vítima de sua história, mas que luta, cria, reflete, transforma e se movimenta diariamente para transpor as desigualdades e problemas sociais. E, ao refletir a sociedade brasileira sobre um ponto de vista alternativo, os franceses, refletem também sua própria realidade

#### 5 - Referências Bibliográficas

- A Cidade é uma só*, QUEIRÓS, Ardiley. Brasil: 2012. 80 minutos.
- As Hiper Mulheres*, FAUSTO, Carlos; SETTE, Leonardo; KUIKUR, Takumã. Brasil: 2011. 80 minutos.
- ASSUMPÇÃO M. T. *A História do Brasil nas ruas de Paris*. 1.ed. Rio de Janeiro: Editora Casa da Palavra, 2014.
- BAER A. *El Testimonio Audiovisual*. 1 ed. Madrid: Siglo XX De España Editores S. A., 2005.
- BRÉSILS EM MOUVEMENTS: *Brésils em Mouvements 2014*, programmation. Disponível em <http://bresilenmouvements.org/bresil-en-mouvements-2014/programmation/> Acesso em: jul. 2015.
- Caixa d'água Qui-lombo é esse?*, MORAES, Everlaine. Brasil: 2012. 15 minutos.
- CANCLINI N. G. *A globalização imaginada*. tradução Sérgio Molina. São Paulo: Editora Iluminuras, 2017.
- Casas Marcadas*, BARRADAS, Adriana; SCHIMITE, Alessandra; CHEQUETTI, Ana Clara; MOREIRA, Carlos; OLIVEIRA, Éthel; LIZERAY, Juliette. Brasil: 2012. 10 minutos.

*Damas do Samba*, LIRA, Susanna. Brasil: 2013. 75 minutos.  
*Desterro*, HUGUES, Marília; MARQUES, Cláudio. Brasil: 2012. 14 minutos.  
*E*, WAHRHAFTIG, Alexandre; UNGARETTI, Helena; ANTUNES, Miguel. Brasil: 2014. 17 minutos.  
*Em Busca de um Lugar Comum*, BRANDÃO, Jonas. Brasil: 2012. 80 minutos  
HALL S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. tradução Tomás Tadeu da Silva e Guaraciara Lopes Louro. 5 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.  
*Hautes Terres*. BRETAS, Marie Pierre. França: 2013. 97 minutos  
*Memória de Rio*, FREITAS, Roney. Brasil: 2012. 14 minutos.  
*O Mestre e o Divino*, CAMPOS, Tiago. Brasil: 2013. 85 minutos.  
*Occupyng Brazil*, RUBIO, Daniel. Brasil: 2014. 24 minutos.  
*Os Dias com Ele*, ESCOBAR, Maria Clara. Brasil: 2013. 107 minutos  
PAIVA T. *O Brasil pelos franceses*. Disponível em <[www.http://www.cartanaescola.com.br/single/show/528](http://www.cartanaescola.com.br/single/show/528)> Acesso em: jul. 2015.  
*Setenta*, SILVEIRA, Emília. Brasil: 2013. 96 minutos.  
TAVARES A. L. *Brasil França ao longo de cinco séculos*. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1979.  
*We Don't like samba*, BERLIM, Cis. Alemanha: 2014. 41 minutos.

## **A relação entre a contravenção e o carnaval do Rio de Janeiro** Recortes das comunidades cariocas, seus líderes e cultura locais<sup>1</sup>

João Paulo Saconi<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo propõe uma reflexão sobre o papel da figura de poder na principal festa popular brasileira: o carnaval. Para isso, o foco será as comunidades menos abastadas da cidade do Rio de Janeiro, nas quais as escolas de samba são importantes instituições culturais. Acreditamos que as relações clientelistas e simbólicas que atravessam os grêmios recreativos e culturais do carnaval carioca estão diretamente ligadas às atividades de contravenção e seus principais representantes.

### **Palavras-chave**

Contravenção; Carnaval; Escola de Samba; Rio de Janeiro.

### **Corpo do artigo**

O carnaval é, certamente, a manifestação popular mais identitária do Brasil: traduz, em sua musicalidade, os aspectos da vida cotidiana do brasileiro e traz, em sua expressão corporal, a herança comunicativa que se traduz em gesto. O antropólogo Roberto DaMatta define, em sua obra 'O que faz o Brasil, Brasil?', o carnaval como um momento de inversão do mundo. Ele relaciona os conceitos de *casa* e *rua* na vida do brasileiro como distintos: em casa, o brasileiro é um indivíduo único e encontra-se em sua intimidade, sendo regido por suas próprias regras e leis, enquanto na rua, ele se transforma em alguém indiferenciado, regido pelas leis da sociedade e agindo de acordo com as expectativas dos outros. Além disso, DaMatta classifica o carnaval como um momento de inversão da hierarquia social em uma sociedade que detesta a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 (Representação Social e Mediações Socioculturais) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduando da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Bolsista de iniciação científica pelo Grupo de Pesquisa em Economia e Políticas da Comunicação da UFRJ (PEIC-UFRJ). Email: joaosaconi@outlook.com.

mobilidade. O *rito da inversão*, conforme DaMatta classifica o carnaval, é a sobreposição entre os valores atrelados à casa e à rua, ao pobre e ao rico. Nos quatro dias de festa, o brasileiro passa a fazer na rua o que faria em casa, manifestando uma liberdade, de certa forma, desordenada.

No caso do Brasil, a maior e mais importante, mais livre e mais criativa, mais irreverente e mais popular de todas as festas é, sem dúvida, o carnaval. Aliás, nessa festa, a própria definição já perturba, pois exclui de modo sistemático todos os elementos que nenhuma festa pode dispensar e que são importantes para o seu próprio desenrolar. Quero referir-me a todos os elementos de ordem, de economia e política que o carnaval certamente implica – como todo evento especial –, mas que ficam necessariamente excluídos de sua definição. De fato, conforme sabemos como brasileiros, o carnaval não pode ser sério. Senão não seria um carnaval... (DAMATTA, 1986, p. 67).

Por se tratar de um celeiro cultural tão singular, e concomitantemente tão plural, a folia de momo traz em seu cerne a comunicação travestida de festa. No caso do carnaval do Rio de Janeiro, essa característica comunicacional se torna ainda mais latente: as escolas de samba com seus enredos, desfilando histórias na Avenida há décadas através de música e gesto, com o apoio de fantasias e alegorias. Para viabilizar economicamente a festa, os seus líderes atrelaram, ao longo dos anos, o carnaval às práticas ilegais de obtenção de dinheiro. Através da concepção acerca da sensação de liberdade proporcionada pela inversão dos valores do carnaval, demonstrada por DaMatta, pode-se observar a construção das relações ilegais que geraram uma nova organização dos desfiles, com o crescimento das demandas e também dos resultados. O carnaval se tornou um dos principais cartões-postais vivos do Brasil e, por consequência, as relações com as subvenções ilegais aumentaram, criando uma relação de simbiose regida pelos presidentes das agremiações.

A figura do líder no carnaval é marcada pela existência de um ator masculino em um sistema de poder no qual ele é a centralidade. O presidente de uma escola de samba está ciente de tudo aquilo que ocorre nas suas imediações de poder, numa espécie de onipresença: mesmo sem estar presente em todas as situações que



competem a ele, seus olhos e ouvidos estão espalhados para manterem-no informado. Ele não é, porém, uma figura necessariamente marcada pela violência: o manejo de suas negociações se dá, geralmente, através de uma relação de paternalismo em que ao prover aquilo que a comunidade ao seu redor necessita, ele conquista em retorno o apoio que necessita para se manter no poder.

Este artigo propõe um recorte específico relacionado às escolas de samba da cidade do Rio de Janeiro. Os presidentes – ou patronos – dos chamados Grêmios Recreativos e Escolas de Samba (G.R.E.S) são figuras peculiares, caracterizadas pela sede de vitória; pela confiança que recebem das comunidades que vivem no entorno das quadras das escolas; pelas relações políticas alinhadas com atores do município e do estado que garantem a subvenção para as escolas; pelas atitudes paternalistas mediante aos projetos sociais desenvolvidos nas escolas e às necessidades da região em que elas se inserem e principalmente pelas relações com o poder paralelo contraventor de práticas como o jogo do bicho e o tráfico de drogas, visando o sustento das instituições que comandam e também o próprio lucro.

### **O jogo do bicho: Natalino José do Nascimento**

A Portela, agremiação das cores Azul e Branco e natural dos bairros de Madureira e Oswaldo Cruz, na Zona Norte do Rio de Janeiro, foi a primeira escola de samba a ter uma personalidade do jogo do bicho como presidente. Natalino José do Nascimento, o ‘Natal da Portela’, comandou a escola durante as décadas de 1940 e 1950 e viabilizou a conquista do heptacampeonato da escola (um feito único para a maior campeã do carnaval que contabiliza 21 títulos em sua história). Natal ascendeu no jogo do bicho e, já estando ligado a Portela, assumiu o seu comando, fazendo da escola uma grande vencedora.

A carreira de Natal na contravenção do bicho foi exuberante. Começou trabalhando para o banqueiro do bicho Capitão Amorim, no início dos anos 1930, que comandava o jogo em Madureira e nos arredores. De anotador a gerente, de gerente a dono das bancas que herdou de Amorim, tornou-se uma espécie de rei da loteria popular e foi pioneiro da polêmica ligação entre o jogo do bicho e as escolas

de samba. (...) Com ele surgiu a figura do patrono das escolas, depois tão comum no meio. A Portela deve à liderança, e por que não, às artimanhas de Natal uma parte de seus triunfos. (SIMAS, 2012, p. 67)

Embora a época de prosperidade da escola esteja diretamente relacionada com a presença de Natal, a relação dele com a contravenção não foi repleta de tranquilidade: ele foi preso mais de 80 vezes e cumpriu pena quatro vezes em Ilha Grande e uma em Fernando de Noronha, além de ter se envolvido no assassinato de um ‘valentão local’ chamado Davi que o havia desafiado para tomar os seus pontos de apostas do jogo do bicho. Apesar disso, Natal também empenhou os lucros do jogo do bicho em melhorias para a comunidade: “calçou mais de 40 ruas, construiu cerca de 200 barracos na Favela de São José da Pedra, ajudou na construção de igrejas de São Luiz Gonzaga, São Brás e São José” (SIMAS, 2012, P. 68).

Por conta de seus feitos na escola e no subúrbio que a rodeava, Natal foi homenageado em grande estilo como enredo da Portela em 1984, ano da inauguração do Sambódromo Marquês de Sapucaí. Em “Contos de Areia”, a cantora Clara Nunes era comparada ao orixá *Yansã*; o fundador da escola, Paulo da Portela, era comparado com o orixá *Oranian* e Natal era comparado a Oxóssi – figura relacionada à caça, ao sustento, à astúcia e à sabedoria). O desfile rendeu a Portela o último título conquistado até a atualidade e o samba-enredo continha passagens em referência ao jogo do bicho e à influência de Natal, comparado a *Oxóssi*, sobre a comunidade portelense:

Okê okê Oxóssi, faz nossa gente sambar  
Okê okê Natal, Portela é canto no ar  
Jogo feito, banca forte  
Qual foi o bicho que deu?  
Deu águia, símbolo da sorte  
Pois vinte vezes venceu  
(*Contos de Areia*. REIS, Norival. DEDÉ. 1983)

A figura de Natal é tão latente na história da Portela que décadas depois de sua passagem pela escola e também de sua morte, em 1975, ele continua a ser lembrado como símbolo da época áurea da agremiação. Enquanto ele esteve no comando, a

Portela conquistou 17 de seus 21 títulos. A situação do bicheiro complicou-se com o Golpe Militar de 1964 e a contínua repressão ao jogo do bicho que culminou com sua prisão em Ilha Grande, assim como as prisões de outros bicheiros. O comando da Portela foi passado para o seu sócio, Carlos Teixeira Martins, conhecido como Carlinhos Maracanã, com quem a história da Portela seguiu (SIMAS, 2012, p. 81).

### **Onde o braço do Estado não chega: Castor de Andrade**

Castor Gonçalves de Andrade e Silva é o nome daquele que foi considerado o maior bicheiro do Brasil. Ele herdou de seu pai, Eusébio de Andrade, uma banca de jogo do bicho e aumentou a fortuna herdada a partir disso. Ele ficou marcado por ser patrono da Mocidade Independente de Padre Miguel e também do time de futebol Bangu Atlético Clube, ambos provenientes dos bairros de Padre Miguel, Bangu e da comunidade da Vila Vintém, no subúrbio carioca. Castor construiu um verdadeiro império calcado na contravenção e sob seu comando, a Mocidade conquistou quatro títulos do Grupo Especial e tornou-se uma das escolas mais competitivas e aguardadas da Marquês de Sapucaí.

Assim como Natal da Portela, Castor também sofreu com a perseguição ao jogo do bicho. Foi preso no início do Regime Militar, assim como Natal, mas solto em seguida e, posteriormente, chegou a aliar-se ao Governo. Mais tarde, em 1994, antes de a Mocidade desfilar com o enredo “Avenida Brasil – tudo passa, quem não viu?” desenvolvido pelo carnavalesco Renato Lage, Castor fez um discurso para o público presente, durante cinco minutos, pedindo o fim da ‘caça aos bicheiros’.

Além dos títulos conquistados pela Mocidade e pelo Bangu A.C, cogita-se que Castor tenha deixado à comunidade de Padre Miguel um outro legado: uma linha de ônibus que circula até hoje. A linha 875 interliga os bairros de Cascadura, na Zona Norte a Campo Grande, na Zona Oeste e é remanescente de uma empresa chamada Feital e que hoje se chama Padre Miguel. Segundo uma matéria publicada no site do jornal *O Globo* em 7 de agosto de 2013, o fundador da Feital, Osver Alfredo

Machado, era amigo de infância de Castor. Funcionando desde 2010 de maneira clandestina fora dos consórcios aprovados pela Prefeitura do Rio de Janeiro, a linha 875 foi apelidada pelos passageiros de *navio fantasma*, por conta da atual precariedade do serviço prestado. Porém, os moradores não desejam o fim do serviço: sem a linha, o transporte através do modal ficaria prejudicado, uma vez que as linhas providas pelo Estado não possuem o mesmo alcance que a linha atualmente clandestina.

Esse é o papel dos patronos das escolas de samba e outros grêmios que os torna essenciais para as comunidades em que estão presentes: eles alcançam, através de suas relações de poder, onde o Estado não consegue alcançar. Dessa maneira, Natal da Portela com as calçadas, as igrejas e os enterros e Castor de Andrade com as linhas de ônibus se consagraram, perante as comunidades suburbanas do Rio de Janeiro, como fortes lideranças calcadas no clientelismo e no paternalismo, assegurando a sobrevivência das populações menos abastadas através dos lucros obtidos com a contravenção e, em contrapartida, sendo abraçados por essas comunidades e encontrando refúgio dentro delas enquanto os órgãos legais do Estado trabalhavam no desmantelamento do jogo do bicho.

### **A hereditariedade no jogo do bicho**

Embora a relação do carnaval com a contravenção date da primeira metade do século XX e seus pioneiros já não estejam mais vivos para dar continuidade ao sistema, o fator hereditário que envolve as bancas do jogo do bicho e outras atividades contraventoras determina a manutenção dos patronos nas escolas de samba. Esse fato elucidou-se com a chegada de Rogério de Andrade, sobrinho de Castor de Andrade, ao posto de patrono da Mocidade Independente de Padre Miguel antes do carnaval de 2014.

A escola se encontrava em uma crise decorrente da má administração de seu ex-presidente, Paulo Vianna, quando Rogério assumiu o poder e começou a injetar dinheiro na escola. Em um ano de gestão, ele transformou a escola em uma das mais

fortes do Grupo Especial em termos de mão de obra: contratou o renomado carnavalesco Paulo Barros, o maior campeão da atualidade, e bancou a chegada de sua equipe e da estrutura que ele desenvolvia na Unidos da Tijuca, escola em que ganhou três títulos em cinco carnavais.

Rogério financiou um enredo autoral do carnavalesco sobre o fim do mundo, sendo a Mocidade uma das poucas escolas entre as doze do Grupo a não contar com um enredo patrocinado. Ele também convidou a cantora Cláudia Lette para ser rainha de bateria da escola, atraindo atenção da mídia para o desfile. Durante o período pré-carnavalesco, a escola desenvolveu um grande impacto midiático por conta do investimento grandioso feito por Rogério, incluindo câmeras de segurança em seus carros alegóricos, visando coibir possíveis sabotagens. Mesmo com os investimentos, a escola conquistou apenas a oitava colocação e acabou perdendo o passe de Paulo Barros para a coirmã Portela.

Rogério não esconde o resgate de memória referente ao tio, Castor de Andrade, que pretende promover à frente da Mocidade. Com seu retorno, o animal castor voltou a ser símbolo da escola, foi incluído em sua bandeira e realocado na fachada da quadra, com uma figura em neon. Rogério é conhecido pelos camarotes repletos de comidas e bebidas com fartura e continuará no comando da escola durante o carnaval de 2016.

### **A intervenção do Estado em combate à contravenção**

A gestão do prefeito Eduardo Paes na cidade do Rio de Janeiro, iniciada em 2009, trouxe sinais de que deseja afastar a contravenção das escolas de samba da cidade e, por consequência, desfazer as relações de clientelismo e mandonismo que as envolvem. Para tornar isso possível, Paes, que considera que a estratégia é fortalecer as escolas de samba para que elas caminhem só, vem realizando uma série de obras nas quadras de ensaios das agremiações, trazendo melhorias para que elas recebam seu público prestando um serviço de qualidade e revertam lucros para a realização de seu desfile de carnaval.



Foram reformadas, durante a gestão de Paes, as quadras da Portela, da Mocidade Independente de Padre Miguel, da União da Ilha do Governador, da Imperatriz Leopoldinense e do Império Serrano. A ideia é que os recursos públicos utilizados para as reformas tivessem como contrapartida a utilização do espaço para projetos sociais da própria prefeitura.

Em entrevista concedida ao Jornal Extra, em 25 de fevereiro de 2012, Paes destacou o processo de profissionalização das escolas de samba como meio de afastamento da contravenção. Para ele, trata-se de uma mudança gradativa:

“Estamos tentando organizar o carnaval. Fiz três licitações, não fui bem-sucedido e resolvi investir na profissionalização. A estratégia foi fortalecer as escolas para que elas caminhem sós. Quando a gente reforma a quadra da Portela, faz a "União da Ilha Hall", dá outro espaço para a Mocidade, é para que as escolas tenham condições de ganhar dinheiro ao longo do ano. Quando se faz isso, você tira a figura do patrono, seja bicheiro, miliciano ou o que for. Temos que profissionalizar, mas é um processo. Não dá para fazer um corte brusco e dizer que, a partir de agora, as escolas de samba terão CEOs (gestores profissionais de grandes empresas).” (PAES, Eduardo em entrevista ao site do Jornal Extra em 25/02/2012).

A mudança promovida pela prefeitura através de um incentivo à gestão empresarial e profissionalização das escolas de samba criou resultados em escolas como a Unidos da Tijuca, a São Clemente e o Acadêmicos do Salgueiro, marcadas pelas elogiadas gestões de seus presidentes Fernando Horta, Renato Almeida e Regina Celli, respectivamente. Essas agremiações não possuem atuais relações com a contravenção e utilizam os eventos realizados em suas quadras, bem como outras atividades rentáveis que promovem, para pagar os custos de seus desfiles e se tornarem mais competitivas a cada carnaval.

A busca pela legalidade e o distanciamento da contravenção são, de fato, a saída que melhor supre as necessidades econômicas do carnaval. O desmantelamento da relação simbiótica entre a festa e a contravenção é necessário para garantir a continuidade da maior festa popular brasileira em sua essência: ainda que se trate de uma inversão entre a *casa* e a *rua* e entre a vida dos mais privilegiados e dos menos

abastados, o carnaval deve transitar dentro da legalidade, buscando recursos na força das comunidades e na sua capacidade de gestão para continuar promovendo os quatro dias de igualdade que a folia possibilita.

### Referências Bibliográficas

ALVES FILHO, Francisco. BARROS, João Antonio. Nos bastidores da Sapucaí, o duelo dos chefões do samba. O Dia, Rio de Janeiro, 15 de fevereiro de 2015. <<http://odia.ig.com.br/noticia/rio-de-janeiro/2015-02-15/nos-bastidores-da-sapucaia-o-duelo-dos-chefoes-do-samba.html>>. Acessado em 20/08/2015.

DAMATTA, Roberto. O carnaval, ou o mundo como teatro e prazer. In: ROBERTO DA MATTA. *O que faz do brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1986. p. 65-78

PAES, Eduardo. Eduardo Paes: “A escola de samba que quer sobreviver não pode se associar ao crime”: entrevista. [25 de fevereiro de 2012]. Rio de Janeiro: *Jornal Extra*. Entrevista concedida a Antero Gomes e Leonardo Bruno.

MAGALHÃES, Luiz Ernesto. Empresa de ônibus se mantém nas ruas graças a liminar: Prefeitura diz que prazo da concessão já está expirado. *O Globo*, Rio de Janeiro, 7 de agosto de 2013. <<http://oglobo.globo.com/rio/empresa-de-onibus-se-mantem-nas-ruas-gracas-liminar-9388602>>. Acessado em 20/08/2015.

SIMAS, Luis Antônio. *Portela: tantas páginas belas*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2012.

## **Memória, Identidade e *Hafu*** **Uma análise do drama japonês *Smile*<sup>1</sup>**

Mayara Soares Lopes<sup>2</sup>

### **Resumo**

Apesar dos discursos oficiais vindos por parte das autoridades japonesas, o Japão está longe de ser um país monoétnico. No decorrer de sua história, imigrantes de diversos países chegaram à Terra do Sol Nascente, contribuindo com a pluralidade de sua sociedade. Tendo isso em vista, o presente artigo pretende analisar o drama de televisão *Smile*, que narra os desafios de ser um *hafu* (mestiço) em um ambiente que tende a discriminar aqueles que são diferentes, no intuito de desvendar as representações acerca da identidade desses indivíduos. Tal questão ganha relevância no momento em que, por conta da baixa taxa de natalidade e alta expectativa de vida, o país cada vez mais busca a entrada da mão de obra estrangeira, contribuindo, indiretamente, para uma maior miscigenação de sua população.

### **Palavras-chave**

Memória; Identidade; Hafu; Dramas de televisão; Smile.

### **Introdução**

Os personagens miscigenados não são muito privilegiados nas narrativas dos dramas japoneses contemporâneos<sup>3</sup>. Fato que se intensifica quando se trata de uma mistura étnica entre japoneses e outros povos asiáticos como os chineses, coreanos e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 4 (Representação Social e Mediações Socioculturais) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduanda do curso de Estudos de Mídia da Universidade Federal Fluminense.

<sup>3</sup> Os dramas de televisão japoneses são narrativas seriadas, exibidas geralmente uma vez por semana, com uma duração aproximada de três meses e que contêm em torno de onze episódios. De acordo com Tanaka e Samara (2012), eles servem como um espelho para a sociedade. Quando, por exemplo, a sociedade japonesa entrou em crise por conta do estouro da bolha econômica e precisava de força e união, os dramas enfatizaram questões como o modo de vida coletivo e família; ou quando a sociedade precisou se renovar, focaram em questões como individualidade.

filipinos. Afinal, existe certa hierarquia embutida no termo *hafu*<sup>4</sup>. Se miscigenados com norte-americanos ou europeus, a imagem de *hafu* é compreendida como uma aparência bonita ou detentora de capital cultural. Entretanto, quando relacionado a outros asiáticos, principalmente aqueles de pele mais escura, essa imagem geralmente é relacionada a problemas sociais (KO, 2014).

Essa situação não acontece por acaso. Historicamente, as etnias tidas como “inferiores” sob a perspectiva do Japão são aquelas que não são entendidas como muito desenvolvidas e/ou foram colonizadas por eles. No caso dos filipinos, por exemplo, a história da imigração está fortemente associada ao comércio sexual, principalmente por parte das mulheres (YAMAMOTO, 2012). No caso da Coreia, durante a colonização, os japoneses traziam os coreanos para realizar trabalhos escravos em solo nipônico, bem como adotaram a política de “Imperialismo cultural”, que obrigava a adoção das crenças, valores, conhecimentos e comportamento e estilo de vida da nação japonesa (MAZUR, 2014).

Os debates em torno de personagens mestiços constituem uma ferramenta importante para colocar em evidência questões relacionadas à construção de identidade — tanto individual, quanto social —, bem como refresca a memória de um grupo minoritário e marginalizado, frequentemente escondido por uma suposta homogeneização dos traços asiáticos. Stuart Hall (1992) desconstrói a ideia de uma nação homogênea, explicando que tal conceito não passa de um mito no mundo moderno, pois não existe uma nação que seja composta somente de um povo. Afinal, são todas híbridas culturais (HALL, 1992).

Ainda que representantes de uma segunda ou terceira geração de outras nações, mesmo nascidos e criados em território japonês, esses cidadãos muitas vezes não são entendidos como japoneses pelo olhar do outro — e, algumas vezes, sob a própria perspectiva. De acordo com Pollak (1992), “a construção da identidade é um fenômeno que se produz em referência aos outros, em referência aos critérios de

---

<sup>4</sup> *Hafu*, palavra que é escrita em katakana (alfabeto que privilegia palavras estrangeiras), vem do inglês, *half*. O termo é adotado para se referir aos japoneses de origem mestiça.

aceitabilidade, de admissibilidade, de credibilidade, e que se faz por meio da negociação direta com outros.”. Assim, as interpretações externas aos indivíduos, no caso, *hafus*, também contribuem para moldar uma identidade, bem como auxiliar no encontro de seu lugar no mundo. Sem perder de vista, no entanto, que a identidade não deve ser compreendida como imutável ou isenta de negociação (POLLAK, 1992; HALL, 1992).

Tendo isso em vista, o presente artigo pretende analisar o drama japonês *Smile*, por ser um produto televisivo nipônico que traz a temática à tona, através de personagens descendentes de imigrantes e miscigenados, no intuito de reconstruir a imagem que esse grupo minoritário, mas constituinte da sociedade japonesa, é interpretada. Portanto, como a questão da identidade desse grupo supostamente invisível<sup>5</sup> é representada no drama japonês *Smile*?

### **A memória e identidade dos grupos minoritários no Japão**

A memória é um território em disputa. Assim como existe uma memória tida como “oficial”, também se fazem presente outras memórias, igualmente importantes para a construção de sentido, tanto de identidade, quanto de nações, e que divergem a respeito das histórias que são escritas e contadas. “Ao privilegiar a análise dos excluídos, dos marginalizados e das minorias, a história oral ressaltou a importância de memórias subterrâneas que, como parte integrante das culturas minoritárias e dominadas, se opõe à ‘Memória Oficial’” (POLLAK, 1989).

Esse conflito não seria diferente ao analisar a história do “Grande Império Japonês”, que visava o expandir o território nipônico antes da Segunda Guerra Mundial<sup>6</sup>, englobando — e impondo sua cultura — outras nações, como, por

---

<sup>5</sup> O Japão, como qualquer nação que colonizou e ocupou diversos países, possui diferentes grupos étnicos vivendo em seu território. Entretanto o Japão tende a ocultar esse fato, ignorando essa minoria, bem como produzindo e reproduzindo discursos sobre uma suposta homogeneidade nipônica (YAMAMOTO, 2012).

<sup>6</sup> No caso das Filipinas, importante para estruturar, posteriormente, a análise do protagonista de *Smile*, a ocupação ocorreu durante a Segunda Guerra Mundial, entre os anos de 1942 e 1945. O final da ocupação terminou somente quando ocorreu a rendição formal do Japão, em 02 de setembro de 1945.



exemplo, a Coreia e Taiwan. Dentre as consequências dessa dominação, estão inclusos fluxos migratórios, pois, muitas vezes, nativos de outras regiões eram levados ao Japão à força (ODA, 2011).

Assim, ao invés da hegemonia japonesa proposta pela política nipônica, o Japão possui em seu território diferentes grupos étnicos, imigrantes de diversos países e, principalmente, descendentes originados da mistura entre parentes japoneses e de outras nações. Trata-se de grupos minoritários excluídos, que vivem à margem, muitas vezes escondendo suas origens<sup>7</sup>, mas que possuem memórias alternativas acerca da construção étnica e social japonesa, uma vez que compartilham de uma história que a “oficial” tende a esquecer.

Justamente por serem detentores de uma memória alternativa, às vezes brutalizadas pelos relatos dos mais antigos acerca da dominação japonesa, é natural que os descendentes entrem em conflito em relação à própria identidade. Uma vez que nasceram em solo japonês, mas descendem de outros povos, como, afinal, devem ser entendidos?

De acordo com Yamamoto (2012) “Crianças miscigenadas, especialmente se elas forem consideradas como *hafu*, podem não reconhecer a parte japonesa de sua identidade em resposta às interações diárias, onde elas são repetidamente situadas como estrangeiras<sup>8</sup>”. Assim, voltamos à Pollak (1992) quando o autor se refere à construção de identidade em referência ao outro. Tomando como base a citação de Yamamoto, por conta do olhar de terceiros, o indivíduo miscigenado, não sendo bem

---

Sendo assim, a ocupação japonesa no país foi menos brutal e por menos tempo do que outros países asiáticos, tal como a própria Coreia. Informações disponíveis em <[http://lcweb2.loc.gov/cgi-bin/query/r?frd/cstdy:@field\(DOCID+ph0033\)](http://lcweb2.loc.gov/cgi-bin/query/r?frd/cstdy:@field(DOCID+ph0033))>

<sup>7</sup> Os coreanos, durante a colonização, eram considerados “japoneses de segunda classe”. Durante a ocupação americana no Japão, ocorrida por conta da derrota na Segunda Guerra Mundial, essas pessoas passaram a ser consideradas estrangeiras, existindo a possibilidade de uma naturalização, desde que eles aceitassem os costumes japoneses e mudassem de nome para nomes japoneses (YAMAMOTO, 2012; IWABUCHI, 2008). Dessa forma, esses imigrantes e descendentes escondiam sua identidade e/ou o seu passado.

<sup>8</sup> Tradução livre. “*Children of mixed cultural heritage, especially if they are regarded as haafu, may cease to acknowledge the Japanese side of their identity in the response to the daily interactions where they are repeatedly positioned as foreign.*”

aceito como cidadão japonês, tenderia a reafirmar apenas uma parte de sua identidade por conta de questões sociais.

Por outro lado, esse mesmo indivíduo, se não possuir contato com imigrantes ou o parentes de outra nacionalidade, tendo nascido e vivido no Japão, não compartilharia da mesma cultura e dos costumes que um “japonês puro”? Dessa forma, os lugares de sua memória<sup>9</sup> (POLLAK, 1992), conhecido diretamente por essa pessoa, estariam mais próximos das memórias de um japonês não miscigenado do que de uma colônia de imigrantes. Independente do olhar do outro, esse indivíduo, não possuindo laços com a sua segunda origem, poderia ser de fato considerado como um estrangeiro, meramente por uma diferença étnica?

E, por fim, sendo o indivíduo um descendente de segunda ou terceira geração, nascido no Japão, estando frequentemente em contato com o estilo de vida japonês, é um estrangeiro apenas porque os seus antepassados eram?

Apesar de a memória oficial tentar construir uma noção de um povo japonês hegemônico, através dos grupos minoritários, que também fazem parte dessa sociedade, percebemos que o Japão contemporâneo é mais multiétnico do que monoétnico (YAMAMOTO, 2012). Característica que tende a se intensificar, uma vez que o mundo dos negócios e empresarial parece aceitar bem os estrangeiros, o que se justifica devido à baixa taxa de natalidade e uma população cada vez mais idosa<sup>10</sup>. “É considerado como um passo necessário para garantir a competitividade japonesa no futuro<sup>11</sup>” (YAMAMOTO, 2012 *apud* Ministério da Justiça (MOJ), 2010, p. 3).

## Smile

<sup>9</sup> Pollak defende que os elementos constituídos da memória, individual ou coletiva, são os acontecimentos, personagens e lugares.

<sup>10</sup>Disponível em: <[http://www.brasilpost.com.br/2014/07/24/japao-oportunidades-de-trabalho\\_n\\_5619131.html](http://www.brasilpost.com.br/2014/07/24/japao-oportunidades-de-trabalho_n_5619131.html)>

<sup>11</sup> Tradução livre. “It is regarded as a necessary step to ensure Japan’s competitiveness in the future”.

*Smile* é um dorama<sup>12</sup> japonês produzido pela rede de televisão TBS. Totalizando 11 episódios, esse J-drama<sup>13</sup> foi ar às sextas-feiras, durante Abril e Junho de 2009.

A história gira em torno de Hayakawa Bito<sup>14</sup>, um mestiço de pai filipino e mãe japonesa que sonha em, um dia, abrir um restaurante com pratos de diversas nações, pois ali seria um lugar onde, nas palavras do personagem “todos poderiam sentar na mesma mesa e sorrir”. Uma vez que nasceu no Japão, não possui contato algum com a cultura filipina. Entretanto, por ser etnicamente diferente, ele é frequentemente alvo de preconceitos e suspeito — e condenado — de crimes que não cometeu.

Em um dos julgamentos que foi obrigado a comparecer, Bito conhece o advogado Ito Kazuma, que também se mostra, a princípio, receoso da inocência do rapaz, devido a sua etnia. Porém, no decorrer da trama, o relacionamento entre Bito e Kazuma se torna cada vez mais próximo e gera profundas transformações no advogado. Ele revela que também não era um “japonês puro”, pois era descendente de coreanos. Depois de passar por injustiças devido ao preconceito, Kazuma escolhe trocar de nome e esconder a sua verdadeira origem, pois não possuía orgulho de sua identidade. Entretanto, ao ver Bito lidando com o sofrimento de ser um *hafu* sem se envergonhar de sua ascendência, Kazuma desiste de tentar se esconder e adota, novamente, o seu nome coreano.

O drama narra, na maior parte do tempo, a relação entre os dois personagens. Um que não entende porque não é reconhecido pelos outros como japonês, uma vez que sempre viveu lá e o outro que omite a sua verdadeira identidade, misturando-se com a multidão para não ser considerado diferente.

Por fim, *Smile* aparece com um desfecho feliz para a história de Bito, que consegue ser inocentado dos crimes que não cometeu e se livrar da pena de morte, além de realizar o seu sonho de criar um restaurante com culinária multiétnica.

<sup>12</sup> *Doramas* são as narrativas seriadas japonesas.

<sup>13</sup> J-Drama é outra maneira de se referir aos *doramas* japoneses.

<sup>14</sup> A leitura correta do nome do personagem é “Vito”. Este evento ocorre porque o nome é escrito em *katakana*, uma vez que na fonética nipônica não existe o som de “V”.

Assim, esse J-drama foi criado para abordar o crítico tema de discriminação étnica, ainda bastante presente no país. Realidade que precisa mudar, uma vez que se estima que um a cada 49 bebês nascidos em território japonês possuam origens mistas<sup>15</sup>. Dessa forma, *Smile* é um exemplo dos produtos midiáticos que tratam dessa questão, exibindo um *hafu* como herói com o objetivo de combater a discriminação social, ao mesmo tempo em que, nas entrelinhas, repete a mensagem de que esses japoneses miscigenados também devem se orgulhar de sua identidade.

### **A representação de descendentes de imigrantes**

Como ser descendente de imigrantes nascidos no solo japonês? O personagem Ito Kazuma, em um primeiro momento, se camufla na multidão. Tendo se naturalizado japonês e sem possuir diferenças raciais (físicas), além de ter cortado laços com o seu passado, através de uma separação familiar, adota uma identidade japonesa. Entretanto, essa tentativa de se considerar um cidadão japonês “puro” não está isenta de conflito.

Logo nos primeiros episódios, ainda sem deixar o expectador ciente de suas origens, o personagem entra em um restaurante japonês que estava em promoção e elogia o prato que comeu. “A comida japonesa é a melhor”, ele afirma. Porém, o atendente o informa que aquilo era um *kimchi*, um prato típico coreano, e explica que a promoção era relacionada à comida coreana. Assim, a narrativa apresenta o primeiro conflito de identidade do personagem. Uma vez que faz parte de sua cultura alimentar as duas culinárias, ele é incapaz de fazer a diferenciação entre elas.

Um segundo momento na narrativa também colabora para implantar a dúvida a respeito da história de Kazuma nos expectadores. Ao se encontrar com uma mulher de seu passado, o personagem diz: “agora eu sou japonês”. Em contramão à possibilidade levantada por Yamamoto (2012), o personagem passa a esconder a sua parte coreana e assumir-se exclusivamente como um cidadão japonês. Situação que se

---

<sup>15</sup> Disponível em < <http://www.japaoemfoco.com/hafu-um-filme-sobre-a-mistura-racial-no-japao/> >

mantém até o final do episódio 08, quando o personagem finalmente compartilha com os demais personagens — e expectadores — a sua verdadeira história.

Por conta de preconceitos sofridos na infância e, tendo como estopim o momento em que a família da mulher por quem se apaixonou não permite o casamento de uma japonesa com um descendente de coreano, o personagem é levado a repensar a sua identidade. “Afim, como eu poderia viver como coreano, já que eu nem sei falar coreano? Quando eu estava perdido, sem saber qual era minha identidade, o chefe de onde eu trabalhava me disse: ‘que tal trocar por um nome japonês?’ (...)”. Dessa forma, o personagem contribuiu com a autoritária política de imigração japonesa, mantendo a ideia de uma nação homogênea (IWABUCHI, 2008).

Entretanto, essa suposta aceitação de uma identidade nipônica foi reavaliada quando Kazuma passou a se relacionar com o protagonista que, apesar de ser tratado como estrangeiro e sofrer preconceitos, nunca teve vergonha de se assumir enquanto um *hafu*. “A minha imigração para o Japão, a minha naturalização... O que vai adiantar eu negar a minha própria vida? Eu também aceitei toda a minha história de vida, percebi que eu devia viver com um sorriso, tendo orgulho da minha história.”

Ainda que o personagem nunca tenha vivido na Coreia ou se relacionado de uma forma direta com a cultura coreana, ele trata a Coreia como uma parte de sua memória, por conta da vivência de seus familiares que, por sua vez, também fazem parte de sua história (POLLAK, 1992). Dessa forma, a sua identidade está relacionada com sua parte japonesa, uma vez que é o lugar que conhece e convive, bem como com as suas veias coreanas, trazidas à tona por conta do passado de seus familiares, de sua história de imigração.

Por fim, ao retornar o uso de seu antigo nome, Youn Son Gi (Kazuma) finalmente se torna capaz de aceitar ambas as partes de sua identidade, independente do olhar do outro e, mais do que nunca, deixando transparecer a fluidez com que as identidades contemporâneas podem ser montadas e desmontadas.

### **A representação de *hafu***



Como se não bastasse ser um *hafu* descendente de filipino, de pele mais escura, Bito ainda recebeu um nome estrangeiro, dificultando, ainda mais, que os japoneses o enxergasse como um nativo. Por isso, o personagem é frequentemente parado pela polícia, já que não é visto como um residente do Japão. De acordo com a antiga lei japonesa, ele é obrigado a andar com um cartão de registro de estrangeiro<sup>16</sup> com os dados de sua residência no país.

A representação do personagem miscigenado no drama é frequentemente associada ao olhar do outro. A construção do arco narrativo que envolve Bito é relacionada ao fato dele ser ou não entendido como um cidadão japonês. Se, por um lado, existe um grupo de personagens que não é capaz de aceitá-lo enquanto uma pessoa pertencente àquela nação (majoritariamente associado a personagens que representam alguma esfera de poder — juizes, promotores, policiais, etc.), por outro, também há aqueles que o compreendem enquanto um cidadão japonês (nesse caso, associado aos personagens próximos ao protagonista) e que entram em acordo com a forma como Bito vê a si mesmo.

É justamente o olhar do outro que conduz o caminho do personagem nos ambientes sociais, uma vez que sempre está à procura de um lugar que o aceite, mesmo que ele seja interpretado como um japonês “diferente” ou um estrangeiro.

“Eu nunca fui às Filipinas”, responde o personagem em diversos momentos, deixando claro que, apesar de ser mestiço, suas experiências culturais e sociais foram todas vividas em território nipônico. Somado ao fato de ele não possuir laços familiares com o pai filipino, seus lugares da memória (POLLAK, 1992) sequer versam sobre tal país.

Dessa forma, a representação de um *hafu* estaria próxima da ideia de um cidadão que procura o seu lugar no mundo, não necessariamente por não se compreender ou por estar em conflito com a própria identidade, mas simplesmente por querer ser visto como um japonês, uma vez que nasceu e cresceu no Japão, se

---

<sup>16</sup> Essa lei foi revista em 2012. A partir de então, o imigrante ou descendente, sendo residente do Japão, passam a usar um cartão de residente, não mais de estrangeiro. Além disso, se parado pela polícia, ele não é mais obrigado a mostrar o documento e sua palavra é o que valerá (YAMAMOTO, 2012).

considerando, dessa forma, tão merecedor deste título como qualquer outro. Afinal, ele é mestiço, mas isso não tira o seu direito de ser japonês contemporâneo, pois, como Yamamoto (2012) salienta: o Japão contemporâneo é um país multiétnico. E o personagem claramente aceita bem a questão da pluralidade cultural, expressa através do seu sonho de criar um restaurante com pratos típicos de diversos países do mundo. Pois seria tolo ignorar que a globalização também bateu à porta do Japão e com isso, as “identidades nacionais estão em declínio, mas novas identidades — híbridas — estão tomando seu lugar.” (HALL, 1992).

Por fim, Bito é a representação de um *hafu*, identidade que, assim como qualquer outra, entra em alguma esfera de conflito. Entretanto, ser híbrido não desmerece o fato de também ser japonês.

## Conclusão

A nação japonesa está longe de ser monoétnica devido a sua própria construção histórica. Entretanto, os discursos oficiais ainda tentam representá-la como tal, mesmo que o mundo empresarial abra, cada vez mais, às portas para estrangeiros trabalharem.

Dessa forma, a identidade “japonesa” vai cedendo o lugar para identidades híbridas (HALL, 1992): imigrantes, descendentes de imigrantes e mestiços também compõem o “ser japonês” na contemporaneidade.

O drama de televisão *Smile* contribui para mostrar essa nova realidade, retratando, em sua narrativa, os descendentes de imigrantes e os *hafu* como parte integrante da sociedade japonesa. Assim, além de dar voz a esse grupo minoritário, frequentemente esquecido, o drama também tenta combater os preconceitos existentes em torno dessas duas figuras.

## Bibliografia

HALL, Stuart. **“A identidade cultural na pós-modernidade”**. DP&A Editora, Rio de Janeiro, 1992.

IWABUCHI, Koichi. **“Dialogue with the Korean Wave: Japan and its Postcolonial Discontents”**. In: KIM, Youna (org.) Media consumption and everyday life in Asia. Routledge, Taylor e Francis. 2008.

KO, Mika. **“Representation of “Mixed-Race” Children in Japanese Cinema from the 1950s to the 1970s.”** Journal of Intercultural Studies, 35:6, 2014.

MAZUR, Daniela. **“A Onda Coreana e a representação do passado em Reply 1997”**. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Estudos de Mídia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, 2014.

ODA, Ernani. **“Interpretações da ‘Cultura japonesa’” e seus reflexos no Brasil**. In: Revista Brasileira de ciências sociais, São Paulo , V. 26, Nº75, 2011.

POLLAK, Michael. **“Memória e identidade social”**. In: Estudos Históricos, vol.5, n. 10, 1992, p. 200-212.

\_\_\_\_\_. **“Memória, esquecimento, silêncio”**. In: Estudos Históricos, vol. 2, n. 3, 1989, p. 3-15.

TANAKA, Misaki e SAMARA, Beatriz Santos. **“Breve Percurso da Produção Televisiva Japonesa: desafios e soluções”**. In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012, Fortaleza.

YAMAMOTO, Anne. **“From structured invisibility to visibility: is Japan really going to accept multiethnic identities?”** In: Identities: Global Studies in Culture and Power, Vol. 19, N. 4, 2012, 428-439.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — LFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

+

## XII PósCom

|| Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio ||

# GT 5

# Práticas de Entretenimento e Consumo

## Anais

COMUNICAÇÃO

E SUAS

INTERLOCUÇÕES

21, 22, 23 de outubro de 2015

PUC-RIO

ISSN: 2176-610x

## **Vestuário e Expressão Juvenil<sup>1</sup>**

Negociações Identitárias e Práticas de Sociabilidade entre Jovens nas Redes Sociais

Amanda Antunes<sup>2</sup>

### **Resumo**

Partindo da inquietação quanto ao considerável número de imagens que expõem o corpo e seus objetos de ornamentação produzidas pelos jovens na internet, pretende-se, neste artigo, evidenciar o que pode estar além dos “simples atos” de exposição de si, observados sob a perspectiva da construção identitária associada ao consumo e sociabilidade. A busca pela visibilidade, ancorada nas imagens de exposição da aparência, torna visível os significados partilhados e as dinâmicas ocorrentes que, no caso dos jovens, são práticas imersas numa dimensão de lazer cotidiano, exercício de vínculos afetivos e busca por espaço social, onde possam praticar sua autonomia, inclusive, de gerenciamento do “eu” que se apresenta socialmente.

### **Palavras-chave**

Cultura juvenil; vestuário; consumo; sociabilidade; construções identitárias.

### **Introdução**

É intensa a relação dos jovens com seus *smartphones*, na mesma proporção em que é relevante a presença das imagens nas suas práticas interacionais. Este artigo paira pelo universo do cotidiano dos adolescentes<sup>3</sup>, que revela as relações intrínsecas entre tecnologia, imagens, expressividade e identidade juvenis na contemporaneidade.

Sabemos que a forte presença dos objetos sócio-técnicos e sua possibilidade de conexão em rede já são fatos de relevância inquestionável na nossa vida cotidiana.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda do curso de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio. Email: [amandaantunesrj@gmail.com](mailto:amandaantunesrj@gmail.com)

<sup>3</sup> Jovem e adolescente são termos aqui tomados como sinônimos, uma vez que, partindo da compreensão do conceito de adolescência ou juventude como construção social, a delimitação cronológica deste grupo, para estudo, representa a adoção de um critério de recorte com o objetivo de investigar as particularidades e características pertinentes aos jovens, ou ainda, uma parte deles.



Como pontua Jean Baudrillard (2007, p. 142), “a máquina foi o emblema da sociedade industrial. O *gadget* constitui o emblema da sociedade pós-industrial”. Esses variados *gadgets* eletrônicos portáteis (*smartphones*, *tablets*, entre outros aparelhos), especialmente aqueles com o potencial estado de permanente conexão com a internet, são associados ao corpo do indivíduo, passam a fazer parte da sua existência e são incorporados às suas experiências. Com a intensa proliferação desses objetos individualizados e móveis, somada à possibilidade de acesso à rede, a internet se consolida como espaço social propenso à organização de novas maneiras de estar, agir, interagir, sentir, sociabilizar e, no limite, ser.

Nesse contexto, é também intensa a circulação de produções diversas, entre elas de fotografias pessoais. Observamos ao longo das últimas décadas, o surgimento de inúmeras mídias e ferramentas aplicadas à produção e uso das imagens, muitas delas com recursos de fácil manuseio individual e pessoal. As imagens ganharam patamares de ampla produção e reprodução e tornaram-se elementos de extrema importância para uma sociedade pertencente a um contexto imagético globalizado e que experiencia novas formas emergentes de visualidade disputando espaço nas práticas cotidianas dos indivíduos.

[...] a imagem é concebida como um recurso ao dispor do indivíduo, passível de uma aplicação estratégica e lúdica, mais associada a operações de inventividade pessoal e colectiva [...] O carácter mais fluido e instável dos laços, a mutabilidade e porosidade das identidades, a reflexividade da vida social, a centralidade do consumo e a crescente estetização do quotidiano conduzem a novos usos e adaptações dos recursos imagéticos (Campos, 2010, p. 115-116).

O ato de fotografar e compartilhar, prática comum na contemporaneidade, encontra-se imerso em – ao mesmo tempo em que contribui para – um novo contexto de dinâmicas comunicacionais e processos de interação social. Nesse cenário, as redes sociais da internet são um ferramental relevante, em especial, o *Instagram*, um aplicativo que possui como principal finalidade a produção e o compartilhamento de imagens (fotos e vídeos) através de um sistema integrado e fácil de utilizar. Definido pelo próprio *Instagram* como “*a fun and quirky way to share your life with friends...*”,

encontramos nele uma espécie de mural imagético de fragmentos do cotidiano expostos através de imagens pelo dono do perfil na rede.

A proposta dessa temática de estudo surge da inquietação quanto ao significativo número de publicações com fotos que evidenciam o corpo – ou parte dele –, com seus objetos de ornamentação (vestuários, acessórios, calçados...), como vitrine e instrumento de extensiva exposição e expressão de si. O esforço se concentra em ultrapassar as conclusões superficiais, que poderiam atribuir ao fenômeno tão somente aspectos do mero prazer narcisista ou ainda a condenação de um comportamento de consumo puramente marcado pelo hedonismo, dos quais a sociedade contemporânea é frequentemente acusada. Pretende-se evidenciar a prática desse tipo de postagem, e a interação decorrente dela, como artifício para experimentação de autonomia por parte dos jovens, na busca por espaço social e gerenciamento de suas ações, inclusive, de construção e afirmação identitárias.

A observação sob o viés do vestuário, como forma de exposição do gosto e marcações de preferências de consumo, parece se apresentar um elemento profícuo para análise da identidade. Com esse recorte, podemos observar o modo como se dá a interação e negociação identitária juvenis que subjaz à expressividade corporal exposta nas redes sociais da internet. Além disso, atribui-se às imagens e à visualidade a devida relevância no que tange à construção da cultura juvenil na contemporaneidade a partir da observação do modo como os próprios jovens realizam apresentação, exposição e construção de si no ambiente digital.

Com um método de investigação de inspiração etnográfica, as principais fontes de pesquisa foram a observação de uma prática exclusivamente *online* e entrevista realizada presencialmente. As postagens selecionadas para análise (cerca de 200) seguiram inicialmente um critério mais aleatório com relação ao dono(a) do perfil, buscando apenas o conteúdo da imagem correspondente ao objeto da pesquisa. Em seguida, a observação foi direcionada a um grupo mais restrito. A partir das interações e dos laços de amizade de uma participante interlocutora – do círculo de convívio e relacionamento pessoal desta autora –, chegou-se às publicações do tipo procurado de outras meninas que costumam realizar a mesma prática e trocas de mensagens nos

comentários desses *posts*. Oito perfis, de meninas entre 14 e 18 anos foram analisados mais detalhadamente. Dentre elas, 4 meninas de 14 anos, colegas de classe do 8º ano, foram selecionadas para entrevista – as quais chamarei aqui pelas iniciais dos seus nomes: TC, BA, LC e VC.

O acesso a todas as postagens selecionadas e catalogadas só foi possível em virtude do caráter público dos perfis das usuárias. Quando o perfil do *Instagram* não é configurado como restrito, as informações são dadas à observação de todos. Conforme ressalta Jair de Souza Ramos (2011), em seu trabalho de pesquisa em comunidades do Orkut, espaços sociais como estes são abertos, portanto podem ser concebidos como esfera pública e observados sob este ponto de vista. Dessa forma, subentende-se que os donos dos perfis sabem que suas ações na rede podem ser acompanhadas por qualquer pessoa – inclusive um pesquisador.

A seguir, algumas reflexões e análises realizadas a partir do campo.

### **Negociações identitárias: conceitos, abordagens e práticas**

A temática da identidade não é uma questão recente nos estudos das ciências sociais e humanas, como apontam, por exemplo, Zygmund Bauman (1998 e 2005) e Stuart Hall (2014). No entanto, sua concepção não foi sempre a mesma. Em tempos hodiernos, retoma-se o foco para tal problemática por força dos desdobramentos contextuais em diferentes âmbitos, social, cultural, político, econômico e tecnológico, que acarretaram uma sensação de insegurança e, conseqüentemente, uma profunda ansiedade presente nas dinâmicas reflexivas, de tomada de decisões e estruturação de projetos de vida. A condição de mutabilidade em processo contínuo é característica inerente à identidade, no entanto menos evidente na concepção moderna que tinha como pressupostos essenciais a estabilidade e univocidade do ser.

De acordo com Hall (2014), algumas mudanças nas reflexões teóricas das ciências humanas impactaram, em alguma medida, na percepção vigente sobre a centralidade do sujeito ocorridas a partir da segunda metade do século XX, evidenciando o caráter processual da formação do ser e a ideia de identidade aberta,

inacabada e fragmentada. Uma perspectiva social do sujeito, imerso em um universo repleto de referenciais socioculturais intercambiáveis, e a concepção indentitária como resultado de um processo de construção rompem com a ilusão moderna da identidade como algo estável e unificado proveniente de uma essência autocentrada, fixa e interiorizada na capacidade racional do indivíduo. Podemos dizer que o sujeito encontra-se permanentemente imerso em processos fluidos de construção de si, atravessados por diversos discursos que o impelem a retomar sua própria noção do *self* e diferentes forças que atuam contribuindo para a conformação da identidade, entre elas, inclusive e principalmente, o social e a relação com os outros sujeitos.

O social é parte fundamental de cada sujeito inserido no conjunto de símbolos ordenadores de conduta e comportamento de uma sociedade. Os significados, valores e crenças compartilhados, inevitavelmente, emergem na composição da identidade. Dessa forma, é possível dizer que cada indivíduo é a singularidade de um universo plural, resultado de uma negociação do par “identidade/alteridade” (AUGÉ, 1994).

Sendo o sujeito um agente social, seu modo de ser e estar no mundo estão intrinsecamente relacionados às suas ações e interações dentro do seu espaço de atuação. Dessa forma, a relação intersubjetiva é um aspecto bastante relevante nas dinâmicas identitárias. A identidade só se constrói na relação com o outro, no reconhecimento da alteridade e das fronteiras que estabelecem, concomitantemente, tanto o caráter de identificação como de diferenciação. A concepção de fronteiras em uma perspectiva simbólica, tomada de empréstimo dos estudos de Frederick Barth (2000), contribui para a compreensão dessa importante dualidade eu/outro, sujeito/sujeito. Embora o autor esteja tratando em seu trabalho da situação de vizinhança e convivialidade de etnias distintas, é profícuo transpor para a dimensão individual em outros universos situacionais, para observar a lógica das fronteiras simbólicas que corroboram na conformação do indivíduo e daquilo que lhe atribui o sentimento de singularidade – ou ainda, de um grupo e a identidade do mesmo.

Nesse sentido, é possível observar como a composição da aparência, concretizada sob a forma de imagens que se dão à visibilidade e “leitura” e sustentada pelos objetos e maneiras de vestir-se, representa um dos modos mais expressivos da

identidade do sujeito que almeja o reconhecimento de sua personalidade e individualidade. Dentro do universo das publicações do *Instagram* analisadas, foram encontrados vários *posts* com conteúdos que evidenciam o desejo do dono da foto de expressar sua autenticidade ancorada pela escolha e demarcação daquilo que ele entende por ser o seu “*estilo*”, seu modo de ser pelo modo de se apresentar, sua singularidade. Roupas, chapéus, bonés, óculos, bolsas, acessórios para o cabelo, brincos, colares, anéis, *piercings*, entre outros, além de ângulos e cortes das fotos, expressões faciais e as legendas fazem parte do conjunto de elementos que irá compor um fragmento de apresentação, parte de um conjunto maior, do eu ali exposto. São artifícios utilizados para garantir a autenticidade do sujeito. Ao mesmo tempo, os símbolos presentes na mensagem, ancorados pelos objetos de consumo, enquadram o autor da foto em representações familiares à leitura, compreensão e reconhecimento do outro – observados em alguns comentários.

Às roupas e acessórios corpóreos são atribuídos significados arbitrados no seio do sistema social que vão muito além da sua materialidade concreta e utilidade. O vestuário e os adereços complementares são elementos com propriedades simbólicas transferíveis ao sujeito detentor e usuário de tais artifícios. Assim como todo objeto da cultura material, peças de vestuário podem identificar e classificar indivíduos e culturas, atuando como suporte representativo. São, portanto, ferramentas comunicacionais – para os jovens bastante significativas no que tange ao exercício de autoafirmação. As escolhas e decisões no ato de vestir-se estão intrinsecamente ligadas ao *estar no mundo*, ao modo de ser visto e à forma como se deseja ser percebido, no limite, ao existir.

A utilização do corpo e de outros recursos para composição visual disponíveis nos diferentes espaços sociais (concreto ou virtual) torna possível a criação de uma biografia e narrativa de si que dão ancoragem à identidade baseada em escolhas, vontades, gostos, preferências e aspirações. Como ressalta José Machado Pais, “a aparência é um elemento fundamental do ‘projeto reflexivo do eu’”. O ritual de arrumação “é um dilema reflexivo da ‘apresentação do eu na vida cotidiana’ para



usarmos a terminologia com que Goffman tituló uma das suas obras mais conhecidas” (PAIS, 2007, p. 27).

A roupa, para Anthony Giddens (2002) é uma espécie de “regime” que se manifesta em todas as culturas como forma de exibição simbólica com importância fulcral para a autoidentidade, uma vez que dão visibilidade aos hábitos através da aparência do corpo. Ainda de acordo com o autor, são as roupas um meio de dar forma exterior às narrativas biográficas do eu. A partir da noção de processo reflexivo do eu, que também engloba a construção de uma biografia, como quer Giddens, pode-se pensar a prática cotidiana de “arrumação” e o resultado do “visual” posteriormente exibido na internet como forma de constante afirmação e atualização desse “eu”, que se dá a ver e reconhecer, ao mesmo tempo em que se coloca aberto à interferência do outro. Dito de outro modo, é um processo dialético que ratifica a identidade do ser, enquanto experimenta a existência da própria subjetividade.

Na opinião de BA, LC, TC e VC – as meninas entrevistadas –, é interessante postar fotos do “*modelito*” que estão usando quando se sentem “*bonitas*” e “*bem arrumadas*”, normalmente antes de alguma festa ou algum evento, podendo ser também quando estão dentro de casa, em ocasião corriqueira, mas sem abrir mão dos critérios – sabemos, particulares – de boa apresentação. Publicações desse tipo sugerem, mesmo quando não expressam direta e explicitamente, uma normativa de tipo ideal de vestuário para cada situação de convívio social – seja na escola, festa, prática de exercícios etc – combinada com um “*estilo*” que é, paradoxalmente, singular e coletivo, uma vez que há nele a imbricação de práticas mercadológicas, convenções sociais e inventividade pessoal, delineando características tidas como individuais. E assim, o vestuário demarca as noções de situação temporal (o momento adequado), espacial (o local apropriado) e sócio-cultural (o status ou a categoria social a qual o sujeito pertence) (SAHLINS, 1979).

Algumas postagens revelam o quão comuns são os deslocamentos espaço-temporais das experiências vividas. Muitos são os exemplos de publicações que demarcam um lugar concreto e um tempo presente vivenciado. Publicar uma foto do “*modelito*” em uma festa com as amigas, do tênis no pé iniciando uma corrida no

parque ou do moletom usado para passar a tarde “*de preguiça*” em casa não apenas possibilitam evidenciar os objetos de consumo e apreço do sujeito dono do *post*, mas também propiciam um deslocamento da experiência entre os espaços ocupados, nos diferentes ambientes, o concreto e o digital. Nesse processo há uma constante elasticidade que, simultaneamente, distancia o que está próximo – levando a outros lugares e momentos a vivência atual, o aqui e agora – e aproxima o que está distante – trazendo para perto aqueles que não estão presentes através das interações na rede –, possibilitando com isso uma extensão da situação vivida e, também, a vivência de novas experiências, como uma troca de afetos entre amigos nos comentários.

Conforme elucida Ramos, o eu

[...] está envolvido em diferentes relações sociais simultâneas, algumas presenciais e outras que se realizam através dessa rede formada pelas tecnologias de comunicação. E apesar de parecer que os agentes estão ligados tão somente aos aparelhos que materializam estas tecnologias, eles estão também ligados, através destes aparelhos, a outros agentes, de modo que o que circula entre os aparelhos é também um conjunto de gratificações e frustrações entre muitos eus (RAMOS, 2015, p.7).

A atenção é dividida multiplamente, entre espaços e pessoas, podendo estas também estarem ocupando os mesmos múltiplos espaços ao mesmo tempo. Em outras palavras, os jovens amigos que vivenciam uma situação de corpo presente, também fazem o movimento de deslocamento para interagirem entre si nas redes digitais. Ramos esclarece trazendo o conceito de “fenômeno da meia atenção” de Turkle: é a “experiência de ter a atenção dividida entre as conexões que se realizam no espaço presencial, e àquelas que se realizam simultaneamente através da rede de smartphones e computadores” (RAMOS, 2015, p.7).

A extrema conexão favorece a intensa inter-relação dos agentes. Como aponta Giddens (2002), em tempos de “modernidade tardia”, frequentemente, os sujeitos estão envolvidos em projetos que se concretizam na “dosagem reflexiva” das vontades do indivíduo e aceitação social. O cotidiano é tomado por dilemas a serem resolvidos através de escolhas, das triviais às mais complexas, como o que comer, para onde ir, o que vestir, com quem se relacionar, e, sobretudo, como se apresentar. TC conta que sempre pede a opinião dos amigos antes de colocar uma foto na rede.

*“Antes de postar, eu peço opinião. Eu vou no grupo [do whatsapp], aí falo: ‘gente, essa foto tá boa?’ ou ‘gente, qual dessas duas fotos tá boa?’. Depois eu posto.”*

A fala da TC nos mostra que o desenvolvimento do *self* e, aqui em especial, a maneira como ele se constrói através de sua apresentação na rede, dependem da habilidade de corresponder às expectativas e apreciação dos outros sobre o próprio sujeito em questão. Parece fundamental a aprovação e, por conseguinte a aceitação, do grupo de amigos próximos, antes mesmo da autoafirmação diante dos demais. A importância da inter-relação para a identidade é ressaltada por Serge Moscovici. A dinâmica identitária, ou ainda nas palavras do autor “a resposta à pergunta *quem sou eu?*”, está para além de uma confrontação de semelhanças e diferenças. “Trata-se, antes de tudo, de uma questão de interdependência e de interação, que nos transforma no campo social” (MOSCOVICI, 2005, p. 12).

A relação com a alteridade, portanto, gera um processo reflexivo. Necessita-se do outro para se configurar a própria ideia de *ser* do sujeito que é. Assim, o outro funciona como espelho que permite o *olhar-para-si*. “O que pensamos de nós próprios é o reflexo de olhares cruzados que vemos projectados sobre nós mesmos” (PAIS, 2007, p. 42). Reflexo que, como na lógica do espelho, permite visualizar a imagem projetada e, a partir de então, reformular tal apresentação, que torna a se projetar, caracterizando uma dinâmica de retroalimentação em constante reavaliação e rerepresentação (CAMPOS, 2010).

Nos sites de redes sociais como o *Instagram*, a presença e olhar do outro são elementos condicionantes da preservação do próprio funcionamento da rede. Neles, os indivíduos estão interligados através dos seus dispositivos de comunicação e as plataformas nas quais se inserem e estabelecem inúmeras conexões. Desse modo, a audiência – assim como em toda forma de produção de discurso, contudo mais evidente nesse contexto – é previamente suposta – ainda que não seja possível prever toda sua extensão por conta da possibilidade de ampla propagação inerente às tecnologias digitais. Podemos afirmar que isso gera impacto direto no modo como os jovens lidam com a visibilidade que os meios digitais proporcionam.

Boyd (2014) apresenta duas dimensões distintas que caracterizam a forma como os jovens percebem e gerenciam a questão da audiência e, por conseguinte, o modo como se relacionam com a vida pública: “*to be public and to be in public*”<sup>4</sup>.

*Their reasons varied, but an interest in attention is common. These teens relish the opportunity to be seen and be part of a broader conversation. Although some teens are looking for the attention that comes with being public, most teens are simply looking to be in public. [...] They want to connect with and participate in culture, both to develop a sense of self and to feel as though they are a part of society. (BOYD, 2014, p. 204)*

As análises desta pesquisa conduzem a uma perspectiva de situações não, exatamente, opostas. Os jovens almejam, de certa forma, as duas dimensões de modo concomitante, ainda que em proporções distintas para cada um deles. “Estar em público” e “ser público” são aspectos, e ao mesmo tempo resultado de intencionalidades, que podem coexistir. “Ser popular”, sinônimo de ser aceito e querido socialmente, é historicamente um desejo de muitos jovens, faz parte do processo mesmo de socialização emoldurado pela necessidade de pertencimento. De fato, as redes sociais digitais tornaram mais acessível a capacidade de “ser público”, enquanto, da mesma maneira, ampliaram as possibilidades de “estar em público”.

É importante, para esses agentes, estar conectado, pertencendo a um grupo e participando das atividades socialmente partilhadas, especialmente, aquelas que demarcam uma “vida adulta”, como a participação em discussões e ações políticas ou, simplesmente, as saídas para eventos noturnos ou outros, que garantem certa autonomia, liberdade e distanciamento de uma “vida infantil”, demarcando essa importante fronteira. Do mesmo modo, a vontade, através mesmo da publicização das experiências, de se fazer amplamente notável e reconhecido, é demonstrada na intensa preocupação com a audiência e, por conseguinte, com a reputação daquele que se expõe, que vai sendo construída e gerenciada nesses espaços públicos através das ferramentas que lhe são viabilizadas e as estratégias desenvolvidas. É preciso, no entanto, entender e considerar os limites de alcance de audiência e público de cada caso particular. O gerenciamento de si e das atividades praticadas *online* vão dar forma e contorno a essa audiência calculada, que pode não ser – como na maior parte

---

<sup>4</sup> Grifos da autora.

das vezes não é – a mesma de uma celebridade midiática. É, certamente, uma popularidade em círculos mais modestos, mas que, ainda assim, são potencialmente mais amplos que os muros da família, escola e pequena vizinhança.

O gerenciamento do conteúdo dado a esta publicização de si é de fundamental importância nesse processo. Nesse sentido, além de peças diretamente relacionadas ao vestuário, outros objetos aparecem com papel relevante na composição do perfil identitário dos jovens investigados. É possível perceber a recorrência da presença dos fones de ouvido e celulares fazendo parte tanto das atividades diárias – em muitos lugares e a todo momento –, como da composição das imagens publicadas.

Como forma distintiva, também esses *gadgets* são, muitas vezes, revestidos de personalização, buscando estender a eles características particulares. Os celulares ganham “roupas” que falam desses indivíduos a quem pertencem, revelando traços (cores, bandeiras nacionais ou de times esportivos, personagens de desenhos ou outras produções midiáticas etc) que definem as preferências e a forma como desejam ser percebidos pelos demais, dito de outro modo, por quais objetos de consumo, e valores simbólicos inerentes a eles, o dono da postagem quer ser associado e identificado. Esses objetos extensivos do corpo são relevantes, não apenas por suas funções utilitárias, mas porque corroboram na performance visual produzida. Dessa forma, marcas e produtos surgem tanto na imagem, como na informação textual. BA conta que, em suas fotos, o celular está presente não somente porque a maior parte delas é feita diante do espelho, o que torna inevitável que ele apareça, mas, sobretudo, porque ele é propositadamente enquadrado na imagem e, de preferência, de modo que a “maçã” – marca do *iphone* – fique nitidamente aparente. Desassociadas do sentido material da aquisição de bens, tais postagens revelam “atos interessados” (BOURDIEU, 1996) vinculados aos benefícios (lucros) simbólicos que movem os desejos de auto-identificação.

Como ponto mais evidente que se revela fator importante para o grupo investigado temos o aparente estado de perfeição e intensidade do eu que se expõe nessa rede social. O *Instagram*, como demonstram as meninas entrevistadas, é uma espécie de “vitrine de ouro”, onde somente as melhores fotos ficam expostas. De um



passeio no shopping, a uma festa com os amigos ou mesmo um momento sozinha em casa, todas são situações propensas ao registro e exposição<sup>5</sup>. A foto precisa estar boa e isso significa “*quando você não está gorda, não está torta, seu cabelo não está estranho...*” (TC, entrevistada). Há muita intensidade em todas as publicações. É sempre o melhor de si: melhor ângulo, melhor experiência vivida, melhores lugares frequentados, melhores amigos, maiores sentimentos expressos e, sobretudo, melhor visual/aparência. As fotos são frequentemente revisitadas e algumas apagadas, caso não acumulem um número satisfatório de “curtidas” – “*pelo menos umas 100*” (BA, entrevistada); ou quando se “*cansam*” de alguma. Os critérios são baseados em gostos particulares, mas em conformidade com o olhar e julgamento do outro. É construída uma vida em fragmentos selecionados dignos de serem apreciados pelos outros, com beleza e vivacidade intensas.

As interações nos comentários desse tipo de postagem apresentam um padrão de recorrência de sentimentos também expressos intensamente. Há significados partilhados nas imagens publicadas, mas também nas curtidas e comentários de cada publicação. Em geral, esse tipo de postagem traz contribuições dos amigos com comentários elogiosos e/ou declarações explícitas, muitas delas de forma bastante exaltada, de afeto e admiração pelo sujeito autor e ator da foto. Ali, os agradecimentos são também expostos e, normalmente, seguem a mesma intensidade afetiva.

Tomando como base as ideias de Marcel Mauss (1979), podemos compreender o fenômeno observado sob a lógica da “expressão obrigatória dos sentimentos”. Como sugere o autor (1979, p. 147), as manifestações sentimentais são ritos sociais que compõem um conjunto de experiências de caráter coletivo e que exercem sobre os envolvidos um tipo de processo pedagógico que orienta as condutas e o papel de cada indivíduo. Tal caráter coletivo não prejudica a intensidade dos sentimentos expressos, no entanto, são mais que “meras manifestações”:

É preciso emití-los, mas é preciso só porque todo o grupo os entende. É mais que uma manifestação dos próprios sentimentos, é um modo de

---

<sup>5</sup> Depois de fazer muitas fotos, praticamente com o mesmo ângulo, selecionar algumas melhores, mandar para o grupo fechado do *whatsapp* para pedir opinião, escolher uma para editar com os filtros do aplicativo e, finalmente, postar, conforme relataram.

manifestá-los aos outros, pois assim é preciso fazer. Manifesta-se a si, exprimindo aos outros, por conta dos outros. É essencialmente uma ação simbólica (MAUSS, 1979, p. 147).

A prática dessas interações afetuosas carrega em si a dualidade explicada por Mauss: de um lado o psicológico – admiração e afeto daquele que se expressa por aquele que se expôs – e do outro, o social – uma prática que tornou-se “regra” nesse espaço social e que possui intenções e objetivos, ainda que internalizados e realizados de forma não inteiramente consciente pelos envolvidos, para além do ato mesmo de expressão desse sentimento. O mais importante aqui é o próprio ato de comentar, que envolve a obrigação moral de manutenção tanto dos laços de amizade, como do próprio funcionamento da rede de amigos, cuja vitalidade depende do exercício da sociabilidade. Verdadeiro e intencional, indubitavelmente, é o desejo de interagir, estabelecer ou manter o vínculo que ali se constrói.

### **Considerações finais**

A exibição do corpo com seus adornos como forma de elaboração de uma narrativa do *self* faz parte de uma nova lógica de construção de si a partir da autoexposição e busca por notória visibilidade e participação social, que os jovens vêm experimentando como prática de lazer cotidiano totalmente inserida e integrada às suas mais variadas atividades cotidianas.

Angulada pelas observações desta pesquisa, uma caracterização desses jovens que se apresentam nessa rede social pode ser descrita nos seguintes termos: (i) *apresentável* – boa aparência a partir de critérios para um visual (roupa, cabelo, expressão facial e corporal, estética geral da foto, entre outros aspectos) impecável, refletindo parâmetros individuais e coletivos, que envolvem aceitação e aprovação dos seus pares, mas também padrões estéticos das produções midiáticas (editoriais de moda, cenas de filmes ou campanhas publicitárias) e/ou possibilitados pelos recursos de manipulação de imagens do ferramental tecnológico; (ii) *sociável* – os recursos de interação (curtidas e comentários) garantem o pertencimento a um grupo social, além de possibilitar inúmeras trocas simbólicas e afetivas fundamentais com seus pares;

(iii) *relevante* – os parâmetros quantitativos de interação do aplicativo (número de curtidas, por exemplo) são balizadores de níveis aceitáveis de popularidade perante o grupo; (iv) *querido* – a qualidade dos comentários também é significativa, uma vez que através deles são expressos os sentimentos mais generosos e constituídas as relações afetivas com papel importante para manutenção da sociabilidade que ali é estabelecida; (v) *atualizável* – com suas imagens constantemente revisitadas e renovadas, conforme necessidade para manutenção da reputação da imagem desse sujeito exposto na rede.

Organiza-se, desse modo, um quadro pessoal – ou ainda a própria identidade – de cada sujeito que se apresenta através de imagens registradas, conformando sua representação e, ao mesmo tempo, gerenciando o modo como deseja ser percebido pelos demais. Assim como em outros ambientes sociais, também nas redes digitais, a construção da identidade se dá como um processo em curso, concomitantemente elaborada, observada e revisitada, concretizando-se a partir das interações com aqueles que participam da rede, mas também em conformidade com os mecanismos sócio-técnicos que, de certa forma, viabilizam e dão o contorno a esse processo.

A exposição de si nas redes sociais da internet, por esses jovens, está imersa em um contexto de autonomia para assumir o controle da sua própria vida e se inserir socialmente no espaço público. E isso inclui, a descoberta e construção de si, enquanto sujeito social, emoldurada pelo gerenciamento da apresentação e preservação desse sujeito. O componente visual é entre outros elementos que fazem parte da conformação dessas práticas e da composição da mensagem que se deseja apresentar. As imagens produzidas, em complementação com as informações textuais e outros artifícios tecnológicos, revelam aspectos significativos para além do que se observa em primeira instância – a aparência estética do sujeito que se expõe.

## **Referências bibliográficas**

- AUGÉ, Marc. *Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*, Campinas, SP: Papirus, 1994.
- BARTH, Frederik. Os grupos étnicos e suas fronteiras. In: BARTH, Frederik. *O guru, o iniciador e outras variações antropológicas*. Rio de Janeiro: Contracapa, 2000.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 2007.
- BAUMAN, Zygmund. *Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- \_\_\_\_\_. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- BOURDIEU, Pierre. “É possível um ato desinteressado?”. In: \_\_\_\_\_. *Razões práticas sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus, 1996.
- BOYD, Danah. *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven and London: Yale University Press, 2014.
- CAMPOS, Ricardo. *Juventude e visualidade no mundo contemporâneo: uma reflexão em torno da imagem nas culturas juvenis*. Sociologia, Problemas e Práticas, 63: p. 113-137, 2010 Disponível em: [http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?pid=S0873-65292010000200007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.oces.mctes.pt/scielo.php?pid=S0873-65292010000200007&script=sci_arttext) Acesso em: 06/08/2013.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.
- MAUSS, Marcel. *A expressão obrigatória de sentimentos*. In: Marcel Mauss: antropologia (Organizado por: Roberto Cardoso de Oliveira) São Paulo: Ática, 1979.
- MORIN, Edgard. *Cultura de massas do século XX: o espírito do tempo II: necrose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.
- MOSCOVICI, Serge. Sobre a subjetividade social. In: SÁ, Celso Pereira (org.). *Memória, imaginário e representações sociais*. Rio de Janeiro: Museu da República, 2005, p. 11-62.
- PAIS, José Machado. *Cotidiano e Reflexividade*. Educação & Sociedade, v. 28, n. 98, 2007, p. 23-46. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v28n98/a03v2898.pdf> Acesso em: 22/11/2014.
- \_\_\_\_\_. *Culturas juvenis*. Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1993.
- RAMOS, Jair de Souza. *Dilemas da masculinidade em comunidades de leitores da revista Men's Health*. In: *Sexualidad, Salud y Sociedad*. Revista Latinoamericana, n.7, 2011.
- \_\_\_\_\_. *Subjetivação e poder no ciberespaço*. Da experimentação à convergência identitária na era das redes sociais. 2015. Revista Vivência. Ed. UFRN. No prelo.
- ROCHA, Everardo & PEREIRA, Cláudia. *Juventude e consumo: um estudo sobre comunicação na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro: Ed. Mauad, 2009.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

SAHLINS, Marshall. La pensée bourgeoise – a sociedade ocidental enquanto cultura. In: SAHLINS, Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1979.

VELHO, Gilberto. *Nobres e anjos: um estudo de tóxicos e hierarquia*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1998.



## **Desfiles de moda, entretenimento e consumo<sup>1</sup>**

Dos eventos beneficentes dos anos 1950 ao espetáculo midiático do séc. XXI

Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes<sup>2</sup>

### **Resumo**

Esse artigo investiga o papel social dos desfiles de moda dos anos 1950 no Rio de Janeiro, principalmente os desfiles beneficentes, que velavam sua natureza de consumo. Em seguida, discute como algumas características simbólicas dos desfiles daquela época se fazem presente ainda hoje, mesmo com o desenvolvimento desses eventos em grandes espetáculos midiáticos. Com isso, busca-se mostrar como os desfiles beneficentes já representavam, nos anos 1950, uma ruptura com o modelo então vigente, e indicavam o caminho que os desfiles seguiriam a partir de então.

### **Palavras-chave**

Desfile de moda; anos 1950; entretenimento; status; midiatização.

O desfile de moda é um ponto nodal para a convergência de diversas histórias diferentes que são raramente escritas juntas: aquelas do *business*, comércio internacional, consumo, mulher, trabalho e moda, assim como do cinema, teatro e artes visuais. (EVANS, 2013, p.1)

Os desfiles de moda se originaram no século XIX, na França, junto ao desenvolvimento do comércio global da alta costura francesa com as Américas (EVANS, 2013, p.11). Nos anos 1908 e 1910, já eram apresentados em horário fixo, à tarde, nos salões das grandes *maisons* (LIPOVETSKY, 1989, p.72). Dessa forma, ele foi, desde sempre, um recurso para impulsionar as vendas.

Nos anos 1950 no Brasil, entretanto, havia um tipo diferente de desfile: o com intuito beneficente, que tinha como patronesse damas da alta sociedade, inclusive a primeira dama Darcy Vargas, e Sarah Kubitschek, esposa do então governador do Rio de Janeiro. O intuito comercial desses desfiles, obviamente, ficava velado.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda no curso de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Email: [miss.anaclaudialopes@gmail.com](mailto:miss.anaclaudialopes@gmail.com)

Ao contrário dos desfiles deliberadamente comerciais, que ocorriam dentro das *maisons* de alta costura, e/ou eram promovidos pelos próprios costureiros, estes ocuparam muitas vezes os salões do Copacabana Palace, se tornando eventos sociais de grande porte e projeção. Diversas revistas e jornais publicavam posteriormente sua cobertura fotográfica, servindo como difusores das novas modas e modos apresentados e incitando o consumo – que se desvelava do manto da “caridade”.

Em vista desse modelo *sui generis* de desfile, esse artigo busca explorar sua centralidade como entretenimento e epicentro de práticas sociais nos anos 1950 no Rio de Janeiro, então Capital Federal do Brasil. Em seguida, traça paralelos com o modelo atual das semanas de moda, dando enfoque novamente ao seu papel social e às questões de status e consumo. Com isso, busca-se mostrar como os desfiles beneficentes já representavam, nos anos 1950, uma ruptura com o modelo então vigente, e indicavam o caminho que a prática seguiria a partir de então.

### **A popularidade dos desfiles no Brasil nos anos 1950**

Nos anos 1950 o Brasil vivia um período de desenvolvimento econômico – tanto que a década ficou posteriormente conhecida como “anos dourados”. Havia um sentimento de que o país estava a caminho de se tornar uma nação tão desenvolvida quanto os Estados Unidos e alguns países da Europa. Levantávamos arranha-céus feitos de aço e concreto nacionais, tínhamos petróleo e produzíamos seus derivados, tínhamos hidrelétricas gigantescas, produzíamos nossos próprios tecidos de algodão, os automóveis eram feitos em território nacional, chegamos até à fabricação de aviões, sem contar em inúmeros eletrodomésticos – geladeira, enceradeira, batedeira, liquidificador, entre outros – que vieram trazer praticidade para a vida moderna (MELLO; NOVAIS, 1998). Desse modo, palavras como “modernidade”, “progresso” e “desenvolvimento” eram constantes nesse período, relacionadas a diversos âmbitos: à indústria, à urbanização, e até mesmo à moda.

A própria lógica da moda se insere muito bem nesse contexto de busca pelo “novo” e pelo “moderno”, já que se desenvolve através da constante renovação.

Como é criada sabendo-se que na próxima estação estará obsoleta, tem na questão do “moderno” sua subjetividade. Segundo Daniela Calanca em “História Social da Moda”, o “termo ‘moderno’ (de origem latina, cunhado no século VI d.C.) não significa somente ‘recente’, mas também, e sobretudo, ‘novo’ e ‘diferente’” (2008, p.50) – características intrínsecas ao sistema da moda. Estar “na moda”, ou seja, estar trajando uma vestimenta que cumpre os padrões da estação vigente, é uma forma visual de mostrar que se está de acordo com o presente, com o “espírito do momento”.

Estar em dia com as modas do Brasil, entretanto, não era suficiente – principalmente para as camadas altas e ascendentes, que tinham a elegância europeia como norte. Eram os lançamentos da alta-costura francesa que informavam as modas das senhoras das camadas altas e médias da sociedade. Os costureiros mais mencionados na imprensa carioca, no período de final dos anos 1940 e meados dos anos 1950, são, principalmente, Christian Dior, Jacques Fath, Jean Dessés, Jacques Heim, Jacques Griffe, Pierre Balmain, Balenciaga, Givenchy, Marcel Rochas, Carven, Magy Rouff, e ainda, com menos intensidade, Robert Piguet, Worth, Bruyère, Manguin, Paquin e Molineaux – todos com casas de alta-costura estabelecidas em Paris.

Os desfiles de moda – prática adotada aqui à semelhança do que era feito na França – se tornaram populares nessa época por serem um veículo de promoção (e informação) do “novo”. Dentre as casas de moda cariocas, os mais concorridos eram os da Canadá, considerada como “a” casa de alta costura do Brasil. Ela importava vestuário dos grandes nomes da moda francesa e reproduzia-os sob medida para sua clientela da alta sociedade, além das criações para sua própria marca, inspirada nas silhuetas lançadas na França.

A Casa Canadá também fazia desfiles para a imprensa nas suas instalações na Rua Rio Branco, assim como era feito há décadas no exterior. Segundo Mena Fiala, diretora de moda da casa, desde a inauguração da Canadá de Luxe em julho de 1944, eles convidavam a imprensa para uma *première* de divulgação da coleção, pois Mena havia lido no jornal que era assim que se fazia em Paris (BRAGA, PRADO, 2011, p.152). Em março de 1952, a Rio Magazine publicou uma matéria intitulada “Bouquet

de Paris” sobre o desfile para a imprensa feito pela Canadá, numa tarde de quarta-feira regada a champagne, onde foram apresentados setenta e dois vestidos num período de duas horas e meia (RIO MAGAZINE, mar., 1952, p.21-23). A matéria ainda agradece ao sr. Jack Peliks, “moderno e dinâmico orientador da Casa Canadá”, pelo convite e aproveita por felicita-lo por lançar no Rio de Janeiro

uma das praxes mais antigas entre a imprensa e os grandes costureiros de centros como Paris, Londres, Roma e Nova York onde, várias vezes durante o ano, os maiores modistas convocam os representantes dos diários e das revistas para lhes apresentarem, com uma antecipação de muitos dias, as suas melhores criações. Do êxito dessa iniciativa falou bem a repercussão favorável [...] para comentar e enaltecer um dos hábitos no setor das modas, que, pela sua inevitável repetição, a transformará numa das mais lindas tradições cariocas e nos colocará no mesmo plano dos centros mais elegantes do mundo. (RIO MAGAZINE, mar., 1952, p.20)

Assim, o que vinha de fora era considerado belo e moderno. Mais do que isso, os padrões estrangeiros eram vistos como um modelo de civilidade. Eles abrangiam diversos âmbitos pessoais e sociais, e, na moda, incluíam desde a maneira de vestir à forma de apresentar as coleções.

A Casa Canadá também contratava os serviços de um *promoter* chamado Zacharias do Rego Monteiro. Ele recebia os convidados na entrada, levava-os para suas respectivas cadeiras, e depois comandava a locução do desfile – o que lhe conferia, em parte, a responsabilidade pelo tom de finesse e humor do evento.

Os desfiles, de fato, já eram um método estabelecido que conferia glamour e distinção à casa. Outros criadores seguiam o exemplo da Canadá. A Imperial, outra loja fina do Centro da cidade, também fazia desfiles em suas dependências, assim como as modistas (costureiras com grande habilidade em modelagem e costura que atendiam a clientes particulares para produzir roupas sob medida).

Os próprios costureiros franceses começaram a fazer desfiles no Brasil na época. Arrasada pela Segunda Guerra Mundial, a Europa viu na América Latina uma fonte de divisas e escoamento de seus produtos. Diante da euforia brasileira por

produtos estrangeiros, o Brasil – e a América Latina, de maneira geral – passou a ser visto pela Europa e Estados Unidos como um grande mercado consumidor<sup>3</sup>.

Entre 1949 e 1959, pelo menos cinco costureiros franceses (Christian Dior, Jacques Fath, Pierre Balmain, Maggy Rouff, Givenchy), trouxeram desfiles para o Rio de Janeiro. Esses desfiles eram apresentados no Copacabana Palace.

Os desfiles, dessa forma, se tornaram a forma principal de divulgação de coleções e lançamentos, não só para a imprensa, mas também para as consumidoras. Eles se inseriram na vida social das mulheres da sociedade – principalmente do *high society*. Uma matéria sobre a moda de verão de 1956, publicada no Correio da Manhã, constata que

Os desfiles de modas já se tornaram uma tradição na vida elegante da cidade. Para a carioca que se veste bem e anda em dia com os lançamentos de Paris, essas tardes são como a *ouverture* da estação. E para os outros, os leigos no assunto mas sensíveis a toda manifestação de beleza, constituem um espetáculo de arte... (CORREIO DA MANHÃ, 04 dez., 1955, 5º caderno, p.5)

Na edição de agosto de 1952 da revista Vida Doméstica, há quatro matérias diferentes sobre desfiles na cidade. Considerando que é uma publicação mensal, faz-se notar que no mês de julho de 1952 houve pelo menos quatro desfiles no Rio de Janeiro, o que daria uma média de um por semana. Esse número, entretanto, poderia ser maior, já que estamos citando apenas uma publicação que provavelmente não noticia todos os desfiles.

Para as consumidoras, os desfiles tinham duas funções simbólicas: em primeiro lugar, eles eram uma forma delas terem contato com o “novo”; em segundo, representavam espaços (físicos) de sociabilidade, onde podiam afirmar sua posição social e estreitar laços com seus pares.

Numa época em que a circulação da informação era mais lenta, estar dentro da sala de desfiles era um privilégio pois significava saber sobre as “últimas modas” em primeira mão. A cobertura em jornais, que poderia circular no dia seguinte ou até

---

<sup>3</sup> Pode-se citar como exemplo a abertura de uma boutique da *maison* Dior na Venezuela, em 1953, e em 1957 o firmamento do primeiro contrato de franchising da Dior no Brasil, com a Darling, para a produção local de sua linha de lingerie.



mesmo alguns dias depois, trazia no máximo meia dúzia de fotos; e a cobertura em revista, normalmente mais extensa (dependendo da revista), só saía uma semana depois (no caso das revistas semanais). Já a questão da sociabilidade fica evidente numa passagem publicada que descreve outro desfile da Canadá como “uma espécie de encontro marcado entre as damas do nosso *grand-monde* que se reúnem nos salões da Canadá para o chá e para o espetáculo de arte e beleza que caracterizam êsses desfiles” (RIO MAGAZINE, out./nov., 1952, p.44-45).

O caráter de entretenimento era evidente, ainda mais nos eventos que ocorriam fora dos espaços prioritariamente de consumo. Ao contrário dos desfiles dentro das *maisons* ou ateliês de modistas, nos quais cadeiras eram enfileiradas ao redor da passarela, nos desfiles em clubes e hotéis o público era disposto em mesas onde era servido chá ou jantar, dependendo do horário.

Muitos desses eventos eram beneficentes, patrocinados pela Primeira Dama e pelas esposas de políticos ou outras mulheres da alta sociedade em prol de alguma instituição social. Dona Darcy Vargas e Sara Kubitschek eram duas que geralmente se envolviam nessas causas sociais. Em 1951, elas abriram a estação de eventos sociais patrocinando um desfile de Dior no Copacabana Palace, com “motivo de beneficência” (RIO MAGAZINE, mar., 1951, p.10-17).

Em 27 de setembro do mesmo ano, a Casa Canadá publicou no jornal Correio da Manhã uma nota informando do adiamento de duas semanas da abertura da sua estação, “em sinal de especial deferência” à Primeira Dama (Darcy Vargas). Nessa ocasião, ao invés de lançar sua coleção em seu prédio na Rio Branco, a Canadá estaria participando de um desfile no Golden Room do Copa em benefício da campanha pró Abrigo Cristo Redentor (CORREIO DA MANHÃ, 27 set., 1951, 1º caderno, p.9). A Casa também ofereceu uma pele para ser posta em leilão com renda revertida para o Abrigo (RIO MAGAZINE, set., 1951, p.14).

A Canadá de Luxe sempre desfilava em favor do Pró-Matre, um tradicional chá de caridade e desfile anual beneficente que ocorria no Golden Room do Copacabana Palace. E apesar da matéria de setembro de 1951 da Rio Magazine dizer que foi uma participação “desinteressada”, é claro que este era também um veículo

promocional. Esses desfiles beneficentes eram bons métodos de promoção das casas que desfilavam neles, pois, por serem patrocinados pela alta sociedade, atraíam espectadores distintos e também a mídia. Sobre essa edição de 1951, a Rio Magazine relata que houve “a presença das personalidades mais destacadas do nosso mundo oficial e figuras da maior projeção da nossa vida mundana” (set., 1951, p.15). Três anos depois, a mesma revista cobre novamente a participação da Canadá no evento “sob o patrocínio da sra. Darcy Vargas, que compareceu pessoalmente e acompanhada das mais elegantes senhoras da nossa sociedade” (RIO MAGAZINE, jun., 1954, p.7).

A modista Elza Haouche também se tornou conhecida através de sua constante participação na Festa das Rosas: “as criações de Elza Haouche já se tornaram famosas, particularmente através dos tradicionais desfiles da Festa das Rosas. [...] A festa deste ano tem como *patronesse* a senhora Café Filho, vice-presidente da República.” (RIO MAGAZINE, mar., 1954, p.55). A Festa das Rosas acontecia todos os anos no mês de maio, em benefício do Lar da Criança, instituição que abrigava 120 meninas órfãs. A visibilidade que Haouche alcançava era tanta que ela chegou a abrir uma loja em Copacabana.

Durante os anos 1950, a revista Rio Magazine menciona ainda um “Chá de Inverno” com desfile de 40 modelos das modistas Darcy Penteado e Ruth Silveira, nos salões do Copacabana Palace, “com o patrocínio de conhecidas senhoras da nossa sociedade” em benefício da Policlínica do Distrito Federal (mai., 1953, p.68-69); um jantar de gala em benefício da “Organização das Voluntárias” nos três salões de festa do Copacabana Palace, com apresentação dos manequins de Christian Dior (ago., 1953, p.42-43); e um “Chá da Primavera” em benefício da A.S.B. (Associação das Senhoras Benfeitoras), com desfile da Elza Haouche (ago., 1955, p.30).

Não pretendemos incluir aqui os concursos de beleza que, por si só, dariam um trabalho a parte, mas é preciso ao menos registrar que estes também usavam o formato de desfile em diversas etapas de seleção e apresentação das concorrentes. Os desfiles regionais da tecelagem Bangu, do concurso “Miss Elegante Bangu”, por exemplo, também eram destinados à beneficência apesar de terem muito claro o

motivo comercial de promover o algodão nacional como um tecido passível de ser usado em modelos de luxo. Para a apresentação das candidatas regionais, era organizado um baile, desfile ou chá beneficente e a renda era doada a uma entidade social ou religiosa (SANT'ANNA, 2014, p.182).

Em 1957, o jornal Correio da Manhã afirmava que “nunca, como este ano, o Rio assistiu a tantos desfiles de modas, a tantas desses shows de elegância que já se tornaram um acontecimento social, atração nº1 das festas de beneficência e, sobretudo, pretexto para reuniões agradáveis.” (CORREIO DA MANHÃ, 10 nov., 1957, 5º caderno, p.3).

É preciso lembrar que naquela década o papel da mulher na sociedade era de suporte ao marido. Longe do mercado de trabalho, as esposas da alta sociedade tinham como função cuidar da casa e dos filhos, e manter uma imagem – pessoal e social – que servisse de alicerce ao marido. A mulher nascia para ser dona de casa, esposa e mãe, e deveria “se dar ao respeito”, honrar o pai e o marido. Segundo Bassanezi, “na ideologia dos Anos Dourados, maternidade, casamento e dedicação ao lar faziam parte da essência feminina; sem história, sem possibilidades de contestação” (1997, p.609).

As ações de cunho assistencial passaram a compor o modelo de feminilidade na década anterior, precisamente a partir de 1942, sob influência da própria Darcy Vargas. Poucos dias após a declaração do Presidente Getúlio Vargas sobre o ingresso no Brasil na Segunda Guerra Mundial, a Primeira Dama criou a Legião Brasileira de Assistência (LBA), com o objetivo de envolver as mulheres no conflito através do amparo aos soldados e familiares (SIMILI, jul./dez., 2012, p.125-126).

A divulgação das ações de Darcy no assistencialismo social fizeram parte do trabalho do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) do governo. Apesar do caráter político, ela abriu um espaço, fora do âmbito privado do lar, onde as mulheres podiam ser protagonistas, e não apenas coadjuvantes. Vemos então que, longe do perigo da guerra, as ações beneficentes associaram-se na década seguinte a eventos sociais – como os desfiles – e serviam para velar o caráter de puro entretenimento e consumo relacionado aos mesmos. Para Sant'Anna, esses eram momentos de

“exaltação e reverência a uma elite que, sob a virtude da caridade, criava momentos de autoadoração” (2014, p.211).

A agenda social da mulher da alta sociedade carioca nos anos 1950 era ocupada por recepções em casa de amigos, coquetéis, bailes de gala, idas a boates e restaurantes – pois nessa época instituiu-se o hábito de comer fora – e os desfiles.

### **Os anos 1950 e a contemporaneidade: celebridades e negociações de espaço e tempo**

Na década de 1950 o Rio de Janeiro ainda era a Capital Federal do Brasil, de forma que representantes do Governo e suas esposas se misturavam com as famílias tradicionais da sociedade, com empresários e intelectuais, formando o que era conhecido como “alta sociedade carioca”. No comércio e difusão da moda, os políticos e suas esposas tinham papel de prestígio em decorrência de seu elevado poder econômico e influência social.

Os desfiles relatados acima tinham, obviamente, essa alta sociedade como público-alvo. O fato de muitos acontecerem no Copacabana Palace merece destaque porque o hotel era um lugar simbólico da elite<sup>4</sup> – o “rei” entre muitos da sociedade carioca (SANT’ANNA, 2014, p.208). Ele fazia parte dos lugares “construídos como locais onde somente a elite, indiscutivelmente, se reunia, permitindo, assim, que o consumo desses lugares por si só já fosse forma de ascensão social, tanto quanto qualificativo dos eventos que ali ocorriam” (SANT’ANNA, *loc. cit*).

Nesses espaços de sociabilidade, as mulheres que eram exaltadas pela sua beleza, elegância e refinamento, confirmavam sua superioridade e definiam novos padrões. A mídia, e principalmente os colunas sociais, eram peças fundamentais para isso. Carmen Mayrink Veiga e Lourdes Catão eram duas que sempre se destacavam pela elegância e beleza.

---

<sup>4</sup> Segundo Sant’Anna, “ser elite implica estritamente dominar as estratégias de poder que regem os arranjos sociais, hierarquizam os significantes e direcionam os significados em favor de sua própria reprodução.” (2014, p. 201).

Nas coberturas de desfiles, costumava-se listar quais figuras de destaque da sociedade estavam presente. Os sujeitos dessas abordagens se tornavam objetos de consumo (SANT'ANNA, 2014, p.205), no sentido de modelos a serem seguidos. Assim, o alcance dos desfiles ultrapassava as barreiras espaciais do local onde eram realizados. Ao ser divulgada a cobertura nos jornais e revistas, eles impactavam um número muito maior de mulheres, que passavam a sonhar com tais modelos – tanto os de vestuário quanto os de beleza – e tentava reproduzi-los.

Hoje, essas senhoras que carregavam os sobrenomes pomposos dos maridos seriam consideradas “celebridades”. No livro “Celebridade”, Chris Rojek usa o termo como “atribuição de status glamouroso ou notório a um indivíduo dentro da esfera pública” (2008, p.11). O autor confirma a ideia de objetos de consumo quando declara que as “celebridades são mercadoria no sentido de que os consumidores desejam possuí-las” (*ibid.*, p.17).

Dessa forma, vemos que a associação dos desfiles com as celebridades não cessou de existir nos últimos 60 anos – muito pelo contrário. O perfil de quem ocupa o posto de celebridade que mudou. Ao invés de matriarcas das famílias tradicionais, vemos hoje na primeira fila dos desfiles cantoras, atrizes, mulheres de talento duvidoso que são famosas por serem famosas, e até modelos que já alcançaram reconhecimento mundial e conseguiram o privilegio de assistir aos desfiles ao invés de trabalhar neles.

O monitoramento das primeiras filas dos desfiles funciona como parâmetro de qual celebridade está em voga. Eles também dão indícios sobre o posicionamento da marca em relação a qual personalidade ela está se vinculando. Sob um ponto de vista negativo, a midiaticização massiva do evento faz com que, algumas vezes, os convidados ganhem mais atenção que as coleções, o que contribui para a percepção de entretenimento.

Fora a relação com as celebridades, as questões temporais e espaciais são dois tópicos interessantes de serem analisados em relação aos desfiles beneficentes dos anos 1950 e os da contemporaneidade.



O desenvolvimento das tecnologias de comunicação esvaziou de sentido a questão temporal que conferia status de exclusividade a quem assistia ao desfile presencialmente, em primeira mão (já que havia um *delay* entre o acontecimento e a veiculação da notícia). Hoje muitos desfiles são exibidos em *live streaming* pela internet, e todas as fotos são carregadas em diversos sites minutos depois. Ou seja, quem não está na sala de desfile pode ver o que é apresentado simultaneamente, ou apenas minutos depois de quem lá está.

Entretanto, o fator espacial permanece como um item de status já que os convites são restritos. Estar na sala de desfile significa ter acesso a algo que a grande maioria não tem. O grande fascínio que esses eventos inspiram e a simbologia do local onde ocorrem pode ser comprovada pela quantidade de pessoas que fica no entorno mesmo sem ter convite ou um motivo profissional para estar ali. O que impera nesses casos é o sentimento de querer fazer parte daquilo, ou de parecer que faz parte daquilo.

A respeitada jornalista de moda Suzy Menkes balançou a mídia especializada ao refletir sobre os desfiles num artigo publicado durante a temporada de desfiles de fevereiro de 2013 – que no Brasil foi intitulado “Circo da Moda” e publicado na revista Elle. O texto começa lembrando os anos 1990: “nós já fomos descritos como ‘corvos pretos’ – nós, o pessoal da moda reunido na frente de um prédio abandonado e caindo aos pedaços no centro de Londres, usando uniforme da Comme des Garçons ou de Yohji Yamamoto”. Em seguida, compara com os tempos atuais: “hoje, as pessoas que são vistas na entrada de desfiles de moda são mais parecidas com pavões do que corvos”. O artigo toca no ponto do espetáculo que se instituiu não só dentro das salas de desfile, mas também do lado de fora, dentre as pessoas que talvez nem sequer entrarão nas salas.

A comoção em torno dos desfiles hoje parece tão importante quanto o que acontece dentro das tendas, cuidadosamente vigiadas. Continua sendo tão difícil entrar como sempre foi, quando os devotos da moda costumavam aparecer sorrateiros na esperança de entrar despercebidos em um desfile da coleção de Jean Paul Gaultier na década de 1980. A diferença é que agora a ação se encontra do lado de fora, quando uma figura vestindo capa de veludo e short passa exibindo tudo que tem para mostrar, competindo pela

atenção com uma mulher usando uma blusa com mangas enormes e calça superjusta. (MENKES, abr., 2013, p.148)

O fato de hoje os desfiles se agruparem em “semanas de moda”, que se repetem nos mesmos meses, duas vezes ao ano, contribui para sua midiaticização. A unificação das datas e locais dos desfiles facilita o trabalho de jornalistas e compradores, pois otimiza custos de deslocamento e o tempo dedicado àquilo. Além disso, reforça a ideia de “evento” – palavra que aqui estamos relacionando a “entretenimento” –, o que contribui para a congregação de curiosos ao redor.

Ao invés de chás e jantares, hoje os cafés e restaurantes montados provisoriamente, e os *lounges* de patrocinadores, ocupam o “tempo livre” de que está lá a “passeio” ou dando um intervalo no trabalho. Os *lounges*, principalmente, decodificam “consumo” em “experiência” com as marcas – experiência essa que pode ser percebida como entretenimento.

Outro ponto interessante é o da locação desses eventos. Os desfiles não são mais feitos dentro das *maisons* ou sedes das empresas. Compartilhando mais essa característica com os desfiles beneficentes, os de hoje adotam locações diversas que podem, a princípio, não ter nenhuma relação com a marca. A diferença é que os de outrora privilegiavam espaços que já representavam o luxo, e hoje não há regra – pode ser um galpão, uma tenda, ou até mesmo no meio da rua. Entretanto, o simbolismo permanece. Mesmo este sendo um local comum do cotidiano, o fato é que, durante o período do evento, aquele espaço ganha status e uma aura da glamour.

Dentro das salas de desfile, as coleções são apresentadas obviamente de forma mais elaborada que nos anos 1950, quando praticamente não existia cenografia além do luxo próprio ao lugar onde eram realizados. Hoje, música, iluminação, e pirotecnias ajudam a transcrever para o real uma imagem bem mais ampla da marca. Apesar dos desfiles ainda manterem a função inicial de promover vendas, hoje o impulso ao consumo não está direcionado exclusivamente ao produto mostrado na passarela, mas a uma ideia maior da marca e de seu universo e *lifestyle* – para usar aqui uma palavra querida no mundo da moda.

## **Considerações finais**

Hansen distingue dois momentos no desenvolvimento dos desfiles: o primeiro até a década de 1960, quando o foco eram os compradores comerciais e a promoção de vendas; e após 1960, em que se tornaram uma ferramenta de comunicação mercadológica inserindo-se numa nova “realidade organizacional, social e cultural” (2008, p.26). Dessa forma, os desfiles dos anos 1950 como os da Canadá se inserem perfeitamente nesse primeiro momento identificado pela autora. Esse trabalho, entretanto, procurou dar enfoque aos desfiles beneficentes do período justamente porque, apesar de ainda estarem nos anos 1950, eles se relacionam melhor com a lógica posterior do mercado, que trabalha os desfiles como espetáculos relacionados não só ao consumo, mas também ao entretenimento.

Como vimos, entre os desfiles beneficentes e os espetáculos da contemporaneidade, o que mudou foi a escala e dinâmica da midiaticização. Ao passo que as coberturas dos desfiles muitas vezes se restringiam à praça onde o mesmo ocorreu, hoje eles são tema de sistemas de comunicação globais, que quebraram barreiras temporais e espaciais.

Os desfiles de moda fascinam porque mexem com os sentidos e com a percepção do “novo”. Belo e moderno continuam intrínsecos à moda e a passarela é um dos veículos onde esses conceitos são ressignificados – apesar de que alguns desfiles suscitam críticas de que o que foi apresentado não foi tão belo e/ou tão moderno. A superexposição do evento e a associação com celebridades contribui para esse fascínio, para a ideia de entretenimento, e atrai para o evento centenas de pessoas que não fazem parte daquele meio.

O curioso em relação aos desfiles, é que apesar das mudanças citadas, eles não se desvirtuaram do intuito principal, que é a promoção do estilista e coleção com intuito de levar ao consumo. O que mudou é a tecnologia usada na sua produção, promoção e divulgação. E, como vimos, desde os desfiles beneficentes dos anos 1950 há um caráter intrínseco de entretenimento.

## Referências bibliográficas

BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In: DEL PRIORE, Mary (org.). *História das Mulheres no Brasil*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 1997.

BRAGA, João; PRADO, Luís André do. *História da Moda no Brasil*: das influências às autorreferências. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.

CALANCA, Daniela. *História Social da Moda*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

CORREIO DA MANHÃ: jornal impresso diário. Rio de Janeiro, 1949-1959.

EVANS, Caroline. *The mechanical smile*: modernism and the first fashion shows in France and America, 1900-1929. New Haven, Londres: Yale University Press, 2013.

HANSEN, Cynthia. A ressignificação dos desfiles de Alta-Costura. In.: DELVECHIO, Roberta; BONA, Rafael J. (org.). *Estudos de Moda e Comunicação*. Indaial: Asselvi, 2008, p.23-32.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero*: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MELLO, João Emanuel; NOVAIS, Fernando. Capitalismo Tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, Lília (org.). *História da vida privada no Brasil*: volume 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p.559-658.

MENKES, Suzy. O circo da moda. *Elle*, São Paulo, abr., 2013, p.148-150.

RIO MAGAZINE: revista mensal. Rio de Janeiro: Ed. Rio Magazine Ltda., set.1942 – abr., 1960.

ROJEK, Chris. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. *Elegância, beleza e poder na sociedade de moda dos anos 50 e 60*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

SIMILI, Ivana. Políticas de gênero na Segunda Guerra Mundial: as roupas e a moda feminina. In: *Acervo*, Rio de Janeiro, v. 25, n.2, p.121-142, jul./dez., 2012.

VIDA DOMESTICA: revista mensal. Rio de Janeiro: n. 413, ago., 1952.

## **A moda e a cidade na Revista Canal Extra<sup>1 2</sup>** Relações de consumo e identidade na revista dominical do Jornal Extra

Ana Paula Gonçalves de Almeida<sup>3</sup>

### **Resumo**

O trabalho pretende fazer uma breve análise da moda carioca, pelas lentes da editoria de moda da revista Canal Extra. Publicada aos domingos como encarte do jornal Extra, a Canal Extra possui um discurso em suas dicas de moda bastante peculiar. Em sua maioria, esta seção utiliza personagens de telenovelas e ou celebridades para dar dicas de consumo, em uma referência ao consumo a partir de figuras midiáticas.

### **Palavras-chave**

Consumo; Moda; Revista; Rio de Janeiro; Celebridade.

O presente artigo é fruto da pesquisa realizada durante a elaboração da dissertação Sentidos de ser carioca: relações de identidade e consumo na revista Canal Extra<sup>2</sup>. Ao estudar, por meio de análise do conteúdo, no período de dois anos (2013 e 2014), a revista semanal encartada no jornal Extra, pudemos perceber a importância das celebridades e da televisão na moda estampada nas páginas da publicação. Apesar de ser a revista cultural do jornal, a Canal Extra têm em suas páginas o foco nas telenovelas. Há a presença do discurso da telenovela em suas seções e, por meio dela, são expostos produtos e colocadas em evidência as modas criadas nas tramas. Através da análise de alguns editoriais de moda e revisão bibliográfica, tentaremos questionar se há uma relação entre a cidade e a moda da revista, se a publicação representa a carioca que lê o seu jornal ou apenas reforça estereótipos.

O jornal Extra, pertencente à Infoglobo, foi lançado em 1998 com a proposta de fazer um jornalismo popular. No Rio de Janeiro, as Organizações Globo já eram

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Dissertação apresentada à Universidade Federal Fluminense, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, para obtenção do título de Mestre, em abril de 2015, sob a orientação da professora doutora Laura M. Bedran.

<sup>3</sup> Mestre pelo programa Mídia e Cotidiano da UFF. Email: [anapaulagsgo@hotmail.com](mailto:anapaulagsgo@hotmail.com)



líderes em vendas de jornal com o tradicional O Globo, mas não possuíam um jornal que alcançasse as classes mais populares da cidade. A revista Canal Extra, em sua primeira edição, se propôs a ser uma fonte de informações acerca de tudo o que acontece culturalmente na cidade, atualidades, moda e fartas notícias sobre a TV aberta. O fato de ser uma revista voltada para o público carioca pode, em um primeiro momento, remeter para quem não conhece o jornal e não mora na cidade, no que tange às dicas de moda, a uma imagem de meninas que freqüentam as praias da cidade. Sendo o Rio de Janeiro um importante catalisador de tendências culturais, berço de inúmeras modas que se disseminam pelo país, o foco nos personagens das telenovelas foi, ao longo da pesquisa, uma surpresa.

Os símbolos e ícones que construíram a imagem do Rio de Janeiro como uma “Cidade Maravilhosa” são sua abundante natureza e suas praias. Seus cartões postais fazem parte da construção do imaginário cultural de um povo que vive à beira-mar e esbanja um estilo despojado: “o carioca simplifica as coisas. Aqui tem areia, tem pedras portuguesas nas calçadas [...]” (ABRANCHS; PETRIK, 2012, p. 13). Esta imagem da cidade, porém, oblitera suas outras regiões e, com isto, outros estilos tão cariocas de ser quanto o dos moradores da Zona Sul. É este outro cenário que a revista Canal Extra vai explorar em suas páginas de moda, exibindo estilos bem diferentes do conceito de carioca, por exemplo, o da consultora de moda Renata Abranchs, que, juntamente com Tiago Petrik, assina o livro *A carioca – guia de estilo para viver a cidade maravilhosa*. Já na introdução, estes autores delimitam este perfil, sabidamente da carioca da Zona Sul:

A maioria das observações é sobre a Zona Sul e a região central – que é por onde circulamos a maior parte do tempo. Assim, apenas esbarramos eventualmente na riquíssima “Avenida Brasil”. Mas, muito do que você precisa para se sentir um carioca, ou exercer a carioquice em sua plenitude, tá aqui. (ABRANCHS; PETRIK, 2012, p. 10).

O livro de Renata Abranchs e Tiago Petrik mostra a moda da carioca de uma maneira que é usualmente mostrada nas revistas de moda para quem não mora na

cidade, aquela em que as representações icônicas da cidade (as praias e os cartões postais) figuram como cenário. Na revista Canal Extra, por sua vez, o que se vê é o outro extremo, que pode também ser a representação de uma outra carioca: aquela que não mora ao lado da praia, que se veste de maneira menos despojada e mais elaborada, com um perfil que pode ser luxuoso ou casual, mas diferente do estilo da carioca “beira-mar”.

Porém, como dito anteriormente, a moda da Canal Extra foca nos produtos televisivos. Surge daí questionamentos no que tange não apenas o gosto e a moda da carioca leitora, mas também para qual carioca a revista está escrevendo. Com a popularidade alcançada pelo jornal Extra, a moda de sua revista deve focar apenas no que os editores do jornal acreditam ser o gosto e o estilo das cariocas pertencentes às classes populares? Neste ponto, é pertinente pensar em qual perfil de carioca o jornal tem como meta atingir. Em uma cidade dividida por regiões geográficas de perfis distintos (Zona Sul, Zona Norte e Zona Oeste), torna-se complexo unificar um estilo. Um exemplo disto é a localização da maior comunidade da América Latina, a Rocinha, que fica em um dos bairros mais caros da cidade, São Conrado, e é o retrato da mistura de classes cariocas em um espaço geográfico pequeno.

A forma de conceber a editoria de moda da revista obedece um determinado formato: em dois anos observando as edições e recolhendo dados para a pesquisa, pudemos inferir um padrão de estilo, marcas e bairros onde encontrá-las. A localização das lojas citadas nos editoriais é eclética e claramente pretende atingir um público bem variado. Em uma edição recente, foram citados no mesmo editorial bairros de Niterói, Santa Cruz, Tijuca, Madureira, Leblon e Barra da Tijuca, um verdadeiro *tour* pela cidade. Contudo, esta não é a regra de todas as edições, em muitas delas as lojas sugeridas são as que estão presentes no Norte Shopping em decorrência de uma parceria de *merchandising*<sup>4</sup> da publicação com o centro

---

<sup>4</sup> A afirmação de que se trata de um *merchandising* é baseada em um crédito ao final dos editoriais, no qual se lê: “*merchandising*: Norte Shopping”. Nesta dissertação, entende-se este termo da seguinte forma: “veiculação de menções ou aparições de um produto, serviço ou marca, de forma não-ostensiva

comercial, que é um dos maiores da cidade e o principal em número de lojas e vendas da Zona Norte.

Diversos editoriais de moda foram fotografados neste shopping nas revistas pesquisadas. Sendo ele um importante cenário, onde modelos encenam personagens das telenovelas: há uma teatralização nos editoriais de moda, onde, não apenas as roupas expostas são uma referência à ficção, mas existe toda uma encenação. Nestes editoriais, o leitor é tratado como conhecedor da trama da novela, no texto que acompanha as imagens há frases como “fique linda, e saia para dar um passeio no shopping... quem sabe de quebra você ainda não encontra seu Bruno [o ator Malvino Salvador] por aí?” (CANAL EXTRA, 2013, p. 12). Bruno era o personagem principal da novela Amor à vida e sua namorada na trama foi quem inspirou o ensaio. Há na mensagem uma interação entre o espectador e a revista, pois é preciso um prévio conhecimento acerca dos personagens da novela, de uma contextualização, sem este conhecimento prévio não haveria sentido no texto que acompanham as fotos. Esta mediação entre o leitor e a imagem encontrada no editorial, como explica Jacques Aumont em sua obra *A imagem*, é necessária quando produzida para certos fins:

é claro que, em todas as sociedades, a maioria das imagens foi produzida para certos fins (de propaganda, de informação, religiosos, ideológicos em geral), sobre o que falaremos depois. Mas em um primeiro momento, e para melhor nos concentrarmos na questão do espectador, examinaremos apenas uma das razões essenciais da produção das imagens: a que provém da vinculação da imagem em geral com o domínio do simbólico, o que faz com que ela esteja em situação de mediação entre o espectador e a realidade. (AUMONT, 2012, p. 78).

Partindo da premissa de Jacques Aumont, o simbólico, na editoria de moda da Canal Extra é predominante, os códigos que remetem às telenovelas são recorrentes. Com a pesquisa, pode-se perceber as seguintes características: a presença

---

e aparentemente casual, em um programa de TV ou de rádio, filme cinematográfico, espetáculo teatral, fotonovela etc.” (RABAÇA; BARBOSA, 2014, p. 483).

de atores e cantores populares na capa, sempre quando em evidência no universo da mídia popular; o editorial de moda com uma modelo lembrando uma atriz em cartaz na televisão, uma participante de *reality show* ou uma cantora popular e, principalmente, um estilo que denota uma tendência; a roupa como uma forma de identidade daquele perfil de leitor; e uma construção do que seria o gosto de toda uma classe social. O consumo dos editoriais de moda da Canal Extra está sempre se referindo, ou a um personagem da ficção, ou a alguma espécie de celebridade, variando entre atrizes, apresentadoras, ex-participantes de *reality show*, entre outros.

Apesar da presença de todo o tipo de celebridade, é nas telenovelas que a revista se pauta na maioria das suas páginas e, conseqüentemente, dos produtos que sugere para o consumo de seus leitores. Uma suposição para a grande presença das telenovelas na revista cultural do jornal Extra pode ser a importância do gênero para os brasileiros: “as telenovelas se tornaram um dos principais programas da TV, entorno dos quais toda a programação gravita” (SADEK, 2008, p. 37). Márcia Franz Amaral, no livro *Jornalismo popular*, de 2006, credita o apelo popular do jornal Extra à forte presença de notícias sobre TV e celebridades em suas páginas.

A publicação considera a TV aberta como a principal atividade de lazer do país; por isso, costuma dar cobertura aos assuntos ligados a esse universo. Aliás, a auto-referência é bastante comum neste segmento. A capa tem uma “voltagem um pouco maior que dos jornais de referência, ou seja, mais sedutora e um tanto apelativa. O jornal evita cadáveres, mas utiliza mulheres bonitas e fofocas como recursos para chamar a atenção. (AMARAL, 2006, p. 37).

Em dezessete editoriais de moda, foi utilizado o recurso citado anteriormente, da caracterização de um modelo como um personagem da telenovela. Nestes editoriais, a revista segue um padrão: colocar uma foto pequena do ator ou da atriz caracterizado de seu personagem e, a partir de um texto, convida o leitor a seguir seu estilo por meio da compra de produtos similares aos usados no ar. Para

ilustrarmos melhor, tomamos como exemplo a edição número 853, do dia 3 de agosto de 2014, intitulada “Conforto sem perder a elegância”, o editorial de moda tem a seguinte legenda: Jonas Marra inspira um ensaio dedicado aos pais.

Mais uma vez há para os editores da revista a ideia de um prévio conhecimento do leitor sobre o universo das telenovelas. Jonas Marra não é uma celebridade, ele não existe fora da ficção. Interpretado pelo ator Murilo Benicio, o personagem fez parte da novela Geração Brasil, exibida pela TV Globo no período de 5 de maio a 31 de outubro de 2014. No ensaio um modelo caminha pelo Norte Shopping com roupas que remetem ao universo do personagem (figura 1).



Figura 1 – Canal Extra: editorial de moda Conforto sem perder a elegância (p. 25-26), em 3 de agosto de 2014



Ainda falando sobre a sinergia entre moda e telenovelas na Canal Extra, na edição de número 820, de 15 de dezembro de 2013, há uma reportagem que é comum em revistas semanais no mês de dezembro: as dicas de presentes de Natal. Porém, na Canal Extra, o chamado Guia de Presentes é oferecido de acordo com o perfil de personagens das telenovelas da emissora: “inspire-se nos personagens que fazem sucesso na telinha para acertar na hora de comprar os presentes de Natal” (p. 52). São cinco páginas duplas, dez no total do guia, destacando as novelas Amor à Vida, Além do Horizonte, Jóia Rara e Malhação. Cada novela inspirou um estilo a partir de um personagem e, desta forma, o guia sugere presentes para os mais diversos públicos. Por exemplo, nas dicas com a temática da novela Malhação, roupas para jovens, inspiradas nos protagonistas da telenovela voltada para a juventude. Já as dicas que remetiam à novela Amor à Vida seguiam a linha mais madura, com o foco nos protagonistas da trama.

### **Consumo e a cidade na Canal Extra**

Podemos atribuir à presença de atores vivendo no Rio de Janeiro, fato comum por ser a sede da maior rede de televisão nacional, ao destaque dado às telenovelas e seus personagens na moda da Canal Extra? Aqui, podemos pensar na hipótese de a cidade ter uma influência nesta escolha editorial, na verdade, a cidade pode ser considerada também o palco para os atores que nela vivem e que estampam as páginas das revistas culturais de todo o país. Esta relação da cidade com as celebridades foi analisada no livro Cidade dos artistas – cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro, de Raquel Paiva e Muniz Sodré. Chamada de “comunidade-tevê carioca”, em que “a televisão enseja a formação de uma comunidade abstrata de telespectadores que, além de assistir simultaneamente a mesma programação, pode reconhecer-se na vida cotidiana pelo consumo dos mesmos produtos anunciados” (PAIVA; SODRÉ, 2004, p. 118).

A proximidade geográfica é fundamental nesta forma de interação, mas, atualmente, a internet aproxima ainda mais as pessoas das celebridades: uma atriz na

praia do Leblon em poucos minutos estará, muitas vezes até mesmo em tempo real, em sites de notícias, reforçando o imaginário do Rio de Janeiro como a “cidade dos artistas”. A relação da cidade com as celebridades foi analisada por Ana Cláudia de Souza, mestre em Comunicação Social, em entrevista concedida a Paiva e Sodrê. Souza descreve a importância do Rio de Janeiro como capital cultural, espécie de cidade-personagem, reiterando a questão da presença da emissora de TV:

Acho que o Rio é vitrine internacional. São Paulo tem o econômico forte, é cidade de negócios, o dinheiro está lá, mas quando você está fora do Brasil e menciona o Rio, as pessoas logo arregalam os olhos. É uma cidade personagem. E isto não só por causa da TV, mas também pelo cinema, por causa dos pontos naturais de referência da cidade, a orla, o Arpoador, que são bonitos. E o Rio já foi capital federal, não é? O lançamento das coisas boas tem que ser aqui. Claro, tem que acontecer em São Paulo, onde estão os anunciantes, mas também tem que se dar aqui, onde estão os famosos. Se você vai a uma festa em São Paulo, encontra pessoas que têm dinheiro, mas termina se perguntando: “Quem é mesmo esta pessoa?” É um outro tipo de reconhecimento. Famosos mesmo, desses que todo mundo sabe quem são, se encontram no Rio de Janeiro. (PAIVA; SODRÊ, 2004, p. 60).

A cidade surge, na canal Extra, como um cenário secundário. Nela, quem tem surge como principal fonte de notícia e de lazer para seu público é a telenovela. E, com a telenovela os atores que nela estão. Estudar a Canal Extra é estudar como vivem as estrelas da televisão, o que vestem seus personagens e a partir disto são elaboradas suas dicas de consumo.

### **A telenovela nas dicas de consumo da Canal Extra**

Esta mediação telenovela-consumo faz-se onipresente na revista Canal Extra e é também muito utilizada por outros veículos. Considerando a premissa de que “mulheres de todas as classes sociais consomem de diferentes formas a moda lançada por novelas” (HAMBURGER, 1998, p. 486), as leitoras da revista, em sua

maioria das classes B e C (de acordo com o *site* da Infoglobo), seriam as principais influenciadoras deste estilo de editorial.

Ao usar a moda ou a gíria lançadas na novela e escutar a trilha sonora do programa, os telespectadores supõem que seus interlocutores compreendam as alusões performáticas embutidas no consumo de determinadas roupas, músicas ou vocabulário. Sendo assistidas e apropriadas por um corpo tão diversificado de telespectadores, cujas reações são de alguma forma incorporadas ao texto, novelas captam e expressam a dinâmica cotidiana de luta por inclusão social. (HAMBURGER, 2005, p. 74).

A Canal Extra se apodera do discurso da telenovela em suas seções e, por meio dela, vende produtos e evidencia modas criadas nas tramas para o seu público-alvo, que atinge de alguma forma todas as classes sociais. Seu papel, muitas vezes, é de incluir socialmente determinados grupos em um estilo e em um tipo de consumo.

Este poder da telenovela de transformar os espectadores foi tema da pesquisa de Heloisa Buarque de Almeida. No livro *Telenovela, consumo e gênero*, Almeida (2003) narra sua experiência etnográfica com um grupo de moradores da cidade de Montes Carlos (MG). Um dos seus parâmetros de pesquisa baseava-se na comparação dos entrevistados da pequena cidade do interior mineiro em relação às metrópoles carioca e paulista, onde se passavam as telenovelas exibidas na época das entrevistas. Em outras palavras, a autora buscou a interpretação daquelas pessoas acerca das diferenças entre o comportamento, os costumes e hábitos vistos nas telenovelas e sua realidade.

A chamada “educação dos sentimentos” (ALMEIDA, 2003, p. 15), elaborada pela autora, consolida a influência das telenovelas brasileiras no imaginário e nos hábitos culturais das pessoas. Criada para vender produtos para donas de casa nos Estados Unidos, no Brasil, a telenovela foi mais longe no que concerne aos hábitos de consumo: esta educação de sentimentos molda não apenas hábitos de compra, mas de como consumir bens e serviços anunciados no universo da ficção. Em

paralelo às entrevistas com os moradores de Montes Carlos, Heloiza Buarque de Almeida consultou pesquisas relacionadas às influências de produtos inseridos dentro da trama da telenovela e chegou à conclusão de que estes são mais eficazes que a publicidade direta dos intervalos da trama. Bens e serviços são anunciados no universo da ficção e criam hábitos de maneira mais eficaz que a publicidade tradicional, como se criasse hábitos entre quem assiste às telenovelas, reiterando: uma “educação de sentimentos”. Este termo pode ajudar a compreender como se dá o processo de escolha editorial da revista Canal Extra.

Além do consumo cultural do produto televisivo em si, a onipresença das telenovelas também exerce esta educação de sentimentos em relação a hábitos de consumo de bens, especialmente à moda nas telenovelas. A seção Objeto de Desejo, ao se denominar “uma vitrine com tudo o que você vê a artista ou a personagem da novela usar e tem vontade de copiar. Inspire-se no que é sucesso e veja onde encontrar peças originais ou similares” (CANAL EXTRA, n. 852, p. 26), reforça esta relação entre o que é consumido no universo da moda, em diversos estilos que mudam semanalmente na telenovela.

O conteúdo exibido na televisão, quando se propaga para a mídia impressa, reforça as tendências de bens de consumo vinculados pelos patrocinadores. Apesar da queda progressiva na audiência com a propagação das novas mídias,<sup>5</sup> ainda assim os patrocinadores e as marcas investem na presença de seus produtos nas telenovelas, pois sabem que elas continuam a ser uma das mais rentáveis fontes de publicidade. Este tipo de ficção seriada está tão enraizado na cultura brasileira que – mesmo com a audiência mais baixa – as tendências lançadas são capazes de gerar uma reprodução imediata para as mais diversas mídias.

O fato de um determinado personagem ditar tendências e alavancar a venda de produtos foi o tema de uma reportagem na Canal Extra do dia 27 de abril de 2014 (edição 839). Em um número especial dedicado a cabelos, a matéria sobre os variados cortes da atriz Giovanna Antonelli nas telenovelas teve destaque na editoria

---

<sup>5</sup> Vale fazer uma ressalva aqui de que, ao longo dos anos, todos os produtos televisivos perdem audiência.

de beleza com o título “ela faz a cabeça”, em alusão ao poder influenciador da atriz. Em ordem cronológica, há fotos do estilo de cabelo das personagens de Giovanna ao longo dos anos, o *hairstylist* Wanderley Nunes, responsável pelas mudanças de corte e tonalidade da atriz, afirma: “ela tem beleza, tem carisma, credibilidade. Tudo o que faz vira referência” (CANAL EXTRA, n. 839, p. 22).

A atriz, que declara na mesma entrevista, não ter medo de mudanças, é considerada uma das melhores celebridades em retorno de publicidade. Na época desta pesquisa, estrelava quatro campanhas publicitárias, uma delas realizou uma perceptível estratégia de marketing coordenada com a revista: a atriz, então garota-propaganda da tintura Cor&Ton, estampa uma publicidade de página dupla antes da reportagem supracitada. Neste caso, ao mesmo tempo que a escolha editorial reforça estéticas específicas inseridas dentro das telenovelas, a publicidade se apropria do discurso da revista para reforçar a presença da atriz em sua campanha publicitária.



Figura 2 – Canal Extra: publicidade marca Cor&Ton (p. 20-21), em 27 de abril de 2014





Ao familiarizar os espectadores com esses códigos, com os costumes e valores diversos, permite que eles leiam e compreendam as propagandas. A novela familiariza o espectador com mundos diversos, vários estilos de vida e concepções que são usadas pela publicidade para promover bens e serviços. A novela inclusive familiariza o espectador com uma gama variada de bens e serviços que são expostos na própria construção dos personagens e dos contextos da narrativa. A novela, assim, fornece ao espectador certo código que permite que ele leia os anúncios, compreenda seus sentidos e apelos. (ALMEIDA, 2003, p. 42).

Estes códigos criados pela publicidade e reforçados pelo discurso da telenovela fazem com que o produto televisivo seja um farto material de criação de sentidos e de estudo do comportamento da sociedade brasileira. Pode-se perceber sua importância pelas inúmeras pesquisas e livros publicados sobre este produto midiático exportado para diversos países.

### **Considerações Finais**

Ao estudar a revista dominical do jornal carioca Extra, nos deparamos com a grande importância dada às telenovelas – não apenas como produto cultural – mas como um influenciador de modas e tendências. As estrelas das telenovelas, influenciam a sociedade de consumo por meio da publicidade dentro e fora das telas. Tal fato instiga a pensar sobre a importância histórica da telenovela. Ao constatar que a Canal Extra dedica mais da metade de suas páginas às telenovelas, sendo suas dicas de consumo, em grande maioria, fruto do que é consumido e usado pelos personagens deste produto e, chega-se à conclusão que compreender o espaço deste produto em nossa sociedade é ainda uma fonte profícua de estudos de consumo e de comportamento.

### **Referências bibliográficas:**

ABRANCHS, Renata; PETRIK, Tiago. **A carioca** – guia de estilo para viver a cidade maravilhosa. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012.

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. **Telenovela, consumo e gênero**. São Paulo: EDUSC, 2003.

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. São Paulo: Papirus, 2012.

HAMBURGER, Esther. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: NOVAES, Fernando (Coord.); MORITZ, Lilia (Org.). **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. 4 v.

PAIVA, Raquel; SODRÉ, Muniz. **Cidade dos artistas** – cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Mauad X, 2004.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, G. G. **Dicionário essencial de comunicação**. Rio de Janeiro: Lexikon, 2014.

SADEK, José Roberto. **Telenovela – um olhar do cinema**. São Paulo: Summus, 2008.

## **Modernidade e narrativa publicitária<sup>1</sup>**

Notas sobre as instabilidades das identidades culturais

Bruna Santana Aucar<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este trabalho propõe uma reflexão sobre a narrativa publicitária como uma linguagem produtora de significados influentes na construção das identidades culturais. O objetivo é pensar as mensagens publicitárias como discursos que elaboram um imaginário expressivo com ampla aplicabilidade na vida social contemporânea. Atores sociais e suas representações são partes determinantes da produção do conhecimento e da edificação de identidades culturais em um determinado sistema social. Neste sentido, as características que balizam a dimensão da modernidade – e/ou da pós-modernidade – auxiliam a identificação dos modos de fabricação dos valores culturais através do discurso que a publicidade deposita na cultura.

### **Palavras-chave**

Publicidade; consumo; representações; modernidade.

### **Comunicação e consumo: sistemas de significados**

Desemprego vai a 8,1% de março a maio, diz IBGE; Estudante morre após mal súbito em aula em MG; “Eu aprendo tanto com meus personagens”, diz Regina Duarte; Candidata a mais sexy fica nua e lembra acidente que queimou 60% de seu corpo; Seleção de ofertas: MRV Engenharia; Suspeito de furto é amarrado e agredido no Rio; Dorival acerta volta ao Santos depois de cinco anos; Dançarino morto no Rio temia ser vítima de homofobia; Conheça os cinco melhores *smarts* vendidos no Brasil e saiba se você pode ter um; Dilma: “Momento no país na economia é extremamente duro”.

No dia 09 de julho de 2015, estes foram os principais destaques do portal de notícias *Globo.com*, um dos maiores sítios de comunicação do Brasil. Frases que para um leitor comum, habituado com esse tipo de narrativa, soam naturais e são

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio. Email: [aucar@puc-rio.br](mailto:aucar@puc-rio.br)

consumidas de maneira quase orgânica, entre uma navegação e outra na internet. Manchetes de apelo dramático misturadas indiscriminadamente com notícias do universo das celebridades e anúncios publicitários dão o panorama do que está acontecendo no mundo em que vivemos, no tempo histórico em que estamos inseridos, elencadas em grau de importância por algum editor naquela tarde de quinta-feira.

Mas de que forma essas inscrições afetam nossa vida cotidiana? Por que elas ganham nosso tempo e nossa atenção? Qualquer um destes dizeres do ambiente *online* reflete o que de fato está ocorrendo na vida real, material, concreta? As mensagens produzidas pela mídia se tornaram bússolas de orientação e guias para o compartilhamento de significados de uma época. A representação que chega até nós do mundo que nos cerca é mediada, ou mesmo gerada, pelo grande olho dos meios de comunicação, que disseminam a ideia de que tudo podem ver, ilustrar, decodificar, organizar, traduzir, oferecer, vender, elucidar, significar. A comunicação reproduz a vida em ação, pulsante, intensa, veloz, ao mesmo tempo em que produz a percepção desta mesma vida nos consumidores de seus discursos e produtos. Para Serge Moscovici (2011), a comunicação tem papel determinante na elaboração das representações sociais, serve como principal meio para promovermos as conexões que vão nos ligar uns aos outros.

As representações sociais, usadas pelo autor como objeto de pesquisa para a sustentação de uma “psicologia social”, são geradas por processos construtivos de *ancoragem* e *objetivação*. *Ancoragem* seria aquilo que assegura a vinculação com estruturas familiares, encaixa o conhecimento em modelos inteligíveis e *objetivação* aquilo que concretiza os sistemas ou informações abstratos, busca materializar no mundo físico concepções existentes no mundo mental (MOSCOVICI, 2011). Seguindo esta interpretação, podemos ponderar que a representação da vida cotidiana moderna é mantida pelas influências sociais da comunicação e da interação que ela provoca entre os sujeitos. A mídia se põe como um canal determinante para as trocas sociais ao atuar como um dispositivo operador do processo de tradução, interpretação e combinação das representações, transformando dados não familiares em próximos,



acessíveis e sintetizando a tendência de acomodar conceitos em modelos tangíveis. Como sugere Douglas Kellner (2001) a mídia fabrica uma cultura própria, que modela as representações políticas e comportamentais, oferecendo material para a elaboração de identidades e produções de sentido para a vida social.

Esta fábrica ininterrupta de produção de mensagens, cunhada de *Indústria Cultural* por Teodor Adorno e Max Horkheimer (1991) na década de 1940, projetou e expandiu um poderoso sistema simbólico, que foi aos poucos penetrando entre as relações interpessoais e acabou por se tornar o grande substrato das identidades, estilos de vida e representações sociais. No âmbito ocidental dificilmente alguém poderá fugir das fronteiras demarcadas pela Indústria Cultural, uma das grandes responsáveis por balizar os contornos da experiência social (ROCHA, 1995). A cultura projetada pelos meios de comunicação construiu uma espécie de teia planetária que liga diferentes pessoas, de diferentes lugares em torno de assuntos comuns, na qual participamos de forma compulsória, criando um vínculo permanente.

Nesta acepção, as categorias modernas de compreensão e construção da realidade se dão através de graus de aproximação e distância travados com a narrativa dos meios (THOMPSON, 2002). Em larga medida, a modernidade só foi possível graças ao aumento da mediação da experiência através dos meios de comunicação (GUIDDENS, 2002). A linguagem midiática, pensada como uma representação do social, seria, portanto, um sistema dialógico que negocia diferentes circuitos de significados, um espaço compartilhado culturalmente que possibilita uma troca efetiva entre os sujeitos, um processo de tradução da realidade social e histórica, e uma comunicação cultural através do tempo, já que os significados não são estáticos, imóveis e estão abertos a difusa cadeia da hermenêutica.

A investigação dos significados que circulam dentro das estruturas da mídia (entre eles, a narrativa publicitária) deflagra espaços de representação que conectam as definições culturais e a linguagem às diferentes identidades. Através dos signos linguísticos – som, palavra ou imagem – construímos um senso comum que agrupa objetos, fatos, falas, discursos, interações. A comunicação acontece quando conseguimos compartilhar esses mapas conceituais e sentidos de interpretação por

caminhos similares (HALL, 2011). A tradução comunitária de um signo é resultado de convenções sociais fixadas pela cultura. Desta forma, podemos entender que a historicidade dos fatos incorporados pela memória coletiva ou pelo registro impresso ou audiovisual de determinado grupo é um caminho para descortinar os mecanismos inconscientes usados na fabricação dos sistemas de representação de determinada sociedade e como tais simbologias foram importantes também para as atualizações de cada tempo.

A linguagem é um elemento que estabelece o conflito que impera na composição de simbolismos e processos de atribuição de significação ao social projetados em representações, sobretudo midiáticas (JENSEN & JANKOWSKI, 1991). Assegura-se assim a noção de que a representação social nos dá o senso de nossa própria identidade, de quem somos e a que pertencemos. As representações e os significados sociais não se dão apenas no plano do imaginário, eles organizam e regulam nossas condutas diárias.

No mundo moderno-contemporâneo, a narrativa publicitária atua como importante fabricante de significados coletivos, estabelecendo relações entre os objetos e os sistemas de conceitos que operam representações e interpretações mentais. Na experiência ocidental, a publicidade se concretiza como um código representacional que ajusta a rotatividade efêmera de produtos e serviços, incluindo e descartando as referências que os atores sociais vão usar para significarem a si próprios e aos outros (ROCHA, 2007). A centralidade da mídia, seu intenso rodízio de mensagens, a sedução das linguagens, o impacto nos desejos íntimos do sujeito e a obsolescência programada imposta pelo aprimoramento tecnológico fazem com que o discurso publicitário se firme como importante guia dos códigos sociais interligando os princípios do sistema capitalista à avidez do tempo presente.

Ao elaborar e significar os enquadramentos experimentados socialmente, materiais e subjetivos, as práticas de consumo se tornam parte da construção do conhecimento na contemporaneidade. Como assegura Jean Baudrillard (2010), o consumo surge como uma forma de atividade sistemática que serve de base para todo o nosso sistema cultural. Essa base é sempre inclusiva, podendo agrupar produtos e

serviços novos, como também traduzir novas identidades e relações. Assim, o próprio conhecimento elaborado em cada espaço social passa pelos sistemas de significação do consumo que negociam, articulam e definem códigos culturais (MCCRACKEN, 2003). Sendo o consumo uma grande categoria moderna que constrói representações sociais, podemos pensar que sua linguagem mais expressiva dada pela narrativa publicitária seria uma representação da própria sociedade em si, em diferentes contextos e temporalidades.

Os significados dos bens de consumo e a criação de significado levada a efeito pelos processos de consumo são partes importantes da estruturação de nossa realidade atual. Sem os bens de consumo, certos atos de definição do *self* e de definição coletiva seriam impossíveis nessa cultura (MCCRACKEN, 200, p.11).

Neste sentido, é necessário analisar a publicidade como uma discussão do nosso tempo, articulada e engendrada dentro das transformações sociais do eixo histórico que convencionamos chamar de modernidade. A partir da prosperidade econômica ocasionada pela industrialização e sua consequente urbanização, as noções de tempo e espaço foram redimensionadas pelos processos comunicacionais e o convívio “face-a-face” entre os sujeitos ultrapassado pela comunicação à distância (CANCLINI, 2005). Com os processos sociais e simbólicos decorrentes da Revolução Industrial – sobretudo com a chegada das máquinas elétricas e aprimoramento da imprensa a partir das últimas décadas do século XIX – podemos perceber uma transformação nos modos de vida, especialmente na produção de expressões culturais. A noção de mercadoria é atrelada à produção do conhecimento, ratificando e reforçando os modelos econômicos. Outros valores sociais foram atribuídos às relações entre capital e trabalho. O novo modelo de produção, com ênfase no maquinário, representou uma superação da economia agrária, então fundamentada no artífice, no inventor manual (MARX, 1978; 1980). Como consequência, é ativado um processo de desvalorização da esfera humana no campo da produção e um relevo ao polo imediatamente oposto, o do consumo (ROCHA, 1985). A dinâmica do consumo ganha força e altera a percepção mundana dos sujeitos, impactando subjetividades e transformando a experiência cotidiana, sobretudo na grande metrópole, com as

intensas migrações para os centros urbanos. Dentro da organização citadina, toda ação produtiva será revestida por significados articulados a um código classificador que dota produtos e serviços de um sentido cultural. O consumo é, portanto, este código que vai nomear, através da publicidade, bens e identidades, objetos e sujeitos, diferenças e semelhanças e se concretizar como um discurso imperativo na vida social.

Dentro desta dimensão histórica, de cerne capitalista, a publicidade se estrutura como um pilar valioso, de transformação e produção da ordem simbólica, um mediador das relações sociais. Através do interminável acervo de mensagens publicitárias já produzido no mundo moderno-contemporâneo podemos conhecer virtudes, crenças e estilos de vida.

### **Instabilidades e incertezas da modernidade**

Para relacionarmos a narrativa publicitária com as representações sociais e práticas culturais da Sociedade de Consumo (BAUDRILLARD, 2010) é preciso contextualizá-la entre as aceleradas transformações que atravessaram, e ainda atravessam, os modos de vida na contemporaneidade. Para alguns autores estas transformações da ordem social são tão contundentes e velozes que chegam a inaugurar um novo momento histórico chamado de pós-modernidade. A fase do capitalismo industrial – compreendida entre meados do século XVIII e início do século XX – caracterizou-se pelo aparecimento das grandes fábricas, divisões sociais, organizações de classes, aparecimento de produtos duráveis e o controle de todas as etapas da produção. A partir de meados do século XX, a fase seguinte distinguiu-se pela dispersão da produção econômica, hegemonia do capital financeiro, automação e rotatividade extrema de mão de obra, produtos descartáveis, obsolescência das qualificações dos trabalhadores. O esgotamento do modelo industrial faz surgir uma nova dimensão do capital, resultado de um espaço indiferenciado e de tempo efêmero, onde o mercado alarga ainda mais sua penetração e se torna um grande regulador das ações humanas.

Para Jean-François Lyotard (1988), um dos mais importantes pensadores na discussão sobre novas experiências sociais, não é mais possível construir determinismos de qualquer natureza em qualquer campo do conhecimento. O autor de *A Condição Pós-Moderna* considera que a qualidade de sujeito instável, repleto de incertezas é justamente a marca deste mundo que não se sustenta mais em preceitos modernistas. Desta forma, Lyotard sugere que a reflexão do mundo contemporâneo deva sofrer uma atualização com o uso do conceito de “pós-moderno”. Um espaço cultural onde a construção do conhecimento vai passar por inúmeros caminhos que, por sua vez, apontam para outros sucessivamente, como em uma rede onde dados se intercambiam e se modificam concomitantemente. Com os processos globalizantes ao redor do globo, outras formas de elaboração do conhecimento foram efetivadas e atualizadas, desconstruindo modelos que impunham uma certa fixidez ou imobilidade (LATOUR, 2007). A ciência como baluarte da verdade do mundo foi mantida como pressuposto legitimador do projeto moderno. Novos arranjos, redramatizações, fluidos e fluxos temporais e espaciais nos fazem repensar arquétipos fundados anteriormente. O desencantamento com o modelo precedente proporciona a percepção do conhecimento como um esforço eterno de incerteza, um deslocamento para um lugar de desconfiança, ambiguidade, imprecisão, indeterminação. A dúvida, a incredulidade e a angústia servirão de munição para esta problemática do saber que não se esgota (GUIDDENS, 2002).

A desterritorialização da vida local no decorrer do século XX reforçou a comunicação como um elemento indispensável para proporcionar tanto hibridismos, quanto autonomias. Redes virtuais, aprimoramento tecnológico e de transportes, imagens que rodam o globo na velocidade de um segundo, deslocamentos temporais mostram que novas conexões podem ser feitas. Com a facilidade de compartilhamento de significados culturais, as identidades se fragmentam e marcam o descompasso de uma atualidade ondulatória (HALL, 2004).

O sociólogo britânico Anthony Giddens (2002) foi um dos primeiros a trabalhar com o conceito de globalização no campo das ciências sociais. Suas ideias correram o mundo gerando profícuas reflexões sobre a transformação das



subjetividades em decorrência das mudanças no todo social. Para o autor, a “modernidade” é uma condição que altera radicalmente a natureza da vida cotidiana e as intimidades. Sua crítica ao domínio da razão, da racionalidade imutável, entra em concordância com as questões levantadas por Lyotard (1988). Este fim da certeza fixa vai abrir a produção do conhecimento à revisões, hipóteses. No entanto, a visão de Guiddens (2002) se diferencia ao se preocupar com a dimensão subjetiva, ao introduzir, de forma multidisciplinar, os conflitos ocasionados nas identidades dos sujeitos.

A reflexividade da modernidade de fato solapa a certeza do conhecimento, mesmo nos domínios centrais da ciência natural. A ciência depende não da acumulação indutiva de demonstrações, mas do princípio metodológico da dúvida. Por mais estimada e aparentemente estabelecida que uma determinada doutrina científica seja, ela está aberta à revisão – ou poderá vir a ser inteiramente descartada – à luz de novas ideias ou descobertas. A relação integral entre a modernidade e a dúvida radical é uma questão que, uma vez exposta, não é inquietante apenas para os filósofos, mas é *existencialmente perturbadora* para os indivíduos comuns (GUIDDENS, 2002, p.26).

As novas conexões, em grande medida geradas pela reorganização do tempo-espço, modificaram as subjetividades a partir do rompimento com uma ordem dita tradicional, em que a identidade era constituída através das afinidades com a ordem local ou pela influência das relações de parentesco. Sem a referência da tradição, o sujeito desenvolve identidades móveis, não mais atreladas as particularidades do local e imersas em um infinito arsenal de escolhas e possibilidades, em que a interação social foi deslocada de seus lugares específicos. As sociedades pós-tradicionais, afloradas no contexto que o autor vai nomear de *modernidade alta* ou *tardia*, cultivam as potencialidades individuais, acionando a necessidade de um processo de “reflexividade do eu”. Se por um lado, o sujeito se sente “liberto” das amarras e limites da tradição, por outro ele se torna responsável por suas ações e escolhas e precisa planejar taticamente sua vida. Guiddens (2002) também observa que o rompimento com a tradição vai tirar a sensação de segurança e provocar uma “falta de sentido pessoal”, incertezas, medos, angústias no sujeito. A narrativa de identidade se torna frágil diante de tantas mudanças. No entanto, o autor pondera que o processo

não é de todo apocalíptico e pode ampliar as possibilidades do sujeito na direção da revisão dos hábitos e criação de novas versões do eu, uma reinvenção da auto-identidade.

A vida social tende a se separar da natureza original e o corpo passa a ser uma questão de escolha e estilo de vida, dadas as tantas intervenções e alternativas. Neste sentido, cresce a tendência dos sujeitos em exercer um controle ativo de seus corpos. O comportamento calculista advém da necessidade de projetar estrategicamente as ações, avaliar as ameaças a fim de fugir dos perigos. Imersos em uma cultura onde o risco se faz presente a todo instante, o sujeito precisa praticar essa “futurologia do conhecimento”, trazer o futuro para o presente por meio da organização reflexiva dos ambientes de conhecimento (GUIDDENS, 2002, p. 34).

Num mundo onde a imaterialidade da produção e a virtualidade dos sistemas reordenam as identidades moderno-contemporâneas, a publicidade se apresenta como um enunciado validado, uma forma de linguagem legitimada pela Sociedade de Consumo. O aumento da mediação da experiência social através dos meios de comunicação, a expansão do mercado consumidor para limites globais, a segurança proporcionada pela ligação sujeito-objeto fizeram da narrativa publicitária uma produtora de teias simbólicas que entrelaçam e atribuem sentidos para a experiência coletiva, uma das arenas de fabricação do saber contemporâneo, assim como uma rota de fuga, um espaço suspenso geográfica e temporalmente, um lugar de irrealidade simbólica que se materializa na provocação de sonhos e devaneios, de pretensões e esperanças, de vulnerabilidade e insensatez. O infinito arsenal de mensagens publicitárias e sua aderência às vivências cotidianas interferem na adoção de múltiplos estilos de vida e no intercâmbio de identidades culturais. O consumo de bens materiais, a intensa relação que se estabeleceu com a cultura material proporciona bem-estar aos sujeitos, uma momentânea sensação de autoconfiança frente as tantas instabilidades da *alta modernidade*.

A separação tempo-espaço pode ser completada devido uma profunda integração entre comunicação e tecnologia. Redes inesgotáveis de apreensão e construção do saber, nas quais podemos destacar o advento da internet como o grande

promotor de encontros, junções e amálgamas, vão causar uma nova disposição de papéis entre os sujeitos. A reificação crescente dos elementos do mundo coordenada pelo fenômeno do consumo e sua narrativa publicitária abarcam e reclassificam os domínios materiais e intrínsecos do sujeito. A acentuada conexão entre sujeitos e bens de consumo fez com que os objetos se tornassem plataformas de estabilidade e segurança que vão ajudar a aplacar as dúvidas, incertezas e alternativas do mundo contemporâneo.

### **Publicidade como parte do processo de transformação das identidades culturais**

Com a interpretação do caráter móvel dos sistemas contemporâneos, a publicidade pode ser pensada como um dispositivo de captura responsável pelas escolhas e classificações que vão sustentar as identidades culturais, um operador simbólico de nosso mundo. As mensagens midiáticas que incentivam a compra de produtos e serviços vão atuar diretamente sobre os desejos, afetos e gramáticas corporais. Com a produção do conhecimento associada à liquidez dos novos mercados e o saber considerado uma mercadoria, a produção de informações é intensificada e o discurso publicitário é ratificado como uma vigorosa fábrica de dados, com uma grande autoridade de fala.

Nós experimentamos e percebemos o mundo através das representações materiais e imateriais produzidas em nosso tempo, especialmente as fabricadas pela mídia. A narrativa publicitária vai afetar corpos e mentes ao prover múltiplas opções que ajudam a moldar os estilos de vida, vai oferecer subsídios para os sujeitos se projetarem em suas relações com o mundo. Ao classificar, nomear, estabelecer sentidos simbólicos aos produtos, as mensagens propagandísticas erigem representações na vida social. Como coloca Moscovici (2011), representações sociais são “formas de conhecimento produzidas e sustentadas por grupos sociais específicos, numa determinada conjuntura histórica” (MOSCOVICI, 2011, p.20). O pensamento está condicionado às representações, linguagens e cultura em que estamos inseridos. A comunicação dá aparência e forma ao conhecimento, é o mecanismo pelo qual nos ligamos ou nos distanciamos.

Neste sentido, os bens de consumo são importantes vias de expressão e composição das identidades culturais. Muitos significados sociais são edificados pelo universo do consumo, como é o caso da valorização em torno da ideia de “juventude”. A criação da juventude como categoria social e representação simbólica é um dos princípios fundamentais de nosso tempo, segundo Luís Antônio Groppo (2000). A força desta representação fará da juventude uma categoria intensamente usada pela narrativa publicitária, seja criando simbolismos que vão referenciar grupos ou “tribos” sociais, seja exalando um discurso de “juvenilização” da sociedade ocidental como um todo (PEREIRA; ROCHA, 2009, p.60). A ideia do jovem é um dos grandes motores da Indústria Cultural e está intimamente associado à noção de lazer, ambas construídas culturalmente. A relação juventude-lazer se tornou substancial à cultura de consumo e abriu possibilidades para a autonomia dos jovens, uma vez que os colocou a frente da criação das formas de lazer contemporâneas. Groppo (2000) lembra que, durante o século XX, os jovens se tornaram o grupo social mais atuante na programação radiofônica, televisiva, cinematográfica e ainda como consumidores de música popular, esportes, revistas, videocassetes, frequentadores de boates, espetáculos, entre outras formas de lazer cultural.

Assim, marcas de produtos e de empresas passam a contribuir para o processo de construção de um imaginário coletivo incorporando-se, de forma crescente, ao cotidiano dos indivíduos e grupos sociais. As persuasivas mensagens exportadas pela narrativa publicitária criaram um elo de ligação tão profundo com os sujeitos sociais que o ato da compra passou a ser associado à noção de felicidade, auto-realização. A conexão dos sujeitos com os objetos é, muitas vezes, responsável por balizar a trajetória das identidades culturais. Como definiu Bruno Latour (2007) não podemos mais pensar a vida cotidiana sem os *life supports*, os “suportes de vida” que assumem uma complementação com os sujeitos, transformando corpos e subjetividades. John Urry (2000) considera que a relação sujeito-objeto instiga trocas e interações. Os objetos estariam estimulando uma percepção dinâmica do mundo social, convidando à participação e promovendo intercâmbios intuitivos entre agente e ambiente. Baudrillard (2010, p.142) considera que “a máquina foi o emblema da sociedade

industrial. O *gadget* constitui o emblema da sociedade pós-industrial”. Os *gadgets* eletrônicos não se dissociam mais do corpo do indivíduo, se tornando parte de sua existência. Nesse processo, através da compra, a identidade do produto é transferida para a identidade do sujeito, permitindo uma realização, uma abundância efêmera. Assim, o consumo é uma prática revestida por emoções, afetos, sensibilidades.

De acordo com as considerações de Guiddens (2002), podemos discutir a publicidade como uma forma institucional da modernidade que inquieta as disposições pessoais, atuando diretamente no processo reflexivo do eu. Ao criar e recriar alternativas de vida, o discurso publicitário vai ser responsável por cavar intranquilidades no sujeito ao provê-lo de argumentos que despertam a infinita angústia da falta, da dor (ROCHA, 1985). Com a ampliação do papel do consumo na vida social, o desejo nunca pode cessar, a fim de manter viva a rotatividade dos modelos econômicos. Ao mesmo tempo, a realização da compra, a aquisição de objetos garantem tranquilidade, uma atmosfera de segurança frente as situações de risco ou nos trânsitos entre os diferentes grupos culturais. O consumo seria uma espécie de “recompensa” diante das tamanhas intranquilidades da vida contemporânea, uma prática capaz de atenuar as ansiedades e trazer confiança aos sujeitos, mesmo que passageira. A publicidade é a arena responsável por conservar acesa a ideia da prosperidade através do consumo. Ela vai premiar o sujeito para logo em seguida, decepcioná-lo, a fim de que a falta continue a gerar novos motivos para o consumo.

Com a centralidade da mídia nas novas disposições espaço-temporais mediadas pela tecnologia, a publicidade se impõe direta ou indiretamente neste universo de informações randômicas, seja como narrativa que incentiva o consumo, seja como notícia produzida pelos meios de comunicação. A publicidade vai estar por trás de grande parte das mensagens informativas que circulam pela rede, arranjada em forma de narrativas programadas para impactar as identidades e confirmar o consumo.

### **Considerações finais**



A comunicação midiática mudou a dinâmica da fabricação de representações em nosso tempo, logo de realidades. A interação local é substituída por interações à distância, por novos modos de relacionamento entre os sujeitos. Outras formas de produção do conhecimento se estabeleceram e transformaram as identidades culturais. Nossas interpretações, capacidades de estabelecer critérios de diferenciação, de catalogar, nomear, dar significados às práticas culturais foram motivadas pela vinculação com a mídia e as novas possibilidades de troca. Como assegura Moscovici (2011), a compreensão da realidade brota da comunicação social e não do contato com o mundo externo. O mundo dos objetos vai constituir um apoio, uma base para as relações sociais, amplamente mediadas pelo aparato técnico.

Nesta dinâmica, a publicidade pode ser pensada como um agente produtor de significados incorporados à cultura, uma narrativa que transmite sentidos à cultura material. A partir da adesão dos sujeitos ao discurso publicitário, uma ordem intelectual é operacionalizada e instaurada no corpo social construindo signos perpetuados através do tempo. Assim, a reflexão em torno de nossos códigos culturais passa pela compreensão destas mensagens mágicas que invadem a existência coletiva e imaginária.

Baudrillard (1991) atesta que a passagem de um social produtivo para um social reprodutivo, simbólico, simulado por meio da mídia, estaria consagrando arquétipos que diluem a diferença entre realidade e aparência. Para o autor, a tecnologia da informação atrelada à produção de mercadorias consagrou o triunfo da cultura da representação que inverte o caminho do determinismo. A superabundância de símbolos e reproduções imagéticas resultariam numa perda de estabilidade, uma vez que os sujeitos estariam ludibriados pelo fluxo ininterrupto de imagens justapostas (GUIDDENS, 2002).

É preciso enfatizar que a ideia de *pós-moderno*, ao contrário do que o prefixo “pós” poderia sugerir, não apresentaria uma oposição ou negação do modernismo, mas é um conceito que estaria dentro do projeto moderno, habitando como parte deste (LYOTARD, 1988). O conceito de *modernidade alta* ou *tardia*, de Guiddens (2002), também não é marcado pelo alto contraste com épocas anteriores e sim pelas

transformações de conteúdo e ansiedades subjetivas. Nas culturas tradicionais, a coletividade embasava as transformações da intimidade. Na *modernidade alta ou tardia*, o eu precisa ser construído como parte do processo reflexivo de conectar aspectos pessoais aos sociais. A organização psíquica é atrelada às mudanças do todo social.

Se o conceito de moderno foi usado para designar as etapas do desenvolvimento ocidental baseadas na industrialização, urbanização, formação da sociedade de consumo, expansão da ciência, tecnologia e do mercado capitalista mundial, o conceito de *pós-moderno* ou *modernidade alta ou tardia* coloca foco nos processos de produção e consumo simultaneamente, na fragmentação do tempo, na repartição dos saberes, nos consensos temporários e parciais, no reconhecimento das diferenças, na valorização do localismo ao mesmo tempo em que acentua a dinâmica capitalista global. As relações sociais estariam impregnadas de signos em metamorfoses contínuas a ponto de nos depararmos com uma ampliação da cultura e da comunicação por extensos domínios da vida social. A reprodução imagética e de produtos destinados ao consumo ganha destaque neste mundo descentralizado vinculado ao capitalismo multinacional contemporâneo, o que vai provocar fragmentações identitárias.

Desta forma, é inegável a crescente valorização da cultura como tema de discussão nas sociedades ocidentais contemporâneas. Todos os canais que envolvem o campo da produção cultural estão sendo empurrados para o centro das reflexões em diferentes disciplinas das ciências sociais. Assim, o deslocamento da publicidade através da análise crítica estabelece um valioso material que assegura questões acerca da produção, transmissão e disseminação do conhecimento e da relação entre cultura, economia e sociedade.

### **Referências bibliográficas**

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. *A Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.

- BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Arte e Comunicação, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'água, 1991.
- \_\_\_\_\_. *O Sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Da sedução*. Campinas: Papirus, 1992.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Diferentes, desiguais e desconectados*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.
- ESCOTEGUY, Ana Carolina D. *Cartografias dos estudos culturais – Uma versão latino-americana – ed. on-line – Belo Horizonte: Autêntica, 2010.*
- GROPPO, Luís Antonio. *Juventude: ensaios sobre sociologia e história da juventudes modernas*. Rio de Janeiro: Diefel, 2000.
- GUIDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- HALL, Stuart. The Work of Representation. IN: HALL, S. (org.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage, 2011.
- \_\_\_\_\_. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- JENSEN, K.B.; JANKOWSKI, N.W. (eds.). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. Londres e Nova Iorque: Routledge, 1991.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru: EDUSC, 2001.
- LATOUR, Bruno. *Reassembling the social*. Oxford: University Press, 2007.
- LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1988.
- MARX, Karl. *O manifesto comunista*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- \_\_\_\_\_. *O capital: crítica da economia política*. Livro 1, volume 1, 5ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.
- MCCRACKEN, David. *Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX*. Vol. 1: Neurose. O Espírito do Tempo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.
- MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2011.
- ROCHA, Everardo. *Magia e Capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- \_\_\_\_\_. *A sociedade do sonho: comunicação, cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- \_\_\_\_\_. *Cultura Brasileira. Reflexões, análises e perspectivas*. Rio de Janeiro: Desiderata, 2007.
- \_\_\_\_\_; PEREIRA, Claudia. *Juventude e Consumo: um estudo sobre a comunicação na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.
- URRY, John. *Sociology beyond societies*. London: Routledge, 2000.

## **Na passarela<sup>1</sup>**

Um estudo sobre consumo em O Diabo Veste Prada

Carina Borges<sup>2</sup>

Cristina Bravo<sup>3</sup>

### **Resumo**

O artigo pretende uma reflexão sobre o consumo no filme O Diabo Veste Prada, da perspectiva do poder que o mesmo exerce por meio da moda, de objetos e da mídia. Lançado em 2006, o filme conta a história de Andrea Sachs, Anne Hathaway, uma recém-formada jornalista que se muda para Nova York em busca do sonho de trabalhar em um grande jornal da cidade, mas acaba conseguindo um emprego como assistente de Miranda Priestly, Meryl Streep, a poderosa editora de moda da revista Runway. Por meio das personagens e de suas histórias, este artigo trata da moda e do consumo na perspectiva cultural e relaciona estes elementos às relações sociais e à construção de identidades.

### **Palavras-chave**

mídia; consumo; poder; moda.

“Estudar o consumo é, também, uma forma de refletir sobre a cultura de massa impregnada (no limite, sustentada) por situações de consumo como vemos, rotineiramente, nos filmes, novelas, programas de auditório, shows, colunas sociais, cadernos jornalísticos e, sobretudo, na publicidade”. (ROCHA, 2006, P.15)

O artigo pretende uma reflexão sobre o consumo, no filme O Diabo Veste Prada, da perspectiva do poder que o mesmo exerce por meio da moda, de objetos e da mídia. Antes, porém, de iniciarmos a análise propriamente, faremos uma contextualização da produção.

O filme durante 109 minutos conta a história de Andrea Sachs, Anne Hathaway, uma recém-formada jornalista, que se muda para Nova York em busca do sonho de trabalhar em um grande jornal da cidade, mas consegue uma vaga como

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda pela PUC-Rio. Email: [carinajornalismo@gmail.com](mailto:carinajornalismo@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestranda pela PUC-Rio. Email: [cbravo1401@gmail.com](mailto:cbravo1401@gmail.com)

segunda assistente de Miranda Priestly, Meryl Streep, a poderosa editora da revista de moda Runway.

O Diabo Veste Prada teve lançamento em 2006 pela 20<sup>th</sup> Century Fox, com direção de David Frankel, o mesmo diretor da consagrada série Sex and the City. O filme pode ser considerado um produto *cross media*, pois se originou a partir do livro de Lauren Weisberger, lançado nos Estados Unidos em 2003 e alcançou o status de best-seller.

O Diabo Veste Prada foi orçado em U\$35 milhões de dólares, faturamento de U\$ 124.740.460, milhões nos Estados Unidos e U\$ 201.810.634, milhões em outros países (Box Office Mojo, 2015). O filme foi assistido por milhões de pessoas nos Estados Unidos e em vários países do mundo. No Brasil, O Diabo Veste Prada foi assistido por 1.427,996 milhões e teve bilheteria de R\$12.564.373,00. Segundo a Warner Bros, a audiência do filme foi predominantemente formada por mulheres na idade de 18 a 34 anos.<sup>4</sup>

O filme é ambientado em Nova York e Paris, cidades que são grandes expoentes do cenário de moda mundial. Com figurino primoroso, o filme, que envolve marcas consagradas do mercado de luxo como Dior, Dolce & Gabbana, Chanel, Valentino, Jimmy Choo, Manolo Blahnik, Prada, entre outras, é assinado por Patrícia Field, mesma figurinista da série Sex and the City. Além das marcas associadas ao mercado de moda, o filme mostra também outras grandes grifes como, por exemplo, Starbucks e Apple por meio de uma estratégia de *product placement*, inserção de marcas comerciais em conteúdo ficcionais de maneira a reforçar sua notoriedade.

O filme, uma comédia romântica, se utiliza de elementos do universo publicitário de maneira a dar representatividade ao mercado de moda e às marcas que o legitimam. A verossimilhança permite ao público uma reflexão sobre moda, consumo e as relações sociais que se estabelecem a partir destes elementos.

---

<sup>4</sup> Fonte: entrevista realizada no dia 13 de junho de 2015, por e-mail, com Camila Pacheco, Marketing da Warner Bros.



Assim, a adaptação do livro para o cinema concluiu numa linguagem que reforça que o consumo não pode ser visto apenas como superficialidade ou como um ato conspícuo, mas como um fato social que afeta toda a sociedade contemporânea. "Na esfera do consumo homens e objetos adquirem sentido, produzem significações e distinções sociais" (ROCHA, 1995:67) Desta forma, o consumo de moda entra neste cenário como estruturador de valores que serão incorporados pela personagem Andy, principalmente.

Para iniciarmos a reflexão sobre o consumo no filme O Diabo Veste Prada, na perspectiva do poder que o mesmo exerce por meio da moda, de objetos e da mídia, faremos uma decupagem para contarmos a história do filme e identificarmos os elementos que serão discutidos.

Na cena de abertura Andrea, ou Andy se arruma para ir a uma entrevista de emprego. Andy chega à revista de moda Runway e é recebida por Emily, que se apresenta como a primeira assistente de Miranda Priestly e explica sobre a função de segunda assistente da editora-chefe da revista, para a qual Andy se candidata. Ela interrompe a entrevista e avisa às colegas de trabalho sobre a chegada de Miranda. As garotas trocam seus sapatos baixos por saltos de grife como Dolce e Gabbana e retocam a maquiagem nas telas dos computadores Apple.

Miranda entra no escritório e pede que Andy entre em sua sala, apesar de não entender a presença dela. Miranda quer saber o que ela conhece da Runway, mas ela nada sabe. Quer saber se ela já havia ouvido falar dela, também não. Miranda conclui que Andy não tem estilo nem noção de moda para trabalhar na Runway. Andy decide ir embora, dizendo que ali não é mesmo o seu lugar por ela não ser magra, glamorosa e nem entender de moda. Quando já está na portaria do prédio da Runway, Andy ouve o chamado de Emily. Ela consegue o emprego como segunda assistente de Miranda. Andy se reúne com os amigos e o namorado Nate e eles brincam com o fato dela ter conseguido um emprego em uma revista de moda.

O primeiro dia de trabalho começa às 06h15. Emily passa orientações a Andy, diz que o trabalho das duas é diferente e que ela vai acompanhar Miranda a Paris para a Semana de Moda.

Durante a conversa, Emily mostra o “Livro” a Andy e explica que se trata de uma prévia do que é publicado na Runway. Emily explica que o Livro é entregue na casa de Miranda todas as noites e que ela o devolve na manhã seguinte com anotações. Emily diz a Andy que esse é um trabalho da segunda assistente, mas que continuará a fazer até que Miranda tenha confiança nela. Miranda olha para o sapato de salto baixo usado por Andy com ar de reprovação.

Na hora do almoço Andy encontra com Nigel, que fica surpreso com a comida calórica dela. Ela conta que não pretende trabalhar com moda por muito tempo, por isso não precisará mudar seu jeito e suas roupas por causa da Runway. De volta à revista, no elevador, eles se encontram com Irv Ravitz, dono da editora Elias-Clarke, da qual a Runway faz parte, que diz a Andy que milhões de garotas dariam a vida pelo emprego dela.

Nigel e Andy chegam para uma reunião de produção com Miranda. A editora-chefe escolhe um vestido, e pede que a equipe complemente a peça com um cinto. Uma pessoa da equipe apresenta dois cintos em tons parecidos de azul dizendo que eles são muito diferentes. Andy acha graça, porque não percebe diferença entre ambos, mas sua reação chama a atenção de Miranda que pergunta o que há de engraçado. Ela diz apenas que os dois cintos parecem idênticos. Miranda reage, diz que ela pensa que nada do que está sendo feito naquela sala tem a ver com ela, porque desconhece a origem do que está vestindo. E que o suéter azul que ela está usando, comprado em uma loja qualquer, não a isenta da indústria da moda.

No fim de semana, Andy sai para jantar com o pai. Miranda liga, diz que está em Miami e teve seu voo cancelado devido ao mau tempo. Miranda diz a Andy que precisa voltar para casa naquela noite e pede que ela resolva o problema. Andy se esforça, mas não consegue.

Miranda retorna a Nova York, demonstra sua insatisfação por não ter conseguido voltar de Miami na noite anterior e diz que está decepcionada com Andy. Nigel diz a Andy que ela não se esforça no trabalho. Explica que a Runway lançou alguns dos maiores artistas do século como Halston, Lagerfeld e de la Renta e que muitos dariam a vida para estar ali. Andy reconhece e decide mudar começando pelo

seu visual. Eles se dirigem a um closet repleto de roupas e acessórios. Nigel escolhe algumas peças de grife para Andy como um vestido Dolce e Gabbana, sapatos Jimmy Choo e Manolo Blahnik, bolsa Nancy Gonzalez, casaco Narciso Rodriguez e diz que ela "precisa desesperadamente de um Chanel".

Andy retorna ao escritório, está vestida com um blazer e botas Chanel, cabelo escovado e cortado. Emily e Serena ficam surpresas com a transformação da assistente. Andy adota o novo visual e parece se adaptar ao trabalho. Miranda se mostra satisfeita com a transformação da segunda assistente. À noite, Andy encontra com os amigos e o namorado em um bar. Miranda liga e pede que ela vá à casa de um estilista pegar um documento e lá ela conhece o jornalista Christian Thompson.

No dia seguinte, Miranda se mostra satisfeita com o trabalho de Andy e diz que quer que ela entregue o Livro em sua casa naquela noite. Emily entrega a chave da casa de Miranda para Andy. Explica que ao entrar na casa ela não deve falar nem olhar para ninguém e que o Livro deve ser deixado em cima da mesa com as flores. Ao chegar à casa de Miranda, Andy se depara com várias mesas com flores. Fica confusa e ouve as filhas de Miranda falando com ela do andar de cima pedindo que ela suba e deixe o Livro com elas. Andy sobe as escadas e encontra Miranda e o marido discutindo. Miranda a olha furiosa e Andy sai apressada.

Andy conta o que aconteceu e Emily fica preocupada, pois pode comprometer o sonho dela ir para a semana de moda em Paris. Miranda faz um novo desafio a Andy, que providencie para as suas filhas o novo livro de Harry Potter, que ainda não foi lançado. Andy busca diversos contatos para solucionar o pedido e conclui que é uma tarefa impossível de cumprir. Quando Andy achava que tudo estava perdido, Christian consegue os originais. Andy entrega uma cópia do original a Miranda e diz que outras duas cópias já foram entregues a suas filhas.

Na reunião de pauta sobre a edição de fevereiro, Emily interrompe as discussões tossindo muito. Miranda olha com reprovação. Emily libera Andy mais cedo, porque ela não irá ao evento. Andy está feliz porque poderá preparar a festa de aniversário do Nate. Entretanto, os planos mudam, ela retorna ao escritório e Miranda define que ela também irá ao evento.

Andy avisa a amiga Lilly que irá se atrasar para a festa do Nate. Enquanto conversam, ela se dirige para a sala de Nigel que escolhe a roupa que ela usará no evento. Andy se perde na conversa ao ver o vestido.

As duas assistentes acompanham, a um passo atrás, Miranda na recepção dos convidados. Andy está impaciente, preocupada em se atrasar para aniversário do namorado, mas volta atenção para a chegada de Irv Ravitz e Jacqueline Follet, da Runway francesa, desafeto de Miranda. Concluído o trabalho, Andy sai apressada para o aniversário de Nate, encontra Christian, que sugere que ela volte com ele para evento, para apresentá-la ao editor do New York Times. Ela parece aceitar, mas depois pede desculpa e vai embora. Andy chega em casa com a festa terminada. Ela pede desculpa, explica que tentou sair antes, mas não teve escolha.

No dia seguinte, Miranda conversa com Andy sobre a importância da Fashion Week de Paris, que precisa ter o melhor time e isso não inclui Emily. Andy parece não acreditar no que ouve por conta da Emily. Miranda ignora e reforça que ela deverá decidir e termina com o tradicional “é só isso”.

Miranda chega ao escritório e cobra a Andy que conte para Emily que ela não irá à Paris. Ela liga para Emily, que atende esbaforida enquanto caminha e fica preocupada de ser alguma coisa que prejudique a ida dela à Paris. Enquanto conversam, Emily segue afobada e é atropelada. No hospital, Emily fica indignada com a notícia e discute com Andy.

Emily vai à exposição que a amiga Lilly organizou, encontra casualmente com Christian. Nate chega e ouve Andy comentar com Lilly que irá a Paris. Fica decepcionado e termina a relação.

Na suíte de Miranda, Andy leva um choque. Miranda está num robe de chambre, sem maquiagem, muito abatida e parece ter chorado. Ela diz que o casamento terminou.

Enquanto Andy se prepara para ir jantar com Christian, Nigel bate à porta e comemora com Andy, porque será o novo sócio de James Holt, dizendo que a indicação foi da própria Miranda.

Após o jantar, Andy e Christian caminham pelas ruas de Paris até o hotel. Andy desperta no quarto do Christian, está atrasada. Veste-se apressadamente e quando pega o casaco na poltrona, observa um *layout* da Runway americana cair da bolsa do Christian. Ele explica que é a nova Runway, de Jacqueline Follet que em breve será a editora-chefe. Andy fica aflita com a notícia, se preocupa com a Miranda.

Andy sai apressada para contar para Miranda, que se aborrece com a ligação dela e desliga. No discurso do almoço, Nigel diz que Miranda é quem melhor representa o ideal da Runway. Miranda sobe ao púlpito, agradece ao “amigo” Nigel e inicia com a novidade da globalização da marca de James Holt, e que o novo presidente é a “grande amiga” Jacqueline Follet. Andy, Nigel e Christian ficam surpresos.

Após o evento, no carro, Miranda conta que sabia de tudo o tempo todo, mas que precisava encontrar uma alternativa para Jacqueline Follet e mostrar para Irv que ninguém faz o que ela faz, principalmente por causa da lista de estilistas, fotógrafos, editores, escritores, modelos que ela ajudou e que a seguirão, caso ela saia da Runaway. Miranda diz que elas se parecem, Andy discorda diz que não faria o que ela fez com Nigel, mas Miranda lembra a ela quem está em Paris no lugar da Emily. Miranda desce do carro, Andy não a acompanha e segue pela Place de la Concorde, o celular toca, ela olha o nome da Miranda, sorri e joga o telefone no chafariz.

De volta à Nova York Andy encontra-se com Nate, conta da entrevista que fará no jornal New York Mirror. No jornal, o editor, Greg Hill, questiona sobre a passagem pela Runway. Ele conta que pediu referências à Runway e a resposta veio da própria Miranda, que considera ela a maior decepção, mas que se ele não a admitisse seria um tremendo idiota.

Após a entrevista, Andy liga para Emily e pede que ela fique com as roupas que ganhou em Paris, porque ela saberá melhor usá-las. Andy vê Miranda saindo do prédio da Runway, a cumprimenta de longe, a ex-chefe parece ignorar. Andy sorri e segue caminhando, enquanto Miranda entra no carro, tira os óculos escuros, fica pensativa, depois sorri e por último manda que o motorista siga.



Esta é a história resumida e os principais elementos do filme *O Diabo Veste Prada*, que nos ajudarão na discussão sobre o consumo na perspectiva do poder que o mesmo exerce por meio da moda, de objetos e da mídia tão bem articulado cena a cena.

Falar de consumo de moda, na perspectiva cultural, nos leva a refletir sobre o processo de criação das coleções, de produção de tendências, que é contado durante o filme *O Diabo Veste Prada*.

A história da personagem, Andy, tematiza como os bens foram sendo consumidos, a partir da significação de novos signos, para conferir a ela *status* e fazer a ponte com os grupos do universo profissional. E conseqüentemente, o reconhecimento da chefe, Miranda, não só pelos seus valores intelectuais, mas pela mudança de estilo de vida moldado pelo uso de novos objetos, que de acordo com McCracken (2003:11), “usam [os consumidores] o significado dos bens de consumo para expressar categorias e princípios culturais, cultivar ideais, criar e sustentar estilos de vida, construir noções de si e criar (e sobreviver a) mudanças sociais”.

Os novos objetos também ajudarão Andy a descobrir uma nova identidade, Andrea, subjetivo de Andy, conforme Barbosa e Campbell (2006:22) “os mesmos objetos, bens e serviços [...] são consumidos no sentido de “esgotamento” e utilizados também para mediar as nossas relações sociais, nos conferir *status*, “construir” identidades e estabelecer fronteiras entre grupos e pessoas”.

E ainda, para seguirmos na discussão do consumo torna-se necessário, mesmo que brevemente, uma reflexão histórica da revolução do consumo e seu eixo de poder. Esse poder, na perspectiva de Foucault (1995) se dá a partir da atuação dos sujeitos sobre outros sujeitos por meio de relações de poder.

De acordo com McCracken (2003:30), podemos observar três momentos na história do consumo, sendo o primeiro, no século XVI, na era Elizabetana, um poder político – “Elizabeth I utilizou a despesa como um instrumento de governo.” “O objetivo deste novo padrão de despesa era fazer da corte, nas palavras de Braudel, “uma espécie de desfile, de espetáculo teatral (...), um meio de governar”, de maneira

que a nobreza precisava possuir cada vez mais para fazer parte do cerimonial da corte e ao mesmo tempo possuir menos recursos e maior dependência da rainha. A consequência desta estratégia para a nobreza foi o distanciamento do grupo familiar que influenciou a mudança no arcabouço do consumo, de familiar para individual, bem como a decisão de compra que passou a ser imediatista e com o propósito da busca pelo *status*. “Finalmente, isto ajudou a dar início a uma transformação nas propriedades simbólicas do bem de consumo, levando a uma mudança da “pátina” para a “moda” (McCRACKEN, 2003:36). Vemos assim, a mudança no valor dos bens, que antes estavam centrados na história familiar e agora no novo, na moda

Um segundo momento, o século XVIII, segundo McKendrick (*apud* McCRACKEN 2003), assistiu o emergir da sociedade de consumo e o início da cultura de consumo moderna. Se na era Elizabetana do século XVI as classes subordinadas apenas assistiam a nobreza e a corte consumirem, com a revolução industrial do século XVIII, a produção de bens e de informação, possibilitou a esses segmentos a participação no consumo de bens até então experimentadas pela nobreza. Ainda, de acordo como McKendrick (*apud* McCRACKEN 2003), as ferramentas de marketing contribuíram para a revolução do consumo, como as revistas de moda, a publicidade na imprensa, os mascates na distribuição dos produtos para as províncias, e desta forma a informação e acesso aos bens chegavam para as classes subordinadas. O consumo, em especial o consumo de modas, agora exerce o poder de fazer pertencer, subordinando os indivíduos ao papel de consumidores. “Os produtores haviam aprendido a explorar a dinâmica social, da qual o efeito “trickle down” é um exemplo, e a utilizar o poder da competição social”. (McCRACKEN, 2003:43).

O terceiro momento refere-se ao século XIX, que precedeu as mudanças que se iniciaram no século XVI, se expandiram no século XVIII e se consolidaram neste período como um fato social permanente. Entretanto, algumas mudanças são relevantes para entendermos a evolução do consumo até os dias atuais. As lojas de departamento, que disseminaram a informação e contribuíram para um novo modo de consumo, como a compra a crédito. E ainda as mudanças de estilos de vida que, segundo Williams, deram significados adicionais aos bens e que suplantaram o

modelo francês aristocrático de consumo, como o estilo de vida de consumo de massa atraído pelas lojas de departamento, estilo de vida da elite que pretendia criar uma nova aristocracia e o terceiro, um modo democrático de consumo com o propósito de estimular a simplicidade dos estilos de vida (WILLIAN *apud* McCracken, 2003:44). E mais uma vez vemos o imbricamento do poder classificatório do consumo com os valores culturais e simbólicos dos bens (McCracken, 2003:51).

Na sequência, podemos correlacionar este histórico de poder ao filme *O Diabo Veste Prada*. A importância que é dada ao consumo de moda nos faz refletir a partir do próprio título do filme. Quem é o diabo que veste Prada, Miranda como a representação do poder ou todas as marcas simbolizadas na Prada? Na cena que Emily está no hospital após ser atropelada, e que ela demonstra toda a sua revolta porque Andy vai à Paris no lugar dela, pode ser uma resposta - “devia desconfiar que você vendeu a alma para o diabo quando usou a bota de Jimmy Choo” – considerando que Emily identifica sinais de distinção na mudança de gosto na forma de vestir de Andy - “o gosto é o operador prático da transmutação das coisas em sinais distintos e distintivos” (BOURDIEU, 2006:166). A cena em questão contextualiza como as grifes marcam a diferenciação e o consequente processo de poder exercido pelo consumo da moda, de objetos e da mídia.

Na sequência da mesma cena, Emily come compulsivamente, parece se punir por não ter visto a possibilidade de Andy assumir seu lugar na viagem à Paris para a Semana de Moda. Ir ao evento, ao templo sagrado das novas coleções, significou a prática ritual do jejum, numa dieta radical, para poder vestir o Valentino e estar “digna” de participar do evento, estabelecendo assim uma relação entre o profano e o sagrado no seu próprio cotidiano.

Também as condutas parecem ser ritualizadas. Em todas as cenas quando Miranda chega ao templo, digo ao escritório, todos se comportam como numa “linha de produção” de condutas que se repetem, - ninguém entra no elevador, as funcionárias trocam os sapatos, o tempo parece correr - num “acordo” de aceitação da atuação dela sobre todos ao seu redor. Assim como a construção das coleções, que passavam sempre pelas definições de Miranda quanto aos acessórios, cores, estampas,

enfim tudo que estaria nas passarelas dos santuários da moda, como a *fashion week* de Paris apresentada no filme.

Podemos inferir que o poder conferido à mídia é fortalecido pela cultura material, que faz parte da sociedade contemporânea, mesmo quando o consumo é negado – “Do ponto de vista empírico, toda e qualquer sociedade faz uso do universo material a sua volta para se reproduzir física e socialmente” (CAMPBELL, 2006:22). No filme, Andrea se rende à cultura material. Ela percebe que seus acertos e a qualidade do seu trabalho serão reconhecidos na medida em que ela for uma das iguais “exclusivas” (“o andar, o tempo, o ritmo dos gestos são sem dúvida determinados essencialmente pelas roupas, pois pessoas vestidas igualmente se comportam relativamente da mesma maneira”) – (SIMMEL, 1918). Assim, com a ajuda do colega de trabalho Nigel, Andy passa de um figurino simples, composto por peças de lojas populares a um visual requintado em que se destacam marcas como Valentino, Chanel, Gucci, Dior, Marc Jacobs, entre outros notáveis símbolos do mercado de luxo mundial.

Andy se adapta às formas de vestir e se comportar para se integrar ao universo Runway. A partir desse momento no filme estabelece-se uma relação de dualidade entre o que a personagem é o que ela se propõe a ser para fazer parte do grupo. Na cena que Andy chega ao escritório em trajes de grifes que todos reconhecem, maquiada e de cabelo escovado pela primeira vez, é notada com admiração pelas colegas de trabalho. Em outra cena, ao falar ao telefone com uma amiga, ela dispersa sua atenção na conversa ao ver o vestido Dior que o colega Nigel havia escolhido para ela usar em uma festa. O lado simples da menina que veste marcas populares e usa a moda das ruas, se confunde com a da nova Andy, que surge a partir do universo do luxo e da sofisticação. Os objetos associados ao consumo de moda, do qual Andy se apropria assumem nesse contexto, um lugar como elementos de distinção e podem ser analisados a partir da perspectiva de Pierre Bourdieu (2006) sob a qual o valor dos bens simbólicos não se dá por meio das suas propriedades intrínsecas, mas dos domínios distintivos atribuídos pelos agentes sociais.

Entretanto, nas cenas finais do filme, ao abrir mão do emprego e deixar o ambiente Runway, Andy se desfaz dos objetos de grife adquiridos durante o trabalho na revista e faz adaptações ao estilo de roupas que usava no início. Cria-se assim, a imagem de uma nova Andy evidenciando o ritual de passagem da garota recém-formada do início do filme à jornalista, que após a experiência como segunda assistente de Miranda, segue em busca da realização de sua verdadeira vocação profissional - trabalhar em um grande jornal. Como reafirma McCracken (2003: 86), sobre rituais de passagens - “por ser dotado [o vestuário] de tais capacidades, é também um valioso meio de comunicação para o ritual em geral, e para os ritos de passagem em particular”.

Portanto, a mudança no visual da personagem acontece, sobretudo, quando ela passa a consumir os novos valores sociais do vestuário, nos ajuda a refletir sobre a proposta deste trabalho de pensar o consumo na perspectiva do poder que o mesmo exerce por meio da moda, de objetos e da mídia e nas palavras de Rocha (*apud* DOUGLAS e ISHERWOOD: 2004:13) “estudar consumo significa, em certo sentido, privilegiar a cultura, o simbólico, experimentando a relatividade dos valores e a instabilidade nela implícita”, como ocorreu com a personagem Andy.

Dessa forma, pode-se inferir que o poder classificatório do consumo está associado à indústria da moda - produtos viram bens de consumo - de maneira que os grandes estilistas buscam sempre os elementos de distinção próprios da moda na criação de suas peças que, segundo Rocha (2006:27), se articulam com a sociedade, estilos de vida e condutas que envolvem a todos numa prática comunicacional de poder e prestígio.

Assim, a moda percorre um ciclo que levará à apropriação de seus signos e à imitação pelas camadas mais populares, o que conduzirá novamente a um processo de busca pela diferenciação por parte dos criadores.

“Tão logo as classes baixas começam a se inclinar para ela [a moda exclusiva] ultrapassando as fronteiras demarcadas pelas classes altas e quebrando a homogeneidade de seu pertencimento aí simbolizado, as classes altas se afastam e adotam uma nova moda que as distingue.” (SIMMEL, 1918).



A moda funciona então, como um instrumento que orienta o que é consumido e usado nas ruas a cada estação - “Os bens de consumo são usados para marcar esses intervalos” - e faz com que, mesmo quem a ignore seja enredado por ela. Um bom exemplo no filme é a cena em que Miranda explica a Andy a origem do seu casaco azul, que mesmo parecendo um objeto sem subordinação à moda faz parte deste ciclo. (ROCHA *apud* DOUGLAS e ISHERWOOD, 2004:113). Assim, todos os anos a renovação das coleções acontecem marcadas pelas edições de primavera, verão e inverno.

O papel da indústria cultural, analisada neste estudo, por meio do filme e da revista Runway nos mostra a função da mídia no contexto disseminador dos modelos sociais e culturais. A Runway exerce o poder de ditar as tendências para o público de classes mais altas, novos estilos para o público interno da revista, representação da moda para os estilistas. E pelo cinema o espectador é apresentado a duas possibilidades: a reflexão sobre o universo da moda e a transformação dele em consumidor. Portanto, a mídia dentro da mídia, o real e o ficcional.

Também podemos refletir sobre as relações sociais no ambiente de trabalho, a dureza das empresas nesta relação. O jogo de interesses que é articulado e que envolve cifras extraordinárias, como vimos na passagem em que Miranda articula o lugar da Jaqueline por conta de ter nas mãos (“a lista”) as pessoas que fazem este mercado girar.

Portanto, o filme O Diabo Veste Prada, é um “bom produto” para pensar o consumo na dimensão cultural, como mediador das relações sociais e das estruturas de poder envolvidas na dinâmica de bens e da vida cotidiana. Sem nos distrairmos sobre o impacto da indústria cultural (cinema, revista, rádio, publicidade) na formação de estilos de vida, construção de identidade, definição de comportamentos.

Neste contexto, o elemento conector para pensar o consumo é o vestuário e seus significados. A frase do personagem Nigel, “moda não é utilidade, é expressão da individualidade”, reafirma o pertencimento do indivíduo no coletivo a partir do consumo de bens.

O filme também permite outras associações ao consumo, como as oposições de alegria e tristeza, bem evidenciados nas cenas em que ser *fashion* é ser feliz, frequentar os melhores lugares, ambientes iluminados e pessoas sorridentes. Ao contrário, a tristeza é presente nas cenas de ambientes de penumbra, expressões de abatimento, diálogos rasos. Um bom exemplo destes contrastes é a cena que Andy encontra Miranda no quarto com pouca luz, vestida em um robe de chambre cinza, sem maquiagem, com expressão de choro, que nada se assemelha ao vigor da mesma personagem quando vestida gloriosa no manto das marcas.

E ainda a leitura pejorativa da revista de moda e sua associação ao consumo, como algo supérfluo, banal, menor reproduzida durante o filme. Podemos citar algumas cenas, como a que amigos de Andy reagem negativamente ao seu trabalho na revista; numa outra, a própria Andy no início do filme considera a Runway um lugar de produção insignificante para a vida das pessoas. O mesmo acontece numa das cenas finais do filme, na entrevista de Andy com o editor do jornal New York Mirror, que tem uma reação de estranhamento ao saber que ela trabalhou na Runway, considerando que o texto dela era muito bom, incompatível para uma revista de moda.

Portanto, os contrastes acima citados, presentes no filme O Diabo Veste Prada, reforçam a reflexão sobre o tema consumo na cultura contemporânea.

“O consumo não pode ser explicado, na extensão de seu impacto social, por meio de visões moralizadoras, mercadológicas ou reducionistas. A perspectiva é dar ao estudo do consumo seu devido lugar como fenômeno dotado de ampla capacidade para afetar a vida de todos nós e, portanto, objeto de inestimável força pelas possibilidades que abre para o conhecimento de nossa cultura”. (ROCHA, 2006, p.16)

Desta forma, procuramos através do filme O Diabo Veste Prada mostrar algumas possibilidades de reflexão sobre o consumo, na perspectiva do poder que o mesmo exerce por meio da moda, de objetos e da mídia. Percorremos, através dos personagens e suas histórias, as dinâmicas que pudessem suportar os argumentos pretendidos. Para tanto, autores como Grant McCracken, Colin Campbell, Mary Douglas, Baron Isherwood, Pierre Bourdieu, Georg Simmel, Everardo Rocha, entre outros foram fundamentais para referendar as análises aqui apresentadas. Portanto, analisar a narrativa do filme O Diabo Veste Prada legitimou a importância de estudos

que ampliem e contribuam com as teorias acerca das relações simbólicas estabelecidas através do consumo de modas, dos objetos e da mídia.

Concluindo, acreditamos que este estudo possa contribuir para o desenvolvimento de outros estudos sob a perspectiva da comunicação (neste trabalho abordada por meio do cinema e da revista ilustrada no filme), do consumo e moda, de maneira a legitimar a reflexão sobre estes fenômenos enquanto elementos indissociáveis do indivíduo na sociedade contemporânea.

### **Referências Bibliográficas:**

- BOURDIEU, Pierre. *A distinção*. Porto Alegre: Editora Zouk, 2006 .
- BARBOSA, Livia e CAMPBELL, Colin. *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- Box Office Mojo: disponível em [www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com). Acessado em 06 de junho de 2015.
- DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. 12ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 1995.
- MCCRACKEN, Grant. *Cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- ROCHA, Everardo. *Magia e capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- PEREIRA, Cláudia. *Cultura e imaginação publicitária*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Mauad, 2013.
- ROCHA, E.; ALMEIDA, M.; EUGENIO, F. (orgs.). *Comunicação, consumo e espaço urbano: novas sensibilidades nas culturas jovens*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Mauad, 2006.
- SIMMEL, Georg. *A Moda*. In: Revista IARA de Moda, Cultura e Arte. Berlim, 2008.

## **Aplicativos para celular<sup>1</sup>**

Entretenimento e novas práticas de consumo na experiência com a marca

Daniele de Castro Alves<sup>2</sup>

### **Resumo**

Em sintonia com as transformações do atual cenário midiático, a publicidade se apropria dos aplicativos para smartphones: os *branded apps* de forma estratégica para promover marcas. A proposta do artigo é investigar esta prática recente, com ênfase nos *branded apps* destinados ao entretenimento, como modo de aproximar a relação entre o consumidor e a marca e refletir sobre as implicações engendradas por esta iniciativa. O texto abarca conceitos referentes às mídias digitais, como a ciberpublicidade, a interação com o consumidor, o entretenimento e a importância dos *smartphones*, além do levantamento das principais características dos aplicativos. Um estudo de caso exemplifica os *branded apps* e complementa a abordagem sobre o tema.

### **Palavras-chave**

*Branded app; smartphone; ciberpublicidade; entretenimento; sociabilidade*

### **Introdução**

Pesquisar as mídias digitais na atualidade implica também investigar as mudanças originadas pelo advento das novas tecnologias da informação e da denominada cibercultura (LEMOS, 2002 e LÉVY, 1999) com as novas propriedades instauradas pela Web 2.0, que rearticula a criação de conteúdo e a utilização da internet, proporcionando maior interatividade e a participação mais ativa do usuário.

Pautado pela sociabilidade e pela interação, o novo cenário midiático possibilita a coexistência de conteúdos oriundos de diversas plataformas para construir a narrativa transmidiática. Mais do que um processo tecnológico, estas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 - Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Email: [danieledecastroalves@gmail.com](mailto:danieledecastroalves@gmail.com)

mudanças contribuem para reconfigurar o modo de consumir os diferentes meios e as formas de interagir com a informação: “a convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros” (JENKINS, 2008, p. 30).

Diante destas transformações, o avanço tecnológico contribui para a difusão do acesso à internet e dos *smartphones*, que se tornam indispensáveis no dia a dia e integram diversas funções em um único aparelho: “o celular expressa a radicalização da convergência digital, transformando-se em um ‘teletudo’” (LEMOS, 2005, p.7).

Neste contexto, a publicidade se apropria dos aplicativos para *smartphones* como forma de promover marcas e estreitar a relação com os consumidores. Denominados como *branded apps* ou aplicativos patrocinados, estes softwares geralmente são gratuitos e oferecem diversas funcionalidades, como ferramentas de buscas e vendas, jogos e outros conteúdos interativos, associados a uma marca ou a um produto.

Considerada como uma prática relativamente recente na publicidade, a proposta do artigo é contribuir para as pesquisas sobre o tema na comunicação e refletir sobre as implicações engendradas a partir desta iniciativa no atual cenário midiático. O foco do estudo abrange os *branded apps* com o conteúdo voltado para o entretenimento como uma maneira de construir uma experiência positiva do consumidor com a marca.

A primeira parte do artigo aborda de modo teórico os fenômenos relacionados às mídias digitais, como a ciberpublicidade, a interação com o consumidor, o entretenimento, a importância dos smartphones na atualidade e a emergência do mercado *mobile*, além de delinear as características ou diferenciais dos *branded apps* destinados ao lazer. Para exemplificar a prática destes aplicativos, a segunda parte propõe um estudo de caso do *branded app* Minigarrafinhas Coca-Cola.

### ***Prossumer e a experiência com a marca***



As constantes transformações no cenário midiático colaboram para modificar a maneira de consumir os meios e a interação com o conteúdo: “a convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos” (JENKINS, 2008, p. 29).

A partir deste cenário, a publicidade passa a adaptar a linguagem utilizada nas mídias digitais para atrair e envolver consumidores com conteúdo. Além de incorporar hipertextos e links para navegação on-line, torna-se necessário levar em consideração as formas de interatividade oferecidas ao público, a compatibilidade das mensagens com os diversos dispositivos tecnológicos (*notebooks*, *smartphones*, *tablets*), o compartilhamento em redes sociais e a narrativa transmidiática, com conteúdos diferentes em múltiplos suportes. Esta nova abordagem implica também uma certa reconfiguração do fazer publicitário adaptado ao universo da cibercultura:

Na Ciberpublicidade, o consumidor não apenas responde (positiva ou negativamente) aos apelos de uma campanha publicitária. Ele é convocado a participar das campanhas, a coconstruir sua narrativa, a ser coenunciador das marcas. Sem a interação, on-line e off-line, desse hiperconsumidor (também chamado de *prossumer*), não há sequer campanha. (ATEM e TAVARES, 2014, p. 131)

Além da interação, a ciberpublicidade apresenta um forte apelo emocional no conteúdo, o que incentiva o envolvimento do consumidor e contribui para construir uma personalidade para a marca. A percepção de uma identidade é desenvolvida por meio das experiências positivas vivenciadas com a marca e dos valores ou representações simbólicas que são associados a ela.

Em sintonia com estas mudanças, surge o conceito de *branded content* que torna tênue a demarcação de limites entre informação, publicidade e entretenimento para gerar conteúdo associado às marcas, integrando diferentes formatos, como: vídeos, postagens em redes sociais, jogos e aplicativos para celular, e variadas plataformas, desde meios de comunicação de massa, internet e até dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*. Mais que vender um produto, o *branded content* tem como objetivo gerar conteúdo relevante para o público, imbuído de valores emocionais que podem contribuir para gerar vínculos com as marcas. Neste contexto,

os *branded apps* se tornam uma importante ferramenta estratégica para estreitar o relacionamento com o consumidor.

Esta tendência à hibridização de meios e de formatos, aliada à saturação do público pela publicidade tradicional, que geralmente ocorre interrompendo uma narrativa ou programa, contribui para a difusão desta abordagem, na qual o conteúdo “apresenta-se, de forma crescente, inserida e camuflada no entretenimento; travestida de diversão, mas não destituída de sua função persuasiva, mesmo que dissimulada” (COVALESKI, 2010, p.20).

### **Entretenimento e publicidade**

A narrativa publicitária, ao incorporar as características do novo cenário midiático, também acompanha a tendência do apelo ao lazer presente nas mídias digitais. Para ajudar a compreender como esta perspectiva ganha destaque na atualidade, é importante considerar que, depois de décadas de consumo de produtos culturais nos meios de comunicação de massa, o entretenimento se propaga como uma verdadeira linguagem para diferentes âmbitos da sociedade:

Trabalhando em favor de um abrandamento das fronteiras entre mundo do trabalho e diversão, o entretenimento passou a ser um componente importante para atrair consumo e oportunidades de negócios. As empresas e marcas se deram conta de que agora, quando a maioria de consumidores nutridos pela cultura de massa demanda o entretenimento como uma expressão permanente nas práticas comunicacionais e sociais, não basta oferecer produtos ou serviços de qualidade, é preciso informar e divertir, gerar experiências que ativem diferentes sentidos, de forma lúdica e alegre. (PEREIRA, 2013, p. 11).

Pereira ressalta quatro características que compõem essa linguagem: envolvimento emocional – uso de construções narrativas, sonoplastia, imagens de modo a obter envolvimento afetivo e imaginário; elementos lúdicos – todos os tipos de efeitos nas narrativas capazes de promover experiências de prazer e encantamento; expressões simples – utilização de ícones e expressões diretas, de fácil entendimento; multissensorialidade – além do estímulo audiovisual, ativa outros sentidos, principalmente o tato com os dispositivos *touchscreen*, como *smartphones* e *tablets*.

A partir deste novo panorama, a hibridização de meios e formatos contribuem para construir uma nova linguagem na publicidade. Covaleski (2010) denomina esta nova configuração ou produto midiático como “entretenimento publicitário interativo”, que é constituído por quatro elementos: entretenimento, persuasão, interatividade e compartilhamento. Neste sentido, a participação do público é fundamental, sobretudo na narrativa transmidiática desenvolvida nas mídias digitais.

Com esta abordagem permeada pelo entretenimento e potencializada pelas redes sociais, o público pode interagir e compartilhar conteúdo. Desta forma, surgem condições propícias para a difusão das ações de *branded content*:

A comunicação por conteúdo ou *branded content* – conteúdo publicitário constituído de narratividade e que mimetiza produtos midiáticos de entretenimento – busca relacionar os benefícios da atração entretível às marcas possibilitando ao anunciante integrar sua imagem marcária ao discurso, não eximindo o público receptor de desfrutar do programa no qual está inserida a *branded content*. (COVALESKI, 2010, p. 53)

Ao mimetizar produtos de entretenimento na abordagem, como vídeos, séries, imagens, postagens em redes sociais, aplicativos para celular, entre outros, o *branded content* se insere no dia a dia do público. Neste cenário, também estão incluídos os *branded apps* que podem ser utilizados para difundir conteúdo relevante, de forma lúdica e sensorial, para oferecer uma experiência positiva e, desta forma, construir uma relação mais próxima entre o consumidor e a marca.

### ***Smartphones e o mercado mobile***

O avanço tecnológico, especialmente o advento da computação móvel, contribui para convergência: “o que está em marcha é a fase da computação ubíqua, pervasiva e senciente, insistindo na mobilidade. Estamos na era da conexão” (LE MOS, 2002, p. 2).

O desenvolvimento da internet móvel, a partir do 3G/4G ou wi-fi, viabiliza o acesso mais rápido, que pode ser realizado por meio de vários *gadgets*, como notebooks, *tablets* e celulares. Neste processo, o *smartphone* adquire um papel de destaque, reunido diversas funções em um único aparelho:

“O que chamamos de telefone celular é um *Dispositivo* (um artefato, uma tecnologia de comunicação); *Híbrido*, já que congrega funções de telefone, computador, máquina fotográfica, câmera de vídeo, processador de texto, GPS, entre outras; *Móvel*, isto é, portátil e conectado em mobilidade funcionando por redes sem fio digitais, ou seja, de *Conexão*; e *Multirredes*, já que pode empregar diversas redes...” (LEMOS, 2007, p. 2)

O celular se torna um dispositivo indispensável para os usuários no dia a dia, operando como suporte de sociabilidade e de comunicação multimidiático. O aparelho é usado de forma utilitária ou para o entretenimento em situações do cotidiano: “no salão de beleza ou fila do banco, temos *drops* de ociosidade ou momentos de microtédio. E o que fazemos nessas situações? Agarramos o celular para passar o tempo, navegando na web, enviando torpedos ou simplesmente jogando” (CAVALLINI, SOCHACZEWSKI e XAVIER, 2010, p. 18).

Em 2015, pela primeira vez, as buscas efetuadas por dispositivos móveis no Google<sup>3</sup> ultrapassaram os acessos em computadores *desktop*. De acordo com informações do Business Insider, esse fenômeno ocorreu em, pelo menos, dez países, entres eles estão o Japão e os Estados Unidos. No Brasil, segundo a pesquisa *Mobile Report*<sup>4</sup>, realizada pela Nielsen Ibope, cerca de 68,4 milhões de usuários acessaram a internet através do *smartphone* no primeiro trimestre de 2015. Este resultado demonstrou um aumento de quase 10 milhões de usuários sobre os 58,6 milhões do trimestre anterior, em 2014.

Além disso, o estudo do Google “Classe C, de Conectados”<sup>5</sup>, elaborado em parceria com o Instituto Data Popular, apontou que a classe C representa 54% das pessoas online, com 48,3 milhões de usuários, sendo que 47% deste público possuem *smartphone*. Nos resultados divulgados pelo Google, foi citado outro estudo recente feito pela Global Index que também indicou que 86% dos brasileiros usam o celular

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.proxima.com.br/home/mobile/2015/05/Busca-via-dispositivos-moveis-ultrapassa-PCs-afirma-Google.html>

<sup>4</sup> Resultados da pesquisa: <http://www.proxima.com.br/mob/mobile/noticias?path=/home/mobile/2015/06/02/No-Brasil-68-milh-es-de-pessoas-acessam-internet-pelo-smartphone->

<sup>5</sup> Artigo com os resultados: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/research-studies/novos-donos-internet-classe-cconectados-brasil.html>

enquanto assistem à TV, um percentual que valeu para o país a caracterização como “a nação de *secondscreeners*”.

A propagação dos *smartphones*, desde os modelos mais populares até os *phablets*, termo oriundo da união entre as palavras *phone* e *tablet*, geralmente usado para designar os aparelhos com tela *touchscreen* entre 5 e 7 polegadas, colaboram para impulsionar os investimentos no mercado *mobile*:

O mercado evoluiu muito nos últimos anos, mérito conjunto de operadoras, agências, anunciantes e demais players que fazem parte desse mercado. Com formatos e regras melhor definidos e maior clareza do potencial da mobilidade, o volume de ações móveis cresceu fortemente já a partir de 2008. (CAVALLINI, SOCHACZEWSKI e XAVIER, 2010, p. 10)

Conforme as informações da consultoria *eMarketer*<sup>6</sup>, especializada em marketing digital e *ecommerce*, os investimentos em publicidade *mobile* corresponderam a cerca de 9,4% dos gastos com marketing digital em 2014. A previsão para 2018 é de que este percentual chegue a 59%.

Acompanhando a difusão dos *smartphones*, ocorre também a expansão do mercado de aplicativos, denominados pela sigla *apps*, que podem ser baixados por meio de compra ou gratuitamente na loja virtual dos sistemas operacionais mais populares: *Google Play* (sistema *Android*), *Apple Store* (sistema *iOs*) e *Windows Phone*. Com diversas funcionalidades, os aplicativos permitem ao usuário customizar continuamente o celular. Os principais sites de redes sociais e serviços acompanham esta tendência, como *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*, e disponibilizam aplicativos para agilizar o acesso ao número crescente de usuários. No Brasil, o mercado<sup>7</sup> movimenta em torno de US\$ 25 bilhões por ano, com projeção de atingir US\$ 70 bilhões em 2017, conforme as previsões do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI).

### Características dos *branded apps*

<sup>6</sup> Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,celularganhaespaconapublicidadedigitalimp,1628161>

<sup>7</sup> Disponível em: [http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2015/05/11/interna\\_tecnologia,482694/brasil-decola-na-industria-de-apps-e-mercado-acumula-lucros-nesta-deca.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2015/05/11/interna_tecnologia,482694/brasil-decola-na-industria-de-apps-e-mercado-acumula-lucros-nesta-deca.shtml)



Em sintonia com o crescimento do mercado *mobile*, a publicidade se apropria dos aplicativos para *smartphones* como estratégia para atrair a atenção, envolver o público com o conteúdo, tornar mais próxima a relação entre as marcas e os consumidores, além de conquistar e fidelizar clientes. Esta prática é denominada como *branded apps* ou aplicativos patrocinados – softwares gratuitos que oferecem algum conteúdo atraente ao público, desempenhando funções práticas, como mecanismos de buscas para agilizar compras de produtos e localizar fornecedores de serviços, ou executando conteúdos interativos voltados para o entretenimento, como jogos e recursos de realidade aumentada, leitor de *QR Code*, entre outros. Neste sentido, é importante destacar que os *branded apps* direcionados ao lazer serão enfatizados para efeito de estudo neste artigo.

Estes aplicativos, associados a valores intangíveis ou representações simbólicas, colaboram para construir uma percepção de identidade para determinada marca. Além disso, estes softwares podem ser desenvolvidos para operar com uma finalidade específica ou integrar a narrativa transmidiática de campanhas publicitárias.

Ao reunir as características da Web 2.0 com os recursos dos *smartphones*, os *branded apps* proporcionam uma nova abordagem com diferentes modos de interação com o público. Em oposição à publicidade nos meios de comunicação de massa, que, de um modo geral, impõe a mensagem ao interromper uma narrativa ou um programa, nos *branded apps*, é o usuário que decide fazer o *download* e utilizar o software.

Outra importante propriedade desta prática é geração de uma ambiência, que pode contribuir para a imersão do usuário no conteúdo, construída por meio de uma interface própria, normalmente com o predomínio das cores institucionais das marcas, uma iniciativa em consonância com a ideia de compor ambientes publicitários:

“Aliás, essa é a grande inversão que as estratégias publicitárias em meios digitais e mídias híbridas parecem propor: passar da constituição de mensagens ou *peças* publicitárias para a proposição de *arquiteturas* ou *ambientes publicitários*. (PEREIRA, 2006, p. 12).

Com a multiplicidade de suportes no atual cenário midiático, oferecer esta ambiência pode ser um importante diferencial para conquistar a atenção do

consumidor. Segundo estudo desenvolvido pela Microsoft<sup>8</sup>, o nível de concentração das pessoas caiu de 12 segundos em 2000 para 8 segundos em 2013. A mesma pesquisa identificou que 77% dos jovens, entre 18 e 24 anos, declararam usar o celular quando não há nada atraente ao redor. Desta forma, os *branded apps* podem representar uma oportunidade de manter o foco do consumidor sobre a mensagem, possibilitando um maior envolvimento com os atributos que são associados às marcas.

Outra facilidade geralmente presente nos *branded apps* destinados ao entretenimento é a conexão com redes sociais, principalmente com o *Facebook*, cujo perfil pode ser usado para fazer *login* no aplicativo. A partir disso, é possível compartilhar conteúdo com amigos tanto na rede social quanto no ambiente do software. A associação entre os aplicativos e as redes sociais segue a tendência presente na evolução da cibercultura e das mídias digitais, que ocasiona diferentes interações, novas formas de sociabilidades e identificações/identidades (MAFFESOLI, 2005) com a emergência de novas tribos através das comunidades virtuais. Com a propagação dos *smartphones* e aplicativos de redes sociais, como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, as interações se intensificam: “as conexões de uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores” (RECUERO, 2010, p. 30). Com a difusão dos softwares de troca de mensagens, como, por exemplo, o *Facebook Messenger*, a conversação ganha destaque “como um fenômeno emergente nos sites de rede social na atualidade, que enfoca as apropriações dessas redes para a interação” (RECUERO, 2013, p. 53).

Como característica, os *branded apps* apresentam ainda o apelo multissensorial, proporcionado pela materialidade dos *smartphones*, que, além do estímulo audiovisual presente em outros meios, oferece também um envolvimento tátil com a tela sensível ao toque. Neste sentido, é possível estabelecer uma analogia as ideias de McLuhan (1964) de que “o meio é a mensagem” e “as tecnologias são extensões do homem”, já que o ambiente tecnológico dos *smartphones* instaura

---

<sup>8</sup> Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/tempo-de-concentracao-das-pessoas-na-era-digital-menor-que-de-um-peixe-16153807>

diferentes padrões de acesso às informações, uma nova gramática no uso dos recursos, que engloba mudanças comportamentais e sinestésicas em uma determinada sociedade.

Neste contexto, Martin Lindstrom ressalta a importância de uma expressão multissensorial como diferencial para as marcas com o intuito de alcançar um envolvimento emocional com os consumidores: “quase toda nossa compreensão do mundo acontece através dos sentidos. Eles são nossos vínculos com a memória e podem atingir diretamente nossas emoções” (LINDSTROM, 2007, p.24).

Devido às características elencadas neste artigo, os aplicativos apresentam um grande potencial de expansão como estratégia publicitária. Por ser uma iniciativa considerada recente, com métodos de mensuração ainda em desenvolvimento, é difícil precisar os valores de investimentos sobre esta prática no Brasil. Nos Estados Unidos, segundo o site *The Statiscs Portal*<sup>9</sup>, em 2013, os *branded apps* representaram cerca de 29% dos investimentos em publicidade. A previsão é que este montante continue a crescer rapidamente nos próximos anos.

As articulações de conceitos e o levantamento das propriedades dos *branded apps* descritos neste artigo objetivam refletir sobre as novas possibilidades que esta prática pode oferecer como ferramenta estratégica para a publicidade, contribuindo para estabelecer uma relação mais próxima entre as marcas e os consumidores. Para exemplificar o funcionamento de um *branded app* destinado ao entretenimento, é proposto o estudo de caso do aplicativo Minigarrafinhas da Coca-Cola.

### **Aplicativo Minigarrafinhas Coca-Cola: “Colecione o mundo todo”**

Integrando os esforços de comunicação da Coca-Cola para a Copa do Mundo no Brasil, a marca lançou, em 2014, a promoção “Minigarrafinhas de todo o mundo”, que oferecia vinte modelos diferentes de garrafinhas de alumínio colecionáveis:

---

<sup>9</sup> Disponível em: <http://www.statista.com/statistics/245985/mobile-advertising-use-of-different-types-of-mobile-inventory-in-the-us/>

dezoito decoradas com as bandeiras dos países onde já foi realizado o evento esportivo ou serão sede nas novas edições (Argentina, Chile, Uruguai, México, Estados Unidos, Inglaterra, Alemanha, Espanha, França, Itália, Suécia, Suíça, África do Sul, Japão, Coreia do Sul, Brasil, Rússia e Catar) e dois modelos especiais com estampas da Coca-Cola. Para acompanhar as garrafinhas, havia também o miniengradado.

Para adquirir as garrafinhas, o consumidor precisava juntar quatro pontos que poderiam ser obtidos com os anéis das latas ou tampas de garrafas – a cor verde valia dois ou quatro pontos e a cor cinza somava um ponto. Além disso, era necessário acrescentar R\$ 3,80 para cada troca.

A campanha para anunciar a promoção contou com comercial<sup>10</sup>, peças em mobiliário urbano, material nos postos de troca e ações na mídia digital, principalmente nas páginas da marca no Facebook, nas quais os usuários de diversas partes do mundo eram convidados a fazer parte da torcida virtual do seu respectivo país. Desta forma, os consumidores podiam criar o seu avatar e enviar uma mensagem para ser recebida por quem tivesse uma garrafinha. Conforme o release<sup>11</sup> da promoção divulgado pela Coca-Cola, a intenção era oferecer a oportunidade de um número maior de pessoas participarem da Copa de Mundo e também proporcionar a integração entre os usuários, facilitando o contato com os brasileiros e a possibilidade de fazer novas amizades.

Além de colecionáveis, as garrafinhas da promoção também apresentavam propriedades interativas. Por meio do *branded app* Minigarrafinhas, disponível nas versões para os sistemas Android<sup>12</sup> e iOS<sup>13</sup>, o consumidor podia acessar a opção de realidade aumentada oculta em cada estampa.

Antes da descrição dos recursos oferecidos pelo aplicativo, é importante conceituar o que é realidade aumentada:

<sup>10</sup> Vídeo do comercial: <https://www.youtube.com/watch?v=eKaxDy6BNXo>

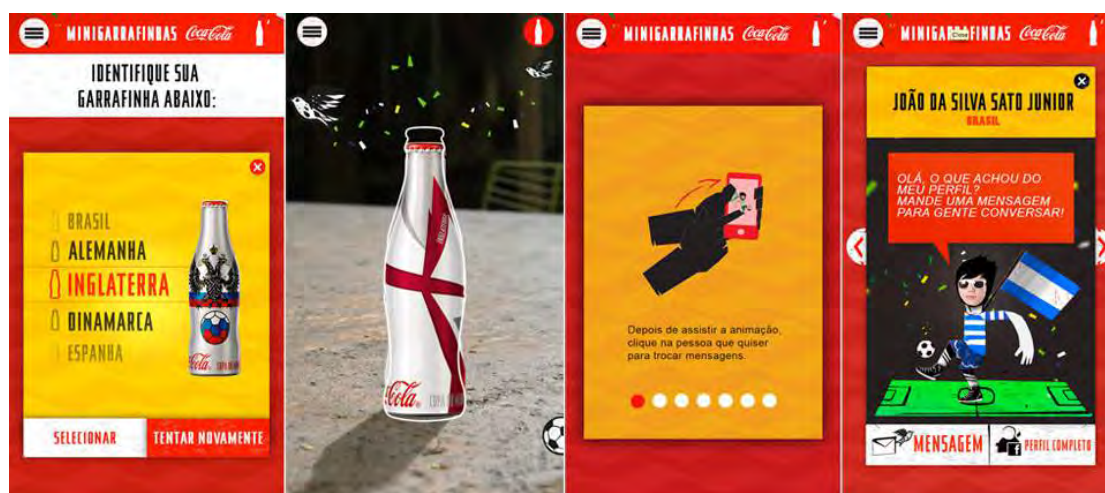
<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.cocacolabrasil.com.br/imprensa/release/coca-cola-lanca-minigarrafinhas-decoradas-e-colecionaveis-para-copa-mundo-da-fifa-brasil-2014/>

<sup>12</sup> Link para download: [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cocacola.mobile.minigarrafinhas&hl=pt\\_BR](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.cocacola.mobile.minigarrafinhas&hl=pt_BR)

<sup>13</sup> Link para download: <https://itunes.com/br/app/minigarrafinhas-coca-cola/id789635013?!s=1&mt=8>

Realidade aumentada, simplificada, é a inserção de elementos virtuais desenvolvidos por computação gráfica (bidimensionais e tridimensionais; estáticos e animados) sobre a realidade física capturada por dispositivos (fixos e móveis) dotados de câmeras audiovisuais, através de aplicativos específicos. De fato, o efeito que se obtém é a ampliação da cena capturada e o resultado da mistura de representações e simulações é uma imagem híbrida. A experiência é muito insólita: todo nosso aparato sensorial é convocado para se construir o sentido possível na mistura de virtualidade e mundo físico. (AZEVEDO, 2014, p. 175-176)

Para visualizar o efeito de realidade aumentada, o aplicativo utilizava a câmera do *smartphone* para escanear as diferentes ilustrações presentes nas garrafinhas e ativar a animação referente ao país, que apresentava elementos típicos da cultura e a trilha sonora com o jingle da Coca-Cola para a Copa do Mundo 2014 cantado no idioma oficial do país. Ao final da animação, eram exibidos avatares de usuários cadastrados na torcida virtual do país, com os quais era possível trocar mensagens e iniciar uma amizade no Facebook. Além disso, o *branded app* também trazia informações e curiosidades sobre a participação do país ao longo da história do evento esportivo.



Segundo os dados<sup>14</sup> divulgados pela agência J. Walter Thompson, responsável pela campanha, os resultados obtidos pela promoção foram positivos: mais de seis milhões de garrafinhas esgotaram em menos de dois meses de promoção, mais de 300

<sup>14</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Y9J3G5YqIp>



mil pessoas em 70 países participaram da torcida virtual, possibilitando mais de um milhão de chats entre os usuários.

Associar a marca Coca-Cola à Copa do Mundo, proporcionando ao usuário vivenciar a experiência de escanear a garrafinha e acessar a realidade aumentada, interagindo de forma lúdica com o produto, pode ser considerada uma boa aplicação de um *branded app* voltado para o entretenimento, que, se for adotada como uma prática constante, pode contribuir para tornar mais próxima a relação entre o consumidor e a marca.

### **Considerações finais**

Em sintonia com as transformações tecnológicas e a difusão dos *smartphones*, os *branded apps* ou aplicativos patrocinados são apropriados pela publicidade como forma estratégica de tornar mais próxima a relação com o público, fidelizar clientes e proporcionar experiências positivas com as marcas.

No atual cenário midiático, no qual a ciberpublicidade convoca a participação do consumidor e o entretenimento se difunde como uma verdadeira linguagem, os *branded apps*, especialmente os destinados ao lazer, apresentam uma nova abordagem, o que pode colaborar para uma maior receptividade ao conteúdo associado às marcas, permitindo estabelecer vínculos emocionais com o consumidor.

Estes aplicativos oferecem características atraentes, como a criação de uma ambiência, a livre escolha do usuário em baixar o software, a sociabilidade oferecida pela conexão com redes sociais e o apelo multissensorial, estimulado pela dimensão audiovisual e pelo envolvimento tátil com a tela *touchscreen* dos *smartphones*.

A proposta das considerações apresentadas neste artigo é contribuir para os estudos sobre os *branded apps* na comunicação e refletir sobre as implicações engendradas por esta iniciativa na contemporaneidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ATEM, Guilherme; TAVARES, Mariana. O pathos discursivo na Ciberpublicidade. In: ATEM, Guilherme; OLIVEIRA, Thaiane; AZEVEDO, Sandro (orgs.). *Ciberpublicidade: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática*. Rio de Janeiro: E-papers, 2014.

AZEVEDO, Sandro. Sentidos estéticos e experiências sensíveis na ciberpublicidade: ações de realidade aumentada. In: ATEM, Guilherme; OLIVEIRA, Thaiane; AZEVEDO, Sandro (orgs.). *Ciberpublicidade: discurso, experiência e consumo na cultura transmidiática*. Rio de Janeiro: E-papers, 2014.

CAVALLINI, Ricardo; XAVIER, Léo; SOCHACZEWSKI Alon. *Mobilize*. São Paulo: Ed. dos Autores, 2010.

COVALESKI, R. *Publicidade híbrida*. Curitiba: Maxi Editora, 2010.

COVALESKI, R. *O processo de hibridização da Publicidade: entreter e persuadir para interagir e compartilhar*. Tese de Doutorado em Comunicação e Semiótica - PUC-São Paulo, 2010.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

LE MOS, André. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: *Olhares Sobre a Cibercultura*. Lemos e Cunha (orgs.). Porto Alegre: Sulina, 2003.

\_\_\_\_\_. *Cibercultura e mobilidade: a era da conexão*. 2005, 17 f. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

\_\_\_\_\_. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos dispositivos híbridos móveis de conexão multirredes (DHMCM). In: *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, vol. 4, n. 10, p. 23-40, jul. 2007.

LÈVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo, Ed. 34, 1999.

LINDSTROM, Martin. *Brandsense: a marca multissensorial*. Porto Alegre: Bookmam, 2007.

MAFFESOLI, M. *O mistério da conjunção: ensaios sobre comunicação, corpo e socialidade*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1995 [1964].

PEREIRA, V. A. Remediação e Linguagens Publicitárias nos meios digitais. In: *Antropolítica* (UFF), v. 21, p. 67-84, 2006.

\_\_\_\_\_. Transficção: Narrativas Multilineares, Mídias Híbridas e Ambientes Pró-Branding. In: *Revista da ESPM*, volume 13; ano 12; ed. n.º1; Jan/Fev 2006.

\_\_\_\_\_. *Estendendo McLuhan: Da Aldeia à Teia Global*. Comunicação, Memória e Tecnologia. Porto Alegre: Sulina, 2011.

\_\_\_\_\_. Entretenimento como Linguagem e Multissensorialidade na Comunicação Contemporânea. In: XXXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2013. Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, evento componente do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

\_\_\_\_\_. Atos de ameaça à face e à conversação em redes sociais na internet. In: PRIMO, Alex (org.). *Interações em rede*. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2013.

SOUZA, Ian Castro de. Branded apps: uma introdução sobre publicidade em aplicativos móveis patrocinados. In: I PRÓ-PESQ PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda. Editora Schoba: São Paulo: 2010.

## **A transgenia do jornalista em celebridade<sup>1</sup>**

Implicações de uma era do exibicionismo para as práticas comunicacionais

Dérika Correia Virgulino de Medeiros<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo investiga a transformação do profissional jornalista em celebridade, suas implicações para o fazer comunicação e, sobretudo, a que interesses essa atual forma assumida por essa categoria responde. Para tanto, percebeu-se, a partir de um percurso teórico, que essa característica do jornalismo se insere dentro do que podemos denominar por era do exibicionismo, que marca profundamente a contemporaneidade, e que transfere o papel social do jornalista para uma função personalista em que o mais importante é a figura do profissional e suas opiniões, do que a própria notícia veiculada.

### **Palavras-chave**

Jornalismo; Jornalista; Celebridade; Exibicionismo; Cultura do Consumo.

### **Introdução**

Não é de hoje a evidência que o jornalismo passou por profundas mutações que o transformou em um forte instrumento de sustentação e fortalecimento do capital. Como afirma o pesquisador Muniz Sodré, esse jornalismo dito pós-moderno tem servido cada vez mais ao processo de financeirização do mundo. A cultura que estrutura as empresas jornalísticas hoje é avidamente submetida à lógica de mercado e pensada a partir da audiência e do crescimento da margem de lucro.

Com um discurso publicista e marketizado, esse jornalismo "cor-de-rosa", como denomina o estudioso na área da publicidade, Leandro Marshall (2003), transforma o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 - Práticas de Entretenimento e Consumo, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).  
Email: [derikav@gmail.com](mailto:derikav@gmail.com)

que antes dos anos 50 representava uma atividade mais voltada para o interesse público, com um trabalho de apuração a partir da escrita que priorizava a reportagem, em linguagem de mercado, isto é, onde a informação se codifica em objeto de barganha dos interesses submetidos à regras do neoliberalismo.

O jornalista, por sua vez, refém (ou soldado?) dessa lógica, secundariza ou até mesmo abandona seu papel social de intervir criticamente na realidade, e prioriza os interesses da empresa e do mercado. Na prática, o trabalho desses profissionais tem se aproximado da atividade publicitária no sentido de apelar ao consumo não apenas de produtos, mas da ideologia dominante.

Nesse sentido, Marshall alerta para uma crise de identidade do jornalista tanto pela descaracterização dos conteúdos jornalísticos - que vem se transformando em entretenimento e em opiniões de âncoras e colunistas - como pela diluição das fronteiras entre jornalismo e publicidade, especialmente no que tange à manipulação de subjetividades.

Para aquele autor, assim como para alguns outros que também se debruçaram nessa estreita relação entre jornalismo e o campo publicitário, a submissão da atividade jornalística ao sistema mercadológico, tem feito do jornalista uma espécie de massa de manobra servindo como um mero funcionário dessa rede. Chegou-se até a questionar sobre a possibilidade de extinção da profissão, sobretudo, considerando a profunda descaracterização da sua função social, e até mesmo a levantar uma hipótese de que o sistema poderia funcionar bem sem eles.

Entretanto, o que pretendemos investigar neste artigo é que, ao contrário dessa perspectiva de um possível "apagamento" do jornalista, as forças mercadológicas têm reinventado essa profissão e feito dela uma ferramenta fundamental para sua continuidade. Ao invés de abafar esse personagem, tem-se o exaltado e promovido o que podemos chamar de *celebrização* do profissional. É fácil perceber esse movimento quando muitos jornalistas, especialmente âncoras de telejornais ganham os espaços de fama, chamando para si, muitas vezes, a audiência desejada por determinada empresa de comunicação. O que propomos observar, portanto, são as implicações desse processo em curso para o jornalismo, a que serve (quais os usos da



fama) e, finalmente, qual o percurso e contextualização histórica possa ter levado o jornalismo a alcançar esse patamar.

### **Jornalismo na sociedade do espetáculo**

Esse momento do jornalismo marca a primazia do espetáculo sobre o real, dos discursos hiperbolizados e, especialmente, da produção de *metalinguagens*. Com isso vem caindo aceleradamente qualquer barreira que ainda possa existir entre jornalismo e publicidade, e também entre o jornalismo que podemos chamar de "sério", isto é, comprometido com o desenvolvimento social, e o sensacionalista.

O que move a produção de um jornalismo sensacional nada mais é que o mercado, mais especificamente a mercantilização da informação afim de produzir o maior número de pontos na audiência. Este formato está normalmente ancorado no tripé sexo, violência e esporte, num modelo importado dos Estados Unidos que fez sucesso produzindo a espetacularização dessas temáticas nos anos 80, e que até hoje no Brasil tem dado certo para o crescimento da lucratividade das empresas de comunicação.

A preferência é sempre por temas pitorescos que se valem, sobretudo, da miséria e degradação humana, e por fatos policiais. Episódios que contêm tragédias humanas e a banalização da violência são normalmente utilizados de forma excessiva, caracterizado pelo espetáculo e não para a busca de soluções como promete o apresentador. Este que, por sua vez, contrariando o modelo de um jornalismo mais clássico onde os chamados âncoras permanecem com uma postura mais distante, normalmente atrás de um balcão, se comporta mais como um animador, movimentando-se freneticamente pelo estúdio, gesticulando e falando muitas vezes aos berros com o telespectador. Mas sobre esse "personagem", falaremos mais adiante.

A ideia de sociedade do espetáculo foi desenvolvida por Debord, e chama atenção para uma era de predomínio das imagens sobre os fatos, da representação sobre o real e, especialmente, do ser sobre o parecer. Isso significa que nesse regime, as nossas relações são intermediadas pelas imagens, e não mais pelas coisas como

explicava o fetichismo da mercadoria proposto por Marx. A sociedade do espetáculo passa a ser compreendida pela representação da realidade, gerida, sobretudo, pelos meios de comunicação de massa. Nos dias atuais, o espetáculo se torna o principal organizador social, seja da política, cultura e economia, expandido-se para todas as áreas da vida e definindo modos de ser e estar no mundo (PATIAS, 2006).

Nos programas sensacionalistas, por exemplo, o que existe é apenas a aparência da promoção de uma justiça, quando, na verdade, são utilizadas imagens chocantes de violência com o intuito de atrair o espectador pelo via da emoção fácil e aumentar a audiência. Entretanto, o que chama atenção nessas matérias é principalmente a presença do repórter no local, chamando a atenção muito mais para si, do que para o próprio fato veiculado. O repórter se torna a notícia. É ele que ganha destaque e notoriedade, sendo os atos de violência e os corpos estendidos ao chão, fontes que alimentam o espetáculo gerenciado por ele.

O âncora dos programas sensacionais também constrói em torno de si uma imagem espetacular, dessa vez de justiceiros do povo, de pessoas do bem que lutam contra "um mal". Por isso mesmo que quase sempre aparecem defendendo as ações de polícias de combate a criminosos, bandidos e indivíduos que merecem ser julgados em frente às telas, antes mesmo que a justiça o faça, mas sobre isso não entraremos no debate merecido, pois não corresponde ao objetivo deste artigo.

Apresentadores e repórteres são celebrizados em meio a humilhação pública de indivíduos sem defesa e da divulgação de imagens degradantes. Diante de um contexto de violência urbana - exacerbado pelo discurso midiático - esses personagens não são apenas tomados pelo grande público como protetores ou agentes de segurança pública, mas como heróis da ordem social, defensores irrestritos do bem. Apresentadores como Datena são exemplos dessas estrelas criadas pela mídia em seu discurso publicista voltado quase exclusivamente para o entretenimento. Este que, por sua vez, se torna a principal lógica da sociedade de consumo.

No contexto consumista, tudo vira mercadoria, inclusive a imagem pessoal, ou melhor, sobretudo a imagem pessoal. Nada escapa a esse sistema capaz de humanizar objetos para aproximá-los do consumidor, assim como também de objetificar os

indivíduos para serem mais um produto nas prateleiras do mercado. E o discurso publicitário é a linguagem que movimenta esse cenário produzindo apelos especialmente emocionais. O intuito é, antes de tudo, convencer, influenciar, criar consensos e hábitos que estejam alinhados com a lógica mercadológica. E parece que nada melhor que construir certos personagens para servir como um padrão a ser seguido. Como afirma a pesquisadora Paula Sibilia (2008), o capitalismo atual precisa de certos tipos de sujeitos para alimentar sua engrenagem, e um desses tipos é a *celebridade*.

Essa sociedade consumista possui como principal aspecto a confusão entre as esferas pública e privada. Para a pesquisadora Paula Sibilia (2008) ainda, é possível a afirmação que estamos vivendo um período limítrofe na história, em um regime de poder que ultrapassou a ideia de "sociedade disciplinar", pensada por Foucault, e que possivelmente alcançou o ápice daquilo que Deleuze tem chamado por "sociedade do controle", ou seja, a manutenção dos indivíduos sobre a asa do sistema não mais pelo regime da coerção, mas sim, pelo aspecto da sedução capturada pelos produtos do mercado.

O patamar alcançado representa um nível tão alto de consumo exacerbado, capaz de inserir os indivíduos numa realidade ilusória de que estão tendo possibilidades e liberdades de escolhas, quando na verdade nunca tiveram suas vidas tão instrumentalizadas pela lógica do capital quanto nesta fase do sistema neoliberal. Esses mecanismos do sistema se encontram profundamente enraizados em nossas vidas e inscritos em nossos hábitos, que não nos damos conta que estamos cada vez mais submersos num dispositivo de poder que nos sujeita e oprime em nome da sua própria manutenção.

Como assinalou Pierre Bourdieu duas décadas atrás, a coerção tem sido amplamente substituída pela estimulação, os padrões de conduta antes obrigatórios, pela sedução, o policiamento do comportamento, pela publicidade e pelas relações públicas, e a regulação normativa, pela incitação dos desejos e necessidades (BAUMAN, 2008, p. 116).

Bauman traça o argumento de que no ambiente profundamente desregulamentado e privatizado da sociedade de consumo, recai sobre os indivíduos a

responsabilidade pelo outro. No entanto, o resultado disso é insurgência de um pesado fardo àqueles, pois não podem mais se "esconder por trás de uma autoridade reconhecida e aparentemente invencível [...] que se proponha a tirar a responsabilidade dos seus ombros" (idem, p. 118). É nesse estágio de penúria que entra em cena o sistema de consumo, com seus produtos e modelos de vida a venda para o alívio desses indivíduos abandonados. Assim, aquela responsabilidade passa a residir no reino da auto-realização. Agora é o "eu" que aparece como personagem central, transferindo o dever ético para com um outro, para a responsabilização consigo mesmo.

A preocupação com nossas vidas no âmbito cada vez mais individualizado, uma vida auto-dirigida, isto é, "dizendo que cada um/uma de nós possui sua própria maneira de realizar humanidade", apesar de ter emergido do expressionismo romântico do final do século XVIII, como afirma o estudioso canadense, Charles Taylor, chega hoje em proporções globais, sendo compreendida mesmo como uma ética da contemporaneidade e submetida a lógica mercadológica.

No entanto, a questão que se faz premente para compreender os atuais modos de ser e estar no mundo, é que a sociedade de consumo - na qual estamos profundamente inseridos - mediada pelo espetáculo, mais do que o ter, faz do *parecer* sua principal fonte de desenvolvimento, como já dito anteriormente, o que implica, deste modo, numa espécie de mutação do expressionismo do século XVIII para o que podemos denominar de *exibicionismo mútuo*, caracterizando nossa era.

Cria-se um regime de visibilidade que mantém a centralidade no indivíduo e na ideia de auto-superação e crescimento pessoal, porém, não mais voltado para a construção do 'si' interiorizado, mas sim orientada para uma exteriorização e para o olhar alheio, perante o qual o eu *performa*, pois, para ser, é preciso ser visto por esse outro.

Nessa perspectiva, ser autêntico significa, antes, *parecer* ser autêntico pelo olhar do outro. É esse olhar que constrói a verdade sobre aquilo que eu sou. Verdade essa que vai estar presente na visibilidade, naquilo que eu exponho. A nossa privacidade passa a ser exposta como a única condição para a existência, pois fora

desse regime que chamamos de visibilidade, você não é ninguém. Essa é a crítica feita por Sibilia ao alertar que bilhões de pessoas que não tem acesso a esses mecanismos de exposição da intimidade, ou seja, aos meios de comunicação com destaque para a realidade virtual, considerando que na sociedade do espetáculo só se é o que se vê, passam a ser condenados a uma invisibilidade total, formando um grande contingente de 'ninguéns' espalhados pelo globo.

Assim, existir nesse mundo está destinado a um conjunto de minorias das classes média e alta que possuem condições de visibilidade. O que significa dizer que é esse pequeno grupo de indivíduos que influencia e molda a cultura global, e que estabelece padrões de modos de ser. Portanto, podemos falar que as celebridades se encontram no centro desse sistema de construção de subjetividades.

A cultura da celebridade representa um dos fenômenos mais lucrativos do mercado, especialmente por ser considerada uma mercadoria dos sentimentos, isto é, no sentido de que os consumidores desejam possuí-la. Não por outro motivo que o pesquisador no assunto, Chris Rojek (2008), afirma que a cultura da celebridade está "irrevogavelmente associada à cultura da mercadoria".

Dizemos transformação porque celebridade também existia antes do surgimento da mídia de massa. Rojek dividiu celebridade em três status diferentes: conferida, adquirida e atribuída. As duas primeiras, por exemplo, podem ser entendidas como fenômenos pré-midiáticos. A conferida está relacionada com a linhagem, como o reconhecimento público que possuem princesas, reis, ou seja, quando a celebridade deriva de uma descendência de sangue. A adquirida, por sua vez, ocorre quando o indivíduo possui talentos que o diferencia. Já a atribuída, que nos ataremos mais especificamente neste artigo, é considerada como aquela celebridade que foi, como o próprio nome diz, atribuída pela mídia, normalmente por meio dos chamados intermediários culturais, isto é, agências de publicidades, por exemplo. Mas voltaremos a falar sobre esse último status mais à frente.

De modo geral, é importante destacar que a celebridade encarna papéis sociais que servem de modelos a serem seguidos. O autor explica que as celebridades surgem em substituição a decadência da crença do direito divino dos reis, e até mesmo com a



ideia da morte de Deus. Por isso mesmo que muitas celebridades são cultuadas como heróis e seres divinizados, exercendo, assim, um forte poder de influência sobre a sociedade.

Outros elementos que fazem da celebridade hoje um traço importante da nossa cultura e dos modos de construção de subjetividades, ainda segundo Rojek, estão associados a democratização da sociedade e também a transformação do cotidiano em mercadoria, como já alertado ao longo deste texto. Podemos destacar também a mídia de massa como principal propulsor para a constituição dessa cultura da celebridade. O fato de a celebridade ser para a maioria dos indivíduos padrão sobre o qual se inspirar, é exatamente por que ela está sendo sempre encenada no espaço público da mídia.

Rojek, ao pesquisar celebridade, se debruça sobre dois quesitos que considera fundamental para a compreensão desse fenômeno: a questão do status de atribuição, como já mencionado, e também ao aspecto da distância. Este último, significa que a distância social da pessoa célebre com o indivíduo comum, seria condição para a construção da celebridade. Fazer com que as celebridades pareçam sobrenaturais, e entendê-las como seres que habitam uma realidade diferente da maioria de nós, representa uma estratégia de mercado para mantê-las sempre no âmbito dos desejos dos indivíduos.

Uma das correntes que buscam explicar a perspectiva das celebridades a partir do contexto de sistema mercadológico, é o Estruturalismo. Uma das abordagens desse pensamento está apoiada na tese da indústria cultural na qual o entretenimento representa um poderoso mecanismo de controle social, e que a celebridade seria uma de suas mais importantes engrenagens.

Por essa perspectiva, de modo geral, a celebridade é a expressão da ideologia dominante. Seu propósito principal seria guiar as populações para o consumo, representando assim um papel importante no controle social. Apesar de existir várias vertentes, o estruturalismo analisa mais enfaticamente a relação entre celebridades e as estruturas históricas que há por trás delas, isto é, as condições materiais para seu desenvolvimento e influência na sociedade.

Atualmente, a corrente estruturalista vem sendo acusada de ter subestimado as possibilidades de resistência das populações sobre essa estrutura de controle. Algumas das vertentes estruturalistas, por exemplo, entendiam que a celebridade representava o triunfo da manipulação das indústrias de entretenimento. Porém, para a perspectiva pós-estruturalista, nem essa indústria, nem os Estados, que se valiam do seu poder de influência, podem ser entendidos como aparatos uniformes e indiferenciados. Haveria entre eles uma relação mais complexa e que envolveria outros aspectos como culturas de gosto, questões contingenciais e negociáveis.

Para entender celebridade, sob a perspectiva pós-estruturalista, é necessário observá-lo sob uma dimensão intertextual, isto é, com um significado construído a partir de várias maneiras, articulada com elementos que envolvem não apenas o agente publicitário atuando unidimensionalmente sobre a celebridade, mas também a partir das diversas nuances que a ideia de representação possui na sociedade, na relação com os fãs, com os discursos, dentre outros aspectos. Assim, é possível afirmar que o pós-estruturalismo busca compreender a forma relacional que o fenômeno da celebridade se estabelece na sociedade (ROJEK, 2008).

Apesar das diferenças, essas correntes convergem sobre dois aspectos que são considerados fundamentais para a compreensão da existência do fenômeno: a predominância dos meios de comunicação de massa na constituição da celebridade e a relação desta com o público. Para Rojek, sobre este último quesito, o status de celebridade se estabelece justamente a partir de uma divisão entre um eu privado e eu público. O primeiro seria um eu verídico e o segundo um eu encenado. Apesar de o autor considerar a encenação uma condição normal dos indivíduos em sociedade, ele afirma que essa relação para a celebridade tende a ser mais dramática, no sentido que há a sensação de um apagamento, perante o público, do eu verídico, em detrimento da representação.

A relação entre a celebridade e o seu público além de mais complexa é ainda paradoxal. Enquanto há o desejo de transcender um eu verídico em nome de uma representação que o torne célebre, existe também, por outro lado, a angústia de ter sua "real identidade" extinta diante desse público. Não por outro motivo que muitas

celebridades vivenciam verdadeiros dramas em suas vidas particulares, como explica Rojek (2008).

Como já dito anteriormente, essa divisão representa também a formação de um distanciamento entre a celebridade e o público, ou seja, se constrói uma ideia de que o ser célebre é também místico, diferenciado, e que esse distanciamento é a condição para a sua constituição. No entanto, o nosso argumento é de que, talvez, na contemporaneidade essa relação de distanciamento entre a celebridade e o público tenha ganhado outra perspectiva ou até mesmo diminuído. Isso se dá, sobretudo, pelo fortalecimento na atualidade de uma certa indeterminação entre a "vida real" e a "ficção" fazendo com que o eu encenado se confunda ainda mais com o eu verídico, tendo em vista a concepção de que a vida só ganha consistência ao se projetar nas telas, seja ela da TV, computador e demais dispositivos eletrônicos em que é possível expor nossa vida privada ao público.

Esse mais recente modo de ser e estar no mundo impõe dois movimentos que torna esse distanciamento entre a celebridade dos indivíduos comuns questionável: o fato de que a nossa profunda inserção em um regime de visibilidade possibilita que nós nos tornemos conhecidos, e até mesmo famosos, especialmente devido aos avanços das tecnologias comunicacionais, e que as celebridades, ao exporem suas privacidades, aproximem-se da ideia de um ser "de carne e osso", de um ser "assim como nós".

Porém, o estreitamento desse distanciamento não implica no enfraquecimento da ideia de celebridade, mas em seu contrário. Na sociedade midiaticizada, fascinada pela incitação à visibilidade, assiste-se também o advento de ícones, a hegemonia por fetiches e o consequente aprofundando do que podemos denominar por império das celebridades. Afinal, na atualidade, só se torna aquele que aparece. Isso explica o fato de que as celebridades ao tornar pública suas vidas privadas ganham mais notoriedade, e que o estabelecimento da proximidade com o público, por este se reconhecer no cotidiano exposto da celebridade, só faz aumentar a influência do ser célebre na constituição de padrões a serem seguidos na sociedade.

E foi essa realidade que adentrou com força no campo do jornalismo. Apesar de já ser considerada uma profissão encoberta por glamour, justamente pela possibilidade da visibilidade, sobretudo a partir da aparição do jornalista nos programas televisivos, a ideia de celebridade na profissão talvez tenha assumido outra dimensão, provocando um maior distanciando do seu papel do jornalista investigador, denunciador e crítico da realidade.

A visibilidade pública do jornalista tem produzido em torno de si uma imagem de autoridade do discurso, e as empresas de comunicação têm lucrado em cima dessas figuras públicas. E com um jornalismo cada vez mais metalinguístico, alimentar a visibilidade desses personagens tem sido uma das principais estratégias de audiência para os meios comunicação de massa.

A produção de jornalistas em estrelas e políticos é uma forte característica dos programas sensacionalistas. No entanto, a construção dessas celebridades é feita ainda em cima de um pilar que, de certo modo, se apóia na própria ideia de que a função do jornalista é antes de tudo a denúncia. De que o jornalista é a voz do povo, ou seja, de que é através dele que as reivindicações populares serão atendidas. É essa imagem que se enaltece nesses programas. Está aí a incorporação das características heroicizadas aos jornalistas/apresentadores.

No gênero sensacionalista de telejornal, Datena é hoje ponto de referência, modelo que vende soluções no contexto da cultura de massa. Ele assume com muita propriedade o papel sacerdotal de mediador (PATIAS, 2006, p. 102).

Como afirma o autor, o apresentador Datena exemplifica bem essa realidade. A empresa de comunicação, investe nesse personagem da mesma forma que uma agência de publicidade investe em uma celebridade. Aliás, é a publicidade que explora esse lado sobre-humano desses profissionais do jornalismo de televisão, os transformando em estrelas.

Entretanto, no contexto mais atual, é possível levantar a hipótese de que a relação entre jornalista e celebridade vem ganhando outros contornos determinados, especialmente, pelo acirramento do regime de visibilidade no qual estamos profundamente submersos. A celebridade jornalista apesar de, assim como as demais,

também ter o status de celebridade atribuída, para usar a classificação de Rojek, ascende a esta condição a partir de uma atribuição definida com base em características específicas, ancoradas na ideia socialmente aceita de que jornalista é, como já dito anteriormente, não só um mediador social, mas um agente defensor da população, uma espécie de porta voz do povo. Assim sendo, jornalistas de programas sensacionalistas, por exemplo, são vistos como astros que possuem essas características, pois é esta imagem produzida e vendida pela publicidade em torno desses personagens. E é esta a ideia apropriada pelos jornalistas para alimentar sua fama (ou figura política) diante do público.

Agora não são apenas jornalistas sensacionalistas que constroem em torno de si a imagem de celebridade e que vendem esse status. Âncoras de telejornais tidos como sérios, apesar de famosos, muitos deles, como William Bonner, do Jornal Nacional, e a Raquel Sheherazade, do SBT Brasil, por exemplo, vêm deixando de lado a condição de estrelas sob a guarda daquelas características conferidas aos jornalistas, ou seja, uma espécie de junção entre o papel "real" do profissional com o de celebridade, para tornarem-se célebres pelo formato atual exigido por fatores publicitários e comerciais que vendem modos de vida baseados no apagamento entre a esfera privada e pública, isto é, vendem a ideia de que para ser alguém, ou até mesmo para parecer autêntico e verdadeiro, seria necessário aparecer.

Numa era onde o valor do que se é vem sendo medido pelo número de curtidas nas redes sociais de internet, onde o *eu* que performa no ambiente público adquire centralidade na sociedade, e ainda, onde a lógica do mercado, da publicidade e da metalinguagem profundamente marketizada dos meios de comunicação de massa secundariza e deturpa a missão de informar e o próprio sentido de comunicação, não é de se surpreender que o jornalismo venha adquirindo cada vez mais a característica de personalidade. Isso significa em um fortalecimento da ideia de voz autorizada, em que a notícia ganha status de verdade quando veiculada por determinado jornalista.

A âncora do telejornal, SBT repórter, Raquel Sheherazade pode ser um bom exemplo desse domínio da imagem, e mais ainda, da imagem personalista pelo qual o jornalismo vem sendo determinado. Raquel, considerada uma jornalista polêmica por



suas opiniões, tem sua notoriedade alimentada pelos perfis nas redes sociais, onde exibe sua intimidade e estabelece o reconhecimento e o vínculo com o que podemos chamar de "fãs". No seu perfil social da internet, seguido por milhares de pessoas, ela também publica suas opiniões que são amplamente compartilhadas, recebendo elogios calorosos dos seus seguidores, realiza uma intensa auto-propaganda, e em meio aos conteúdos opinativos, ela também divulga fotos da sua vida íntima em família.

A polêmica construída em torno da jornalista é constantemente alimentada pela publicidade com o objetivo de construir seu perfil célebre e atrair a audiência a partir desse personagem. Não por outro motivo que mesmo recebendo duras críticas e rejeição de uma parcela da população, a emissora SBT, na qual ela está vinculada, insiste na permanência da sua postura agressiva, como costumeiramente ela veicula suas opiniões.

O jornalismo espetáculo funciona ancorado em alguns pilares como a criação de polêmicas, a ridicularização de fatos, indivíduos e determinados temas, normalmente de interesse público e, na sua fase mais atual, na construção de jornalistas célebres que alavanque os índices de audiência da empresa de comunicação, partindo da ideia de que esta possui responsabilidade pela melhoria da qualidade de vida da população e que o jornalista é o promotor dessa melhora. Seria ele o responsável em denunciar, investigar e agir como se ele mesmo vivenciasse determinada realidade, sendo uma espécie de líder do povo e justiceiro.

Essa é uma característica muito comum em jornalistas de programas sensacionalistas, mas também, mais recentemente, vem sendo adotada por telejornais mais sérios que, na busca por adaptações às demandas populares e pela manutenção da audiência, insinua uma aproximação com essa categoria social, transvestindo jornalistas de "gente do povo". Normalmente esses profissionais tomam a dianteira na tentativa de resolução dos problemas das populações periféricas, apropriando-se das suas demandas (falando e agindo por eles), esvaziando de sentido crítico, tornando-as pontuais. Faz-se dessas reivindicações material fundamental para a construção da imagem de que a empresa tem compromisso social.

Diante disso, o que se sobressai é sempre a imagem da empresa e a fama do jornalista de "herói do povo". A construção dessa ideia vai além da notícia veiculada, a ponto de o jornalista ser a própria notícia. Sua performance diante da câmara ganha tamanha visibilidade que torna o fato apenas cenário para sua *atuação*.

No caso da jornalista Raquel Sheherazade, a polêmica em torno si só aumenta sua fama, até mesmo se a fórmula for o "fale mal, mas fale de mim", mas implica para o jornalismo em uma série de distorções bastante preocupantes. Para o sistema de mercado é muito (e mais) importante para maior circulação e consumo que a notícia seja veiculada como opinião de um jornalista-célebre sob a ótica da polêmica, do que ser oferecida ao telespectador o debate de vozes e a devida apuração do fato.

A polêmica desproblematiza o fato e mistifica a realidade, promovendo generalizações e excessos que homogeneizam e atendem, normalmente, ao poder hegemônico. Para exemplificar, um dos fatos atuais que vem sendo construído ao sabor de interesses políticos e comerciais, é a enxurrada de notícias acerca da violência cometida por menores infratores, generalizando e amplificando suas ações criminosas, quando, na verdade, apenas 1%<sup>3</sup> dos crimes são cometidos por esses jovens, sendo esta estatística convenientemente abafada pelos veículos de massa, que vêm saindo em defesa da redução da maioridade penal.

Essa característica do atual jornalismo, como afirma o filósofo Charles Taylor, acaba por nivelar a cultura sempre por baixo, isto é, tornando aspectos cruciais da sociedade em questões simplificadores, neutralizando argumentos e empregando categorias universais para aqueles. Trazer a opinião de jornalistas em detrimento da pluralidade de vozes, esgota, reduz e toma o fato de forma unívoca como se aquele julgamento representasse a verdade sobre a realidade. Sem contar que polemizar coloca sempre o assunto em uma posição de disputa subjetiva, ressaltando uma dualidade, ou seja, a ideia de que existe certo e errado, e não a complexidade exigida na observação de qualquer fato social.

---

<sup>3</sup> Dados do Ministério da Justiça deste ano.

Para Taylor, nesses novos tempos, que ele chama de Era da Autenticidade, o que predomina é a ideia da liberdade individual a todo custo. O que significa dizer que dar opiniões, falar o que pensa virou um valor em si mesmo, ou seja, não enquadra mais o Outro como fator importante para esse procedimento. Seria uma espécie de relativismo brando, como o autor denomina, que parece representar a ética da autenticidade. É quando o respeito ao outro passa a ser medido pela perspectiva de que devemos deixar cada indivíduo cuidar de suas próprias vidas, sem criticar seus "valores" e modos de pensar. Por isso nunca antes se pronunciou tanto o termo liberdade, e por isso também ele nunca foi tão esvaziado de sentido, a ponto de se tornar quase um chavão neutralizando sua real dimensão.

No entanto, esse contexto revela-se ainda mais problemático quando esse aspecto se estende para o jornalismo, e mais, quando se torna sua centralidade. A utilização de jornalistas-célebres para opinar, além de eximir a empresa de qualquer compromisso pelo que é dito, encobre também o debate fundamental sobre a responsabilização daquilo que se veicula na mídia aberta, visto que corresponde a uma concessão pública e que deve respeitar a diversidade de pensamento e, sobretudo, sem agredir a dignidade humana e os direitos fundamentais.

## **Considerações finais**

Na era em que a visibilidade tornou-se o principal aspecto que caracteriza nossa realidade, tomando o todo social, o jornalismo vem também se transformando num espaço de exibição, onde o jornalista é o principal personagem. A notícia fica em segundo plano para fazer o jornalista se sobressair. O que importa é sua atuação na realidade, e o que ele pensa sobre esta.

Para garantir essa autoridade sobre o fato e credibilidade perante o público, o jornalista realiza sua auto-publicidade e as redes de internet têm sido um importante instrumento para a realização da promoção pessoal. No entanto, o que permite uma aproximação e empatia com o telespectador é a exposição da privacidade, pois é o indivíduo cada vez mais desnudo aos olhos do outro, que impõe a ideia de veracidade

e autenticidade ao indivíduo que se mostra. Elementos esses considerados importantes para a prática do jornalismo.

Com efeito, o que este artigo pretendeu debater foram as implicações danosas dessa realidade para o jornalismo, ou seja, o universo da prática comunicacional profundamente marcado pelo determinismo econômico, sendo esta a raiz capaz de explicar a transgenia pelo qual passa o jornalismo e, conseqüentemente, o jornalista tem passado.

Para mediar os discursos cada vez mais estetizados e espetacularizados, nada melhor do que uma celebridade para tornar a notícia em entretenimento, afinal, este o principal alimento que sustenta o sistema neoliberal e, ao mesmo tempo, as empresas de comunicação de massa. Por isso os jornalistas estão sendo estimulados pelo mercado da notícia a serem célebres, e não indivíduos responsáveis com o fato social, e com o desenvolvimento integral da sociedade.

A notícia vira publicidade, o jornalista um animador, e a população espectadora desse quadro fica sem a possibilidade de analisar os fatos sociais sob a perspectiva da pluralidade e da contextualização. O que tem permitido o aprofundamento de estereótipos, categorizações, fundamentalismo, tudo isso pela falta de debate de vozes em um dos mais importantes espaços para a organização coletiva: o meios de comunicação.

## Referências

BAUMAN, Z. **Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008.

MARSHALL, L. **O Jornalismo na Era da Publicidade**. São Paulo: Editora Summus, 2003.

PATIAS, Jaime Costa. O espetáculo no telejornal sensacionalista. In. COELHO, N.P e CASTRO, V.J. (Orgs). **Comunicação e Sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.

ROJEK, C. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

SIBILIA, P. **O Show do Eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

TAYLOR, C. **A ética da autenticidade**. São Paulo: É Realizações, 2011.



## **Publicidade ubíqua e neurociência<sup>1</sup>**

Reflexões sobre novas formas de consumo e experiência urbana no contexto da Internet das Coisas

Diogo Rógora Kawano<sup>2</sup>

Bruno Rógora Kawano<sup>3</sup>

### **Resumo**

Atualmente, o consumo vem se transformando pelas suas diversas formas de aquisição, principalmente pela utilização cada vez maior da internet. A necessidade crescente de um maior fluxo de dados, considerando o cenário da computação ubíqua e Internet das Coisas, e um consumo facilitado pela alta velocidade da internet leva a uma discussão acerca das possibilidades da publicidade nesse contexto, bem como de quão seguras estão todas estas informações e o nível de privacidade a que elas estão submetidas. Dessa forma, este trabalho levanta a discussão das relações de publicidade, neurociência e a Internet das Coisas, quais são as vantagens e desvantagens de um mundo em que as informações fluem a uma velocidade quase que instantânea e questões de segurança da informação.

### **Palavras-chave**

Publicidade; consumo; internet das coisas; neurociência; IoT.

### **1. Introdução**

Nas últimas décadas, comunicação tem assumido um lugar de destaque em relação ao seu papel junto às práticas sociais de cultura e consumo (MARTIN-BARBERO, 1997; MCCracken, 2003). Ademais, o cenário mercadológico cada vez mais competitivo fez surgir um desafio para as marcas, que se propõem a investir em novas formas de estabelecer vínculos com seus públicos, e construir experiências simbólicas (PEREZ, 2004) e afetivas (JENKINS, 2008), havendo espaço, inclusive,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – PPGCOM-USP, mestre e bacharel pela mesma instituição. Membro do Centro de Comunicação e Ciências Cognitivas – 4C USP. Email: [drkawano@gmail.com](mailto:drkawano@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutorando em Engenharia de Computação, Laboratório de Automação Agrícola – LAA-USP, Escola Politécnica da Universidade de São Paulo – USP. Email: [brkawano@gmail.com](mailto:brkawano@gmail.com)

para novas de estudos que contemplam a neurociência como suporte metodológico para observação de tais processos.

Paralelamente, o desenvolvimento tecnológico e a aceleração dos fluxos de informação confere à esfera da computação aquilo que os pesquisadores chamam de Terceira Era da Computação, em que há uma pessoa para muitos computadores (WEISER, 1991), e que permitirá, futuramente, bilhões de dispositivos computacionais estejam interconectados entre si.

Nesse sentido, o conceito de Internet das Coisas, ou *Internet of Things* – IoT, traz um novo paradigma, que considera a conectividade de objetos do dia a dia em qualquer momento e em qualquer lugar (ITU, 2005). Destarte, a IoT considera a nomeação de todos os objetos que a ela encontra-se ligada, o que levará, segundo Elkhodr et al. (2013), a uma necessidade de intensa transmissão de dados.

Essa aproximação teórica interdisciplinar não é, contudo, uma tarefa fácil nem tampouco muito compreendida pela comunidade científica, constituindo um problema a ser melhor investigado. Nesse sentido, a aproximação entre tais conceitos torna-se pertinente ao contexto atual e, sobretudo, às reflexões sobre perspectivas possíveis da publicidade nesse cenário de alta conectividade propiciada pela Internet das Coisas e frente às novas formas de comunicação horizontalizada, participativa e interativa (SHIRKY, 2011).

Ao vislumbrar um cenário no qual muitos dispositivos estarão imbricados nas práticas sociais cotidianas e interconectados entre si, a publicidade constitui uma das formas de expressão às quais tal processo se aplica. Para tanto, este trabalho tem como objetivo apresentar e discutir o cenário midiático e tecnológico no qual a publicidade está inscrita a fim de refletir sobre suas possibilidades, potencialidades e desafios em um futuro a médio prazo.

A partir desse objetivo, este trabalho, de natureza, teórico-reflexiva, está dividido em três seções. A primeira traz alguns dos principais apontamentos que contextualizam a sociedade contemporânea e ajudam a traçar uma linha de entendimento sobre a sociedade do consumo frente às mudanças nos processos comunicacionais. Já a segunda se dedica a expor as transformações de ordem

tecnológica que têm impactado no modo de como os indivíduos da sociedade se relacionam e se comunicam. Por fim, a última seção teórica busca conciliar as duas anteriores para apresentar perspectivas possíveis da publicidade atrelada à neurociência, em um contexto de conectividade e hiperconsumo (LIPOVETSKY, 2007).

Com isso, espera-se contribuir para uma discussão interdisciplinar da publicidade levando-se em conta seu contexto social e tecnológico.

## **2. Contextualizando a sociedade de (hiper)consumo e as mudanças na comunicação**

Mais do que pontuar somente as mudanças tecnológicas que impactaram e possibilitaram novas formas e fluxo de informação na comunicação, faz-se necessário, antes de tudo, expor o percurso histórico e social das relações de consumo que constituem um pano de fundo e que permitirão uma visão longitudinal capaz de caracterizar o passado, identificar o presente e vislumbrar (ou pelo menos, tentar) o futuro de uma publicidade ubíqua, interconectada entre os produtores, os consumidores e as marcas.

Nesse sentido, as contribuições de Lipovetsky (2007) se tornam assaz profícuas para traçar um panorama que integre as mudanças sociais e as formas de consumo, as quais serão aqui inter-relacionadas com os demais temas, incluindo as reflexões do antropólogo McCracken (2003) que convergem e estão alinhadas ao objetivo deste trabalho.

O período que inicia a modificação das relações de consumo ocorre ainda nas décadas finais do século XVI, momento em que a corte elisabetana evidencia a constante renovação de bens com o propósito de distinção social (LIPOVETSKY, 2007). Mais tarde, a Revolução Industrial promoveria uma maior consolidação do consumo a partir da produção em escala de bens e, mais do que isso, fazendo com que surgissem novos bens, novas classes de consumidores e aumento na frequência de compra de produtos. É justamente este cenário que compõe o advento daquilo que Lipovetsky caracteriza como sendo a primeira fase do capitalismo de consumo, que

vai desde o final do século XIX até o fim da Segunda Guerra Mundial, em meados do século XX, etapa em que o consumo é estimulado por uma força produtiva e por estratégias de marketing baseadas na produção em larga escala que reduz custos e, conseqüentemente, garante maior lucro sobre uma massa consumidora homogeneizada.

Atrelado à eclosão da produção em massa, está o surgimento do cinema, das lojas de departamento e das exposições internacionais de arte que delineiam um crescimento do consumo cultural e fundamentam as futuras críticas quanto à perda da autenticidade das obras de arte (BENJAMIM, 1994) à transformação de itens culturais em mercadoria, como discutem Adorno e Horkheimer (WOLF, 2003; MATELLART & MATELLART, 2001).

Já a segunda fase do consumo nasce no contexto pós-segunda guerra e se configura por um fortalecimento ainda maior do consumo: com a redução de lojas onde o acesso ao produto de dava pelo intermédio do atendente de balcão, que passava o produto para o comprador, e com a criação das redes de auto serviço (mercados e supermercados), os produtos passam em si, a ter a necessidade de chamar a atenção do comprador e se de venderem sozinhos, sem a ajuda do vendedor mas agora com o auxílio cada vez mais presente das agências de publicidade, que veiculam seus anúncios nos meios de comunicação de massa. Em frente a críticas, a lógica do progresso social via consumo assiste à redução do ciclo de vida dos produtos e uma imposição cada vez maior das tendências ditadas pela moda (LIPOVETSKY, 2007, p. 40).

A força da publicidade e da moda é, aliás, um dos focos do pensamento de McCracken (2003) para a constituição de um modelo que tenta explicar como as empresas associam determinados atributos ou signos instituídos na cultura para seus produtos, os quais adquirem maior valor material e, sobretudo, simbólico para os consumidores.

Com base neste resgate histórico que se configura a fase atual, a fase do hiperconsumo (LIPOVETSKY, 2007). Segundo o autor, já não existe aqui nenhuma culpa em consumir, dado que o consumo assume a centralidade das práticas do

indivíduo que, mais do que nunca, busca o prazer imediato, emocional e individual ou, nas palavras d autor, um indivíduo “à espreita de experiências emocionais e de maior bem-estar, de qualidade de vida e de saúde, de marcas e de autenticidade, de imediatismo e de comunicação” (LIPOVETSKY, 2007, p.14).

Associadas a tais mudanças na relação entre os bens e as pessoas estão as mudanças nos processos comunicacionais, nos quais está inserido o próprio sistema publicitário e suas novas formas de contato.

Tais formas de contato tem sido possibilitadas, sobretudo (mas não somente), pela difusão da internet e dos dispositivos móveis, promovendo uma forma horizontalizada de comunicação na qual os usuários se conectam entre si e partilham informações sobre marcas e produtos, opiniões, desejos e frustrações, apenas para mencionar alguns. Entretanto, Shirky (2011) afirma ainda que a maior contribuição da internet não está somente ligada à possibilidade de compartilhar, mas sim em um tripé composto por produção, consumo e compartilhamento.

Nesse sentido, o consumo, embora esteja indissociavelmente atrelado a qualquer meio de comunicação, foi alterado significativamente com a internet, cujas possibilidades estão associadas em grande parte pela interatividade da rede e por sua linguagem híbrida na qual opera o grande vetor da convergência para outros meios a partir do fluxo de conteúdos entre eles (JENKINS, 2008).

Uma vez apresentados alguns dos princípios que atuam sobre consumo sobre sociedade contemporânea e sobre os processos comunicacionais, faz-se oportuna agora uma discussão sobre como a neurociência se relaciona com esses aspectos e como ela pode promover novas relações de consumo em um futuro possível para a publicidade conectada.

### **3. Transformações Tecnológicas e Consumo**

Atualmente, o número de usuários da Internet vem crescendo exponencialmente devido ao surgimento de novas aplicações, principalmente de serviços e de consumo, envolvendo smartphones e outros dispositivos móveis. Desde o início do século XXI, vive-se a chamada Terceira Era da Computação, ou o



Terceiro Paradigma da Computação em que há uma pessoa para muitos computadores (WEISER, 1991). Segundo a Computação Ubíqua, inicialmente atribuída ao pesquisador americano Mark Weiser em 1991, o mundo iria vivenciar uma realidade de bilhões de dispositivos computacionais e uma das principais preocupações seria no sentido da segurança e privacidade dos dados (WEISER, 1993). Nesse sentido, a Internet das Coisas, cujo termo em inglês é Internet of Things - IoT, traz, primeiramente, um conceito mais amplo que a Computação Ubíqua, ou seja, a conectividade de qualquer coisa em qualquer momento e em qualquer lugar (ITU REPORT, 2005). O termo de Internet das Coisas foi usado inicialmente por Kevin Ashton ligando a tecnologia, de Identificação por Radiofrequência (Radio Frequency Identification - RFID) usada em gestão de supply chain à Internet (ASHTON, 2009). A ideia básica é a presença generalizada de coisas ou objetos em torno das pessoas que, através de um esquema único de endereçamento, são capazes de interagir uns com os outros e cooperar com seus vizinhos para alcançar objetivos comuns (GIUSTO et al., 2010). Segundo Soundmaeker (2010), a Internet das Coisas abrangerá de 50 a 100 bilhões de dispositivos até 2020. Este cenário considera não apenas as comunicações máquina-a-máquina (Machine-to-Machine – M2M) mas também o número potencial de objetos interconectados que crescerá para 100 trilhões, neste mesmo período (ETP, 2009). O paradigma da Internet das Coisas é caracterizado, em uma de suas formas, pela nomeação de todos os objetos que a ela encontram-se ligados. Segundo Elkhodr (2013), esta nomeação de vários objetos levará a uma necessidade de intenso tráfego e transmissão de dados, sendo isso, atualmente, objeto de estudo na área de computação ubíqua. Entretanto, neste cenário, esta intensa circulação e tráfego de dados levanta uma questão preponderante acerca da segurança e privacidade destas informações, sendo que elas podem ser em muitos casos, confidenciais. Lemos (2013) alerta em seu trabalho que atualmente, o termo IoT vem associado a perigos da vigilância, do controle, do monitoramento e automatismo. Ainda segundo Lemos (2013), os objetos dotados de tecnologia possuem segredos que são muito difíceis de serem revelados, sendo que cada qual ganha “vida” e transmite informações e instruções interagindo com outros objetos

(humanos e não-humanos). Isto confere “inteligência” tanto aos objetos quanto às informações coletadas, transmitidas e processadas. Para uma melhor visualização desta relação de fluxo de dados, verificamos na Figura 1, segundo Gubbi (2013) como as informações cotidianas são geradas, processadas, analisadas e transmitidas em todas as áreas, seja no ambiente doméstico, nos transportes, na comunidade, em uma país levando em consideração a infraestrutura. A figura também demonstra que todas estas informações estão sujeitas a um caminho comum em que todas estas informações podem ser transmitidas para qualquer lugar e em qualquer momento, sendo que segundo Weber (2010), são nesses momentos em que a segurança dos dados deve ser a mais confiável possível a fim de garantir a privacidade das informações.

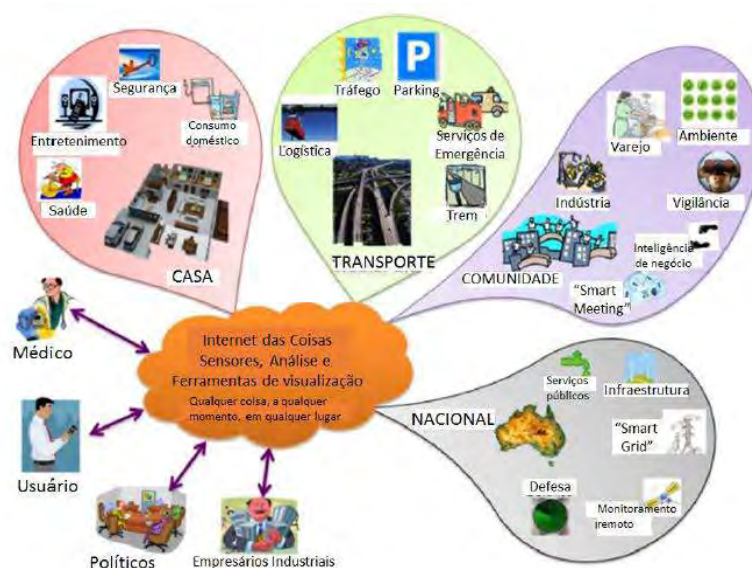


Figura 1: Esquema de fluxo de informações no contexto da Internet das Coisas

sendo que segundo Weber (2010), são nesses momentos em que a segurança dos dados deve

Segundo um estudo sobre ciclo de vida de tecnologias, representada pela Curva de Gartner (2013), Figura 2, verifica-se que a Internet das Coisas (apontada

pela flecha vermelha) encontra-se na fase do pico de expectativa do setor de tecnologia para desenvolvimento. No entanto, é classificada como sendo que vai obter sua plenitude de consolidação para daqui a mais de 10 anos, a partir de 2013.

As etapas pelas quais irá passar ainda, até chegar a sua consolidação são “vale da desilusão” em que tecnologias que não são sólidas tendem a desaparecer. Seguindo, há a etapa de ascensão, caso tenha sobrevivido à etapa anterior, até chegar a “platô de produtividade”, que é a etapa onde as tecnologias obtêm maturidade e consolidação, chegando efetivamente ao mercado consumidor de forma ampla.

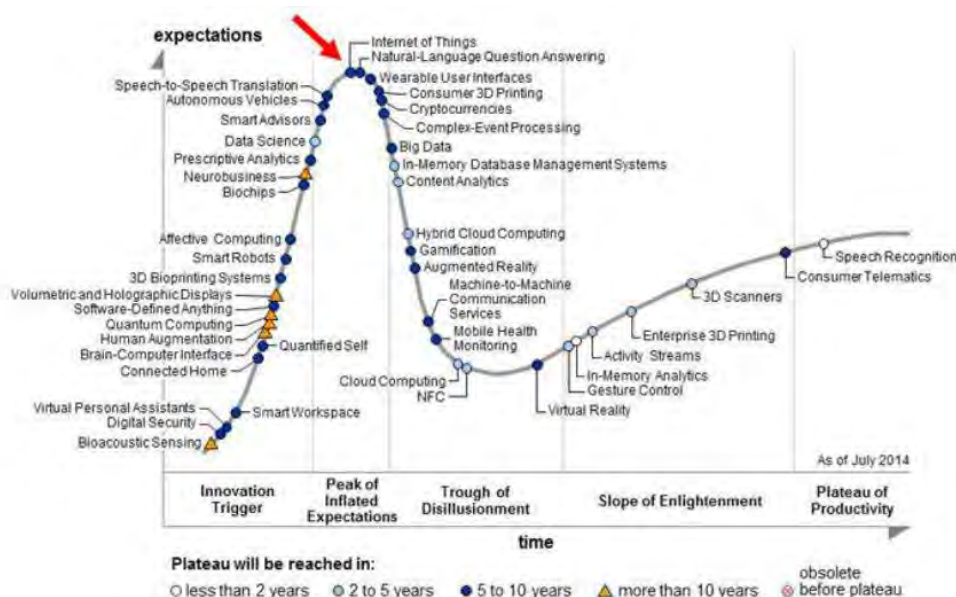


Figura 2: Curva de Gartner de tecnologias no ano de 2014.

Fonte: Gartner (2014).

## 4. Neurociência e informação e perspectivas para uma publicidade ubíqua

Os estudos em neurociência têm adquirido considerável volume e relevância nas últimas décadas, sendo que as descobertas sobre como as pessoas percebem, armazenam, sente e expressão estímulos e emoções têm sido apropriadas por diferentes áreas e campos do conhecimento. Dentre eles, destacam-se os estudos voltados para a área de pedagogia (formas de aprendizagem), psiquiatria (descobertas clínicas), psicologia (sensações e percepções e emoções, do ponto de vista cognitivo e

social), economia (tomada de decisão) e também a publicidade e o marketing (como os consumidores percebem e reagem às campanhas publicitárias e às ações de marketing).

Destarte, um olhar interdisciplinar para o objeto de um determinado estudo (MORIN, 2005) amplifica o potencial de que novos conhecimentos e abordagens teórico-metodológicas sejam geradas. Especificamente no âmbito da publicidade, essa ponte de ligação subsidia a pesquisa em comunicação na medida em que permite considerar parâmetros e critérios mais objetivos de eficácia de conteúdos comunicacionais mercadológicos frente ao público-alvo, especialmente quando se almeja entender aspectos cognitivos complexos e difíceis de serem verbalmente expressados pelas pessoas, como emoções, sensações e percepções.

Para este fim, há diversas metodologias de coleta existentes, cada qual destinada a responder uma gama de perguntas específicas, sendo as mais utilizadas: a técnica do rastreamento ocular (*eye-tracking*), a técnica do eletroencefalograma (EEG), a ressonância magnética funcional (sigla em inglês fMRI) e os sensores de medidas periféricas.

A metodologia do *eye-tracking* parte do pressuposto de que os próprios movimentos oculares constituem uma valiosa fonte de informação no campo da comunicação e do marketing. Isso se dá pelo fato de que os elementos para os quais o consumidor foca seu olhar (um produto na gôndola, um vestido na vitrine de uma loja, um cartaz de cinema, uma logomarca dentro de uma peça publicitária ou rosto de uma modelo) indicam o item foi capaz e atrair a atenção mental do indivíduo.

Nesse sentido, a partir de uma câmera com um emissor e sensor que detecta a reflexão da pupila aos raios infravermelhos, é possível identificar se, onde, por quanto tempo e em que ordem o indivíduo visualizou os elementos de um determinado conteúdo. Diversos estudos que procuraram associar os processos cognitivos de fixação do olhar com melhores estratégias de marketing podem ser citados (HOLMES et al., 2012; ORTIZ-CHAVEZ, et al., 2014; TANGMANEE, 2013).

Entretanto, tais pesquisas predominantemente consideram apenas o agregado das respostas individuais frente a um estímulo de interesse, sem considerar possíveis



interações e novas estratégias possíveis que podem advir da conectividade destes dispositivos.

Com isso, no caso específico deste trabalho, interessa discutir nesta seção como esses conhecimentos, atrelados a um contexto de grande conectividade entre os dispositivos e sensores, podem contribuir para estabelecer vínculos de sentido e pontos de contato entre as marcas e seus públicos de interesse, a partir de um cenário midiático (TRINDADE & PEREZ, 2014; DI NALLO, 1999).

Um uso potencial que pode ser vislumbrado a curto prazo é, por exemplo, a inserção de sensores em vitrines, gôndolas e outras mídias indoor e outdoor que captam não somente o olhar de um indivíduo (como já ocorre), mas de vários potenciais clientes simultaneamente, de forma a adquirir informações precisas e que viabilizem a seleção mais otimizada dos produtos expostos.

Mais do que isso, se a câmera do *eye-tracker* estiver conectada, por exemplo ao smartphone dos usuários e estes, por sua vez, estiverem conectados entre si, a loja poderá sugerir a compra de um produto para presente e comunicar promoções, informando que a sua amiga o viu no dia anterior, por exemplo.

Agrega-se a isso outras tecnologias em desenvolvimento que permitem identificar as emoções experienciadas pelo público a partir das microexpressões faciais delas quando assistem ou observam uma campanha publicitária, por exemplo, e cujo conteúdo a seguir seja automaticamente adaptado por meio de algoritmos programados para induzir um estado emocional mais propício para o consumo.

Outras metodologias em neurociência possíveis de serem consideradas em um contexto de internet das coisas e publicidade são as técnicas que analisam a atividade elétrica (eletroencefalograma) e metabólica (ressonância magnética funcional) dos indivíduos, também diante de uma situação de consumo. Hoje, devido a restrições de ordem técnica, estes estudos possuem grandes restrições de mobilidade do usuário durante o exame (o indivíduo tem que evitar ao máximo se movimentar durante a coleta de dados para não gerar ruídos, também chamados de artefatos, no sinal), portabilidade do equipamento e falta de conectividade entre mais de um usuário, salvo raras exceções.



Se consideradas em futuro indeterminado que tais metodologias continuarão a passar por aprimoramentos de ordem técnica que superem as limitações acima mencionadas, elas poderão impactar fortemente na forma de como as campanhas publicitárias são veiculadas na televisão, na internet, no smartphone ou em qualquer outro dispositivo, dado que terão a possibilidade de identificar níveis neuronais de atenção, percepção e emoção experienciada durante a visualização de um conteúdo. Assim, os anunciantes poderão, a título de ilustração, ter um maior controle sobre a grade e a ordem de veiculação de uma campanha dentre os demais conteúdos durante um intervalo comercial, para que eles sejam vistos sempre depois de um outro conteúdo positivo e que não sobrecarregue os espectadores, do ponto de vista cognitivo, potencializando, assim, a compreensão e a experiência do público com a marca em questão.

Por fim, outra forma de aprofundar o conhecimento sobre o comportamento do consumidor, de modo a informá-lo e a envolvê-lo da melhor forma possível, é a partir do uso de informações obtidas das reações fisiológicas/musculares dos consumidores (e que também podem estar ligadas ao nível emocional de envolvimento com um produto ou serviço), tais como atividade eletrodérmica<sup>4</sup> da pele, frequência cardíaca e pequenos movimentos no músculos do rosto capazes de identificar, por exemplo, se alguém está sorrindo, alegre, triste ou com raiva no momento de contato com o produto ou com a comunicação dele.

Tais equipamentos já existem hoje, sendo possível relacionar uma série estudos atrelados à comunicação e ao marketing (OHME et al., 2009; REIMANN et al., 2012; BELLMAN, et al., 2011). Contudo, da mesma forma como ocorre com as outras técnicas, elas são consideradas individualmente ou mesmo que em grupo, não apresentam conectividade em tempo real com outros dispositivos.

Futuramente, tais sensores poderão identificar em um restaurante qual o nível de tensão muscular e estado emocional de seus clientes, podendo indicar um suco do

---

<sup>4</sup> A atividade eletrodérmica da pele ou medidas de nível de condutância da pele (ou ainda SC, de *skin conductance*), se baseiam na aferição de pequenas variações de suor que ocorrem na pele, gerando respostas em sua superfície que, por sua vez, indicam reações emocionais das pessoas.

tipo antiestresse para as pessoas que estejam mais tensas ou ainda, indicar um suco energético para as pessoas mais cansadas do trabalho, por exemplo.

Como se pode notar, há inúmeras possibilidades de se considerar novas formas de contato entre marcas e consumidores a partir da neurociência em um ambiente de Internet das Coisas. Aqui, são apenas apresentadas algumas conjecturas frente ao que se há de informação disponível tanto do ponto de vista social como do tecnológico e comunicacional.

### **Considerações finais**

Exposto o conteúdo e conforme apresentado na introdução, nota-se que a aproximação entre três esferas que à primeira vista poderiam parecer pouco dialogáveis, a da engenharia, a da comunicação e da neurociência, mostrarem-se bastante rentáveis, sobretudo, devido a dois aspectos.

Primeiro, viu-se que as mudanças no cenário da comunicação, associadas às novas configurações da sociedade contemporânea do consumo, trouxeram novas tipologias na relação entre marcas e consumidores.

Segundo, que tais transformações caminham de forma paralela a mudanças e inovações tecnológicas, as quais estão longe de estabelecer um determinismo tecnológico, mas sim em um processo de constantes embates de adoção e rejeição de novas formas de comunicação, o que não invalida, de nenhuma forma, o surgimento de novas formas de tratamento do grande volume de informação advindo da conectividade cada vez mais crescente entre os dispositivos entre si e à internet.

Nesse contexto, a publicidade, enquanto forma de expressão do consumo a partir de todas suas formas de publicização (CAZAQUI, 2011), torna-se vetor de destaque frente às novas possibilidades de estreitamento de relações materiais e simbólicas com seus públicos, através do qual as diferentes metodologias de neurociência aplicadas ao consumo assumem lugar de destaque no contexto de Internet das Coisas.

Por fim, é preciso ressaltar que este trabalho é uma tentativa de se abordar um contexto complexo a partir de um olhar interdisciplinar e que, portanto, tem inúmeras outras possibilidades de discussão e reflexão acerca desta temática.

### **Referências bibliográficas**

ASHTON, K. That ‘Internet of Things’ Things in the real world, things matter more than ideas. Disponível em: <http://www.rfidjournal.com/articles/view?4986>. Junho 2009.

BELLMAN, S; POTTER, R. F; TRELEAVEN-HASSARD, S; ROBINSON, J.A; VARAN, D. The Effectiveness of Branded Mobile Phone Apps, **Journal of Interactive Marketing**, Volume 25, Issue 4, 2011, p. 191-200.

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica**. In: Magia e Técnica, Arte e Política. Ensaio Sobre Literatura e História da Cultura. Obras Escolhidas. Vol. 1. São Paulo, Brasiliense, 1994.

CASAQUI, Vander. **Por uma teoria da publicização**: transformações no processo publicitário. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife. Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo/Recife: Intercom/UNICAP. v. 1, 2011. pp. 1-15.

DI NALLO, Egeria. **Meeting Points**: Soluções de Marketing para uma Sociedade Complexa. São Paulo: Cobra, 1999.

ELKHODR, M.; SHAHRESTANI, S.; CHEUNG, H. The Internet of Things: Vision & Challenges. **Proceeding of the IEEE Tencon Spring 2013 Conference**. IEEE, February 17, 2013.

GARTNER. 2014 **Hype Cycle Hype Cycle for Emerging Technologies** Maps Out Evolving Relationship Between Humans and Machines. Disponível em: <<http://www.gartner.com/newsroom/id/2819918>>. Acesso em janeiro de 2015.

GIUSTO, D.; IERA, A.; MORABITO, G.; ATZORI, L. **The Internet of Things**, Springer, 2010.

GUBBI, J.; BUYYA, R.; MARUSIC, S.; PALANISWAMI, M. **Internet of Things (IoT): A vision, architectural elements, and future directions.** Future Generation Computer Systems, 29, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMONS, A. **A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura.** São Paulo: Annablume, 2013.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo.** Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MARTÍN-BARBERO, JESÚS. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **Histórias das teorias da comunicação.** 3. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

MCCRACKEN, G. **Cultura & Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo.** Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MIÈGE, B. **A sociedade tecida pela comunicação.** Técnicas da informação e da comunicação: entre inovação e enraizamento social. São Paulo. Editora Paulus, 2009

MORIN, E. **Introdução ao pensamento complexo.** Porto Alegre: Sulina, 2005.

OHME, R., D. REYKOWSKA, D. WIENER, A. CHOROMANSKA. **Analysis of neurophysiological reactions to advertising stimuli by means of EEG and galvanic skin response measures.** Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics, vol. 2, no. 1, pp. 21–31, 2009.

ORTIZ-CHAVEZ, et al. AdWords, imágenes y ceguera a los banners. Um estudio com eye tracking”. **El profesional de la información**, v. 23, n. 3, p. 279-287, mayo-junio 2014.

PEREZ, C. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade.** São Paulo: Editora Thomson Learning, 2004.

REIMANN, M; CASTAÑO, R.; ZAICHKOWSKY, J.; BECHARA, A. How we relate to brands: Psychological and neurophysiological insights into consumer–brand relationships, **Journal of Consumer Psychology**, Volume 22, Issue 1, January 2012.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Ed. Zahar. Rio de Janeiro, 2011

TANGMANEE, C. Relationships Among Two Visual Attentions And Fixation Duration On An Ad Banner: An Exploration Through Eye-Tracking On Youtube. **Journal Of Global Business Issues** 7.1 (2013), p. 1-6. Business Source Complete. Web. 28 Apr.2014, 2014.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. Dimensões do consumo midiaticizado. In: II Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana – CONFIBERCOM, 2014, Braga. **Anais II Confibercom**. Braga: Universidade do Minho, 2014. p. 9.

VECCHIATO, G., TOPPI, J., ASTOLFI, L ET AL., “**Spectral EEG frontal asymmetries correlate with the experienced pleasantness of TV commercial advertisements**,” Medical and Biological Engineering and Computing, vol. 49, no. 5, pp. 579–583, 2011.WEBER, R. H. Internet of Things – New security and privacy challenges. Computer Law and Security Review, 26, 2013.

WEISER, M. **The computer of 21st century**. Pervasive Computing, 1991.

WEISER, M. "Some Computer Science Problems in Ubiquitous Computing,". **Communications of the ACM**, July 1993. (reprinted as "Ubiquitous Computing". Nikkei Electronics; December 6, 1993; pp. 137-143.)

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 4 ed. Lisboa: Editorial Presença, 2003.



## **Pseudo-compartilhamento ou Consumo Colaborativo?<sup>1</sup>**

Um diálogo de conceitos no mundo digital

Eva Jussara Carvalho Furtado<sup>2</sup>

### **Resumo**

O consumo colaborativo é uma tendência mercadológica que tem como exemplos a troca, escambo, empréstimo e reuso de bens materiais e imateriais. O compartilhamento, por outro lado, seria o ato de dar e receber propriedades alheias, num sentido mutualístico e voluntário, mas sem uma reciprocidade forçada. Para Belk, as iniciativas de consumo colaborativo se apropriam da definição de compartilhamento sem corresponder às características do conceito, tornando-se o que o autor chama de “pseudo-compartilhamento”. O objetivo desse artigo é entender a definição de compartilhamento e pseudo-compartilhamento e dialogar com a definição de consumo colaborativo, diferenciando os conceitos e identificando pontos comuns, de forma a contribuir teoricamente para esse tema de pesquisa.

### **Palavras-chave**

Compartilhamento; pseudo-compartilhamento; consumo colaborativo; reciprocidade; mundo digital

### **Introdução**

Russell Belk, da *York University*, no Canadá, tem desenvolvido ao longo dos últimos anos (2007, 2010, 2014a, 2014b) um extenso e detalhado trabalho sobre o conceito de compartilhamento, propriedade, posse e acesso.

Em contrapartida o consumo colaborativo vem sendo observado como tendência de mercado e incorporado aos estudos acadêmicos por autores como Botsman e Rogers (2011). Entretanto, por ser um fenômeno em ascensão e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de entretenimento e consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda pela USP. Email: [evafurtado@ymail.com](mailto:evafurtado@ymail.com)

constituição ainda está se descobrindo enquanto conceito e buscando seu lugar semântico de definição e diferenciação.

Estudar momentos e comportamentos em trânsito traz consigo as dificuldades de se estabelecer e áreas de interesse e encontrar por quês, consequências, exemplos e variações do fenômeno. Nesse ponto, esbarra com o que já está estabelecido da mesma forma que encontra nos clássicos o ponto de partida para entender o novo.

Colaboração, compartilhamento e cooperação são conceitos antigos já trabalhados por vários campos da ciência, entretanto ao serem aplicados a novos modelos correm o risco de invalidar ou revalidar definições, abrindo margem para críticas bem embasadas. É o caso do consumo colaborativo, que agrega dois conceitos fortes e complexos (consumo e colaboração) e que sofre duras críticas como a do autor Russell Belk.

Nesse artigo tentaremos arguir a definição de compartilhamento e pseudo-compartilhamento em Belk e dialogar criticamente com a definição de consumo colaborativo em Botsman e Rogers, diferenciando os conceitos e identificando pontos comuns, de forma a contribuir teoricamente para esse tema de pesquisa e para trabalhos futuros.

O que constatamos, ao final do raciocínio, é que o consumo colaborativo carrega consigo características do consumo tradicional (assinalado pelas trocas de mercado) e de compartilhamento (altruísmo e propriedade compartilhada), e é uma parcela da cultura participativa traduzida num modelo de negócios onde empresários e consumidores podem lucrar com o aspecto monetário do modelo e ainda assim estarem inclusos numa tendência de mercado pró-social e pró-ambiental.

## **Consumo colaborativo**

O consumo colaborativo é um modelo que resgata comportamentos tradicionais de partilha, empréstimo, troca, acrescidos de uma roupagem tecnológica: o acesso. No consumo colaborativo a posse perde importância em detrimento do acesso (RETT, 2014).

Hamari, Sjöklint e Ukkonen (2015) trazem duas definições muito interessantes para sintetizar o que é o consumo colaborativo. A primeira delas diz que (1) o consumo colaborativo é uma atividade baseada em *peer-to-peer* para obtenção, doação ou compartilhamento do acesso a bens e serviços, coordenados por serviços online baseados em comunidades. A segunda diz que (2) é um modelo econômico baseado no compartilhamento, troca, escambo, comércio, ou aluguel de produtos ou serviços dentro de uma comunidade em oposição à posse.

O que podemos extrair desses conceitos, e o que tomaremos como definição durante este texto, são alguns pontos essenciais para determinar e reconhecer uma iniciativa de consumo colaborativo. O primeiro ponto é a forte relação entre consumidores (*consumer-to-consumer*), onde o papel da empresa é reduzido, servindo muitas vezes como intermediária para o contato entre consumidores, o que explica porque quase 100% das iniciativas de consumo colaborativo só são acessíveis por sites ou aplicativos mobile, a figura humana da empresa pouco é vista. O segundo ponto é a criação de uma comunidade de usuários em torno do acesso a produtos e serviços – geralmente comunidades online, mas não exclusivamente. E o terceiro ponto é o encorajamento de um comportamento pró-social e/ou ambiental no que tange a redução da produção de bens materiais e prolongamento do uso dos produtos antes do descarte, sendo este terceiro ponto muitas vezes transparente para a maior parte dos usuários, mas existente mesmo que de forma indireta.

Para Botsman e Rogers (2011), o consumo colaborativo surge devido às tecnologias digitais e consegue superar modos ultrapassados de hiperconsumo, ao criar sistemas inovadores baseados em compartilhamento. Os autores sugerem três modelos para identificar *cases* e facilitar os estudos de consumo colaborativo: os *mercados de redistribuição*, os *sistemas de serviços de produtos* e os *estilos de vida colaborativos*.

Nos mercados de redistribuição os usuários passam a propriedade de um produto para outro usuário, seja em trocas livres ou na compra e venda de produtos usados. Em um sistema de serviço de produtos (SSP), um serviço permite que vários produtos, tanto de propriedade de uma empresa quanto indivíduo, sejam

compartilhados, como as lavanderias coletivas, sistemas de aluguel de carros e bicicletas ou um vizinho que empreste sua furadeira. E os estilos de vida colaborativos seriam aqueles onde há o consumo compartilhado de bens não tangíveis, como tempo, espaço, habilidades e até dinheiro, como nos sites *Couchsurfing* e *Blive*.

### **Compartilhamento e pseudo-compartilhamento**

Para Belk (2007, p. 127) o compartilhamento é o “ato e processo de distribuir o que é nosso para os outros para o seu uso e/ou o ato e o processo de receber algo dos outros para nosso uso”<sup>3</sup>. Isso incluiria o empréstimo voluntário, a mutualização, a alocação de recursos e o uso autorizado da propriedade pública.

Nós temos muitos comportamentos de compartilhamento nas nossas vidas. Desde dividir uma refeição familiar até hospedar um amigo em casa. Apesar de Belk (2010, p. 715) afirmar que há quem acredite que o compartilhamento vem diminuindo e hoje é só um vestígio do tempo que éramos mais interdependentes, ele acredita que o compartilhamento na verdade não diminuiu, o exemplo máximo é a internet, que é uma cornucópia de informações compartilhadas, onde nós ajudamos, damos conselhos e trocamos informações diariamente.

Os estudos de antropólogos sobre o compartilhamento de comida em sociedades humanas e animais tem geralmente concluído que o compartilhamento frequentemente encontrado na sociedade melhora a eficiência de uso dos recursos, aumenta a segurança disseminando sementes de obrigações recíprocas. Mas alguns pesquisadores sociais, dentre eles Belk (2010), começaram a argumentar que há mais para compartilhar do que isso e, especificamente, que o compartilhamento não é uma troca.

O autor utiliza o exemplo do compartilhamento familiar para reforçar a ideia de que não há troca no compartilhamento. Os integrantes de uma família tem a posse

---

<sup>3</sup> [TRADUÇÃO LIVRE] “[sharing is] the act and process of distributing what is ours to others for their use as well as the act and process of receiving something from others for our use.”

compartilhada dos bens (como a casa, a comida, o banheiro) e não necessitam de convite, não geram débitos e podem suscitar responsabilidades/custos assim como direitos/benefícios, que também são compartilhados. Em outras palavras, assim como todos tem direito de retirar comida da geladeira, todos tem uma função na manutenção ou limpeza da casa.

Muito do compartilhamento na internet também segue essa arquétipo, já que a informação disponível é pública, todos são proprietários, e não é preciso de permissão para acessar, entretanto envolve responsabilidades e direitos de todos os que têm acesso. No Wikipédia, por exemplo, ou em outra iniciativa *crowdsourcing*<sup>4</sup>, a informação é aberta e todos tem acesso, independente se você contribuiu ou não com aquele conhecimento. Entretanto se há algum erro na informação, ou uma atualização, é possível que uma contribuição seja dada ou um erro seja reportado. Resumindo, tem-se a responsabilidade e a preocupação de que a informação disponibilizada seja verídica.

Por outro lado, Belk (2014a) destaca o surgimento de modelos comerciais que se apoiam no conceito de compartilhamento, mas que de fato não o são. Pelo menos não nos termos da definição estabelecida por ele.

De fato, compartilhar se tornou a definição característica dos sites de redes sociais, Web 2.0, e talvez de toda a internet. Compartilhar se tornou sinônimo de participação online. Nesse âmbito, o pseudo-compartilhamento seria um relação de negócio mascarada como compartilhamento. Não é completamente indesejável, pode ser benéfico para todas as partes e também pode ser amigável ao meio ambiente, mas não é compartilhamento (BELK, 2014a, p. 11).

Numa pequena organização de compartilhamento de carros (*car sharing*) em uma pequena vizinhança na cidade de Göteborg na Suíça há por volta de 29 carros e 300 membros. Mas a organização não tem empregados, os próprios sócios se dividem

---

<sup>4</sup> *Crowdsourcing* é o processo de obtenção de serviços, idéias ou conteúdos solicitando contribuições de várias pessoas. É especialmente comum em comunidades on-line. Através dele, cada colaborador contribuiu com uma pequena parte do trabalho para gerar um resultado maior, como na enciclopédia on-line Wikipédia ou no software open source Linux. Esse conceito converge para o que Lévy (1999) chama de inteligência coletiva, ou seja, a combinação do conhecimento de várias pessoas em rede para criar um conhecimento maior.



para lavar, manter os carros, tomar decisões sobre segurança e como aceitar novos membros. Há um grande senso de comunidade e alguns membros temem que o grupo já esteja muito grande (BELK, 2014a, p. 14).

Em contrapartida os membros do Zipcar – maior organização de compartilhamento de carros do mundo, com centenas de milhares de usuários, milhares de carros e centenas de empregados – não sentem qualquer sentimento de apego à organização, ou aos carros, ou aos outros membros (BARDHI E ECKHARDT, 2012).

Apesar de os dois exemplos acima apresentarem o mesmo formato de iniciativa – o *car sharing* – pode-se perceber que há aspectos que o diferenciam, principalmente no que tange ao apego sentimental e ao senso de comunidade. São esses alguns dos elementos que Belk (2014a) utiliza para distinguir compartilhamento de pseudo-compartilhamento.

Bardhi e Eckhardt (2012) denominam o Zipcar como um modelo de consumo baseado no acesso (*access-based consumption*): transações que podem ser mercadologicamente mediadas onde não há transferência de propriedade (p. 881). Nesse ponto, para os autores, o acesso é similar ao compartilhamento por não haver transferência de propriedade, entretanto se distancia dele por não representar uma propriedade compartilhada, e sim um consumidor tendo acesso a um objeto. Além de que o acesso não é necessariamente altruísta ou pró-social como o compartilhamento.

O modelo do exemplo Zipcar, o consumo baseado no acesso, também pode ser entendido como uma das categorias de Botsman e Rogers (2011), os sistemas de serviço de produtos. E segundo o pensamento de Belk (2014a) podem ser considerado um pseudo-compartilhamento.

Outro exemplo utilizado por Belk (2014a) é o site *Couchsurfing* onde os quatro milhões de usuários cadastrados podem hospedar qualquer outro, de qualquer lugar do mundo, em sua própria casa, sem envolvimento financeiro, apenas solidariedade, a princípio. O site operou como uma organização sem fins lucrativos de 2004 a 2010, quando passou a ter fins lucrativos. O que rendeu muita insatisfação dos usuários, inclusive com uma petição assinada por oitocentos deles, já que para quem hospeda

ou é hospedado o valor criado é de comunidade, de ativismo e trocas culturais, portanto é incoerente que quem oferece o serviço esteja ganhando com a solidariedade dos outros.

Nesse ponto, mais uma vez cabe a distinção de um serviço similar, o *Airbnb*, onde é possível alugar um quarto, cama ou casa para outros dentro da comunidade. Nesse caso o senso de comunidade e solidariedade não é tão forte, visto que quem aluga está recebendo um valor por isso. Então temos mais uma vez a distinção entre compartilhamento e pseudo-compartilhamento, com a inclusão de mais algumas características de distinção: senso de comunidade e o envolvimento financeiro.

*Couchsurfing* e *Airbnb* estariam dentro do que Botsman e Rogers (2011) chamam de estilos de vida colaborativos, onde há o compartilhamento e a troca de bens não tangíveis. E como vimos, alguns dos exemplos podem ter caráter de compartilhamento e outros de pseudo-compartilhamento. Especificamente no caso do *Couchsurfing* essa distinção fica nublada pela mudança do caráter legal da iniciativa.

Para algumas pessoas, esses exemplos fazem todo o sentido e mostram a predominância do interesse próprio sobre um olhar romantizado de uma nova era edênica de compartilhamento. Outros, na contra mão, consideram que de fato há interesse próprio, mas que ele está junto com o interesse da comunidade. A promessa da economia do compartilhamento está em alinhar os interesses individuais e o bem da comunidade (BELK, 2014a).

### **Entre compartilhamento e troca de mercado**

Quando Russell Belk fala de pseudo-compartilhamento, a crítica é para modelos de negócio que se utilizam do termo compartilhamento, mas não correspondem as características do conceito. Muitos exemplos do consumo colaborativo poderiam ser facilmente enquadrados como pseudo-compartilhamento, já que a maioria envolve trocas comerciais, dinheiro e interesses pessoais. Entretanto, o consumo colaborativo é um fenômeno complexo que inclui muitos gradientes, e não pode ser facilmente

rotulado, principalmente no seu contexto digital, onde os conceitos do meio off-line ganham novas facetas.

Apesar de não necessariamente o consumo colaborativo ser pseudo-compartilhamento, Belk (2014b) não o caracteriza como compartilhamento de nenhuma forma. Para o autor, o consumo colaborativo exige reciprocidade, o que bate de frente com a principal característica do compartilhamento.

O autor diz que essa reciprocidade não é necessariamente financeira, mas existe. Por exemplo, em um grupo de troca de DVDs usados, apesar de não haver valores monetários envolvidos há uma obrigatoriedade da reciprocidade por parte dos participantes, ou seja, se alguém dá um DVD deve receber outro em troca.

Belk (2014b) define então o consumo colaborativo com pessoas coordenando a aquisição e distribuição de recursos por uma taxa ou compensação. Com a inclusão de outras compensações que não a monetária, a definição abrange também o escambo, comércio e troca. Mas essa definição de colaboração exclui atividades de compartilhamento como os do *Couchsurfing* porque não há nenhuma compensação envolvida. Em geral, para o autor, nenhum exemplo da categoria estilos de vida colaborativos seria consumo colaborativo, por estarem mais próximos do compartilhamento. Entretanto, como veremos a seguir, o terreno que o consumo colaborativo ocupa está entre o compartilhamento e a troca de mercado, com elementos dos dois.

Para Belk (2010), um dos pontos principais para o compartilhamento é a não-reciprocidade. Entretanto, como usualmente relaciona-se compartilhamento com troca, ele distingue a definição de compartilhamento do ato de presentear (*gift giving*) e da troca de mercadorias (*commodity exchange*). Na troca de presentes há uma não-reciprocidade apenas aparente, já que aquele que recebeu o presente sente-se em débito. Além de que a troca de presentes é um evento cerimonial enquanto que o ritual de compartilhamento não envolve uma cerimônia ou uma intenção de gerar *network*.

Em relação às trocas de mercado, e aqui se aproxima do contexto de consumo tradicional, de modo geral, tem-se a troca de mercadorias geralmente por dinheiro, ou

outra mercadoria. Nesse caso é um comportamento recíproco, calculado, impessoal e onde há uma relação quantitativa com os objetos (a distinção dos três comportamentos pode ser vista melhor na figura abaixo).

Sharing	Gift giving	Commodity exchange
1. Mothering 2. Pooling and allocation of household resources	The perfect gift (Della and Jim in "The Gift of the Magi")	Buying bread at a store for money
Nonreciprocal	Nonreciprocal in appearance; reciprocal exchange in practice	Reciprocal
Social links to others	Nonobligatory in appearance; obligatory in practice	Balanced exchange
De facto or de jure shared ownership or usufruct rights	Transfer of ownership	No lingering obligations
Money irrelevant	Thought that counts	Transfer of ownership
Singular objects	Sacrifice; luxury	Monetary
Networked inclusion	To please recipient	Nonsingular
Inalienable	Nonfungible	Partible commodities
Personal	Singularizes objects	Calculation
Dependent	Wrappings; ceremony	Inspection
Sharing context	Lingering imbalance	Alienable
Social reproduction	Networked inclusion	Impersonal
Nonceremonial	Inalienable	Independent
Love, caring	Personal; dependent	Trade/barter context
	Gift giving/alliance-formation context	Quantitative relations between objects
	Qualitative relations between people	
	Thank yous	

Figura 1: Arquétipos e características que distingue compartilhamento, ritual de dar presentes e troca de mercadoria. Fonte: Belk, 2010, p. 721, adaptado.

Essa discussão criada por Belk (2010) é importante porque aparentemente o consumo colaborativo concentra características desses três comportamentos, mas não se encaixa dentro de nenhum deles. Para facilitar o entendimento vamos utilizar o exemplo do Freecycle.org. Neste site, classificado por Botsman e Rogers (2011) como um mercado de redistribuição, é possível doar um objeto para quem necessitar, desde os estrabos de uma cama até um telefone sem fio quebrado.

Conforme a figura 1, o *Freecycle* poderia ser um exemplo de compartilhamento por não ser recíproco, já que eu não preciso receber algo em troca para oferecer meu objeto em desuso. Entretanto não poderia ser compartilhamento por ser uma transferência de propriedade, e não uma propriedade compartilhada.

Nos termos da troca de presentes, o *Freecycle* poderia se encaixar por ser justamente uma transferência de propriedade entre pares (caráter pessoal) com geração de gratidão e débito por quem é favorecido. Entretanto, não envolve um sacrifício do doador ou um luxo para quem recebe o objeto, e nem ao menos se caracteriza como um presente.

Por último, se formos analisar com base nas trocas de mercado o *Freecycle* se encaixaria levando em conta a característica também da transferência de propriedade (aspecto alienável), somado ao caráter calculável e inspecionável. Por exemplo, alguém só aceitaria o telefone sem fio quebrado se ele fosse passível de conserto, ou seja, eu posso escolher tê-lo ou não. Mas por outro lado, o *Freecycle* não envolve trocas monetárias e não é impessoal, no sentido de que o indivíduo se relaciona diretamente com a pessoa que doou um objeto.

Na verdade, as características do consumo colaborativo o colocam próximo ao compartilhamento e a troca de mercado (Belk, 2014b) e um pouco mais distante das trocas de presentes. Pois o envolvimento financeiro é visto em boa parte dos modelos, simultaneamente ao aspecto altruísta e pró-social, mesmo que não seja sentido por todos os participantes.

O que podemos constatar é que o consumo colaborativo carrega consigo características do consumo tradicional (assinalado pelas trocas de mercado) e de compartilhamento (altruísmo e propriedade compartilhada). E é uma adaptação da cultura participativa a um modelo de negócios, portanto o empresário pode lucrar com o aspecto monetário e estar incluso numa tendência de mercado pró-social e pró-ambiental.

Talvez por isso modelos de consumo colaborativo estejam se tornando tão comuns, apesar de o compartilhamento também ser amplamente difundido na internet, quase como uma regra de interação, já que é mais fácil imaginar o compartilhamento de bens intangíveis como informação, opiniões, imagens e ideias. Principalmente no mundo onde essas coisas estão em formato digital e nós as mantemos através do compartilhamento (BELK, 2007).



É válido por em debate o conceito de Belk sobre o consumo colaborativo para esclarecer mais um ponto de aproximação entre compartilhamento e consumo colaborativo. Belk (2014b) afirma que o consumo colaborativo é recíproco, obrigatoriamente. Entretanto alguns podem dizer que ao por a disposição um objeto no Freecycle, utilizar um sistema de aluguel de bicicletas ou emprestar uma furadeira no Tem Açúcar eu não estou esperando algo em troca, portanto não seria recíproco.

Mas por outro lado Botsman e Rogers (2011) e Rilling et al (2002) mencionam o termo *reciprocidade indireta*. Na reciprocidade direta, indivíduos dispensam favores. E esses favores são retornados de uma forma ou outra pela pessoa que os recebeu. Na reciprocidade indireta, o favor é retornado por uma terceira parte (RILLING ET AL, 2002, p. 395).

A função da comunidade é muito forte para a criação da reciprocidade indireta, pois ao emprestar uma furadeira, por exemplo, o usuário pode até não receber um pagamento em troca, ou outro objeto como garantia do retorno, mas em algum momento outra pessoa dentro da comunidade poderá lhe emprestar. Ou seja, apesar de não receber uma compensação diretamente da pessoa para qual emprestou, o usuário receberá a compensação de outra, como num ciclo de ajudas.

Apesar do conceito de compartilhamento de Belk ser não-recíproco, no *Couchsurfing*, um dos exemplos que o autor utiliza, há reciprocidade indireta. Pois apesar de o usuário não receber algo em troca por ter hospedado alguém, ele, através da comunidade, terá a chance de ser hospedado por outro usuário e receber sua compensação de outro indivíduo do ciclo. O que é um adendo para a interpretação do conceito de compartilhamento.

Outra observação possível é quanto ao senso de comunidade tido por Belk como outra característica fundamental do compartilhamento. Ao estar participando em comunidades como *Couchsurfing*, *Tem Açúcar* ou *Freecycle* o fato de o usuário entender a existência da reciprocidade indireta, faz o seu senso de comunidade ser um ponto alto do modelo. Ou seja, a comunidade em si é o maior bem compartilhado por quem está dentro da comunidade e tem acesso tanto aos seus benefícios quanto às

suas responsabilidades. O que aproxima, mais uma vez o conceito de compartilhamento e consumo colaborativo.

A tabela abaixo resume as diferenças e semelhanças entre o compartilhamento e o consumo colaborativo e complementa com outros elementos e palavras-chave.

<b>COMPARTILHAMENTO</b> Sharing (Belk)	<b>PSEUDO-COMPARTILHAMENTO</b> Pseudo-Sharing (Belk)	<b>CONSUMO COLABORATIVO</b> Em Botsman e Rogers (2010)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sem reciprocidade</li> <li>- Relação não comercial</li> <li>- Sentimento afetivo</li> <li>- Propriedade compartilhada</li> <li>- Não há envolvimento financeiro</li> <li>- Senso de comunidade</li> <li>- Motivações coletivas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reciprocidade</li> <li>- Relação comercial</li> <li>- Sentimento não-afetivo</li> <li>- Propriedade alugada/emprestada</li> <li>- Há envolvimento financeiro</li> <li>- Não há senso de comunidade</li> <li>- Motivações individuais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reciprocidade/Reciprocidade indireta</li> <li>- Relação comercial ou não</li> <li>- Sentimento afetivo ou não</li> <li>- Propriedade compartilhada, transferida, alugada, emprestada</li> <li>- Pode haver ou não envolvimento financeiro</li> <li>- Senso de comunidade</li> <li>- Motivações coletivas e individuais ao mesmo tempo</li> </ul>

Figura 2: Características do compartilhamento, pseudo-compartilhamento e consumo colaborativo.  
Fonte: autora.

A reciprocidade indireta pode inclusive ser relacionada com o conceito de dilema social (WIENER E DOESCHER, 1991), no qual para cooperar o indivíduo precisa acreditar que os outros também estão cooperando e, portanto, se muitos cooperarem, o benefício de todos é atingido apesar de o indivíduo mencionado ter feito um sacrifício pessoal maior que a sua parcela de ganho no benefício coletivo. De forma similar, quem hospeda um desconhecido na sua casa deve acreditar que outros estão hospedando e que a comunidade está ganhando mesmo se ele próprio nunca usufruir do benefício da comunidade.

## Considerações finais

Como vimos ao longo da discussão, a dificuldade de posicionar o consumo colaborativo dentre os estudos do consumo e os estudos de colaboração e compartilhamento traz dificuldades semânticas e de interpretação que o distanciam de um delineamento concreto e absoluto. É preciso vê-lo pela visão do marketing, pela visão da sociologia, dos estudos de internet e pela visão da comunicação, visto que ao ser um canal de comunicação pelo consumo, traduz ideias, posicionamentos e interações entre consumidores e marcas na cultura da participação (Jenkins, 2009).

Não tomamos aqui, o partido da definição de Botsman e Rogers (2011) nem das críticas de Belk. Por outro lado, buscamos encontrar pontos em comum nos dois discursos para esclarecer o quão dúbio e instável ainda estão as discussões sobre o consumo colaborativo. Dessa forma, sugere-se esse como um campo de estudo ainda pouco explorado mas com inúmeras possibilidades de investigação que possam ampliar e consolidar a existência desse remodelado modelo de negócios e também remodelado estilo de vida.

Concluindo, como afirma Kaufman e Roza (2013), nós estamos escrevendo aos poucos uma nova sociedade com uma relação inédita entre indivíduos e coletivo. Na internet, fica mais claro como somos tão dependentes de conteúdo, de aprovação, de engajamento e de laços com outros usuários e instituições tão importantes quanto nós. Independente se eles estão cooperando ou colaborando, compartilhando ou “pseudo-compartilhando”, o fato é que estão participando e construindo a rede das redes.

## Referências bibliográficas

BARDHI, F.; ECKHARDT, G. Access based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, v. 39, n. 4, p. 881-898, 2012. Disponível em: <[http://www.jstor.org/stable/10.1086/666376?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/10.1086/666376?seq=1#page_scan_tab_contents)>. Acesso em: 20 abr. 2015.

BELK, R. Why Not Share Rather Than Own? *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, v. 611, n. 126, 2007.

\_\_\_\_\_. Sharing. *Journal of Consumer Research*, v.36, n.5, p.715-734, fev. 2010.

\_\_\_\_\_. Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0. *The Anthropologist*, v. 18, n. 1, p. 7-23, 2014a. Disponível em: <[http://www.krepublishers.com/02-Journals/T-Anth/Anth-18-0-000-14-Web/Anth-18-1-000-14-Abst-PDF/T-ANTH-18-1-007-14-1106-Belk-Russ/T-ANTH-18-1-007-14-1106-Belk-Russ-Tx\[2\].pdf](http://www.krepublishers.com/02-Journals/T-Anth/Anth-18-0-000-14-Web/Anth-18-1-000-14-Abst-PDF/T-ANTH-18-1-007-14-1106-Belk-Russ/T-ANTH-18-1-007-14-1106-Belk-Russ-Tx[2].pdf)>. Acesso em: 20 abr. 2015.

\_\_\_\_\_. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, v. 67, n. 8, p. 1595-1600, ago. 2014b. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>>. Acesso em: 20 abr. 2014.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Porto Alegre: Bookman, 2011.

HAMARI, J., SJÖKLINT, M., & UKKONEN, A. The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 2015. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2271971](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2271971)>. Acesso em: 20 abr. 2015.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

KAUFMAN, D.; ROZA, E. *Empresas e consumidores em rede: um estudo das práticas colaborativas no Brasil*. São Paulo: Annablume, 2013

LÉVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.

RETT, L. Marcas e consumo colaborativo: um novo modelo de negócios?. In: *Anais do V Pró-Pesq PP - Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda São Paulo*: INMOD / ABP2 / PPGCOM-ECA-USP, p. 1552-1563. 2014.

RILLING, J. K. et al. A neural basis for social cooperation. *Neuron*, v. 35, p. 395-405, July 2002.

WIENER, J. L.; DOESCHER, T. A. A framework for promoting cooperation. *Journal of Marketing*, v. 55, n. 2, p. 38-47, abr. 1991. Disponível em: <[www.jstor.org/stable/1252236](http://www.jstor.org/stable/1252236)>. Acesso em: 30 ago. 2014.

## **Dia da Rua na orla da Zona Sul<sup>1</sup>** Territorialidade, manifestações e branding

Flávia Dias<sup>2</sup>

### **Resumo**

As manifestações culturais estão cada vez mais frequentes no Rio de Janeiro. A partir dessa aceitação e gosto popular por eventos gratuitos e em locais públicos, algumas marcas promovem eventos a fim de se aproximar do público alvo, sem o intuito direto de venda. Analisa-se aqui o Dia da Rua, que deixou de ser um evento colaborativo cultural para ser patrocinado pela marca carioca Farm.

### **Palavras-chave**

Territorialidade; cidade; tribos; manifestação cultural; branding.

### **A pesquisa**

Nos últimos anos, a cidade do Rio de Janeiro vem ganhando novas significações a partir das manifestações artísticas e culturais. Vive-se agora um boom de práticas culturais que buscam ocupar espaços urbanos públicos de forma democrática para expressar uma ideologia, gerar conversas significativas, interação entre pessoas e trocas de conhecimentos. A cidade torna-se um grande palco de convergência, imaginários e afirmação de identidades. Segundo Néstor Canclini (2008), não atuamos apenas nos mapas da cidade, mas também na cartografia emocional dos espaços.

A partir desse cenário, a pesquisa analisa de que forma essas manifestações proporcionam uma resignificação na territorialidade. O objeto analisado é o evento Dia da Rua, da marca Farm, que promove, desde 2008, um dia de entretenimento na orla do Leblon ao Arpoador. A marca de roupas é uma das patrocinadoras e se apropria do evento para fortalecer seu *branding* e ter destaque com seu público-alvo, morador da região. Nesse contexto, percebe-se as artes de fazer do cotidiano de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela UFRJ. Email: [flaviadiasss@gmail.com](mailto:flaviadiasss@gmail.com)



Michel De Certeau (1998), os conceitos de cidade polifônica de Massimo Canevacci (1997) e a reterritorialização de Deleuze e Guattari (1997).

A pesquisa qualitativa procurou, a partir de uma observação participante, compreender a participação dos atores (produtores, músicos, público) durante o evento com suas ações e performances; analisar o público frequentador; e acompanhar a movimentação de caminhada ao longo da orla. Também utilizou-se a técnica de entrevista em profundidade para entender o ponto de vista dos músicos e do público sobre o Dia da Rua e as manifestações culturais da cidade.

A Farm promove o dia de entretenimento para se aproximar do público-alvo e de novos consumidores, passando a ideia de que são fomentadores de práticas culturais na zona sul. Os consumidores da marca são um nicho específico, considerado aqui como uma tribo baseada no consumo, a partir dos conceitos de Michel Maffesoli (2003).

### **Cidade em movimento**

Nos últimos anos, as manifestações artísticas e culturais tem tido destaque na cidade do Rio de Janeiro. O papel de Cidade Maravilhosa, do futebol do Flamengo e dos desfiles de escola de samba é deixado um pouco de lado. Emerge agora o Rio do carnaval de rua, das rodas de samba pelas ruas do centro, da intervenção no Jardim do MAM, das performances na praia, etc.

Desde as manifestações de 2013, fala-se muito em ocupação de espaços, manifestação passiva (sem violência), expressão popular e outros termos ligados a essa cede por espaço de fala e democracia. Vive-se agora um *boom* de práticas culturais que buscam ocupar espaços urbanos públicos (ruas, praças, praias) de forma democrática com o objetivo de expressar uma ideologia (não necessariamente político-partidária), gerar conversas significativas, interação entre pessoas, trocas de conhecimentos e energias.

No caso do Rio, há um cenário delicado de insatisfação nacional e estadual. Percebe-se uma tendência a ocupação das ruas do Centro, da área de construção do Porto Maravilha e próximo ao Maracanã, e uma tentativa popular de resgatar os

espaços que estão abandonados seja pelo poder público ou pela população e dar novo sentido ao “local morto”.

A cidade do Rio de Janeiro é representativa dessas dinâmicas em que os espaços são redefinidos seguindo os “fluxos” e os “fixos”, as continuidades e as descontinuidades cotidianas são balizadas por modos de estar, de vivenciar e de experienciar os locais e lugares por meio de uma prática cultural glocal, a qual, em virtude de todos os seus possíveis movimentos contrastantes entre distâncias e proximidades, “faz também redescobrir a corporeidade”. (HERSCHMANN, FERNANDES, 2014, p. 14)

Devido a essas tentativas de ocupação pontuais, nota-se lugares dúbios que ora são publicamente tomados e festejados e ora são individuais, mas ao mesmo tempo dão vida a cidade. Entende-se cidade como uma teia de relações e significados.

Trata-se de um grande palco de convergência, imaginários e afirmação de identidades. Segundo Néstor Canclini, “não atuamos na cidade só pela orientação que nos dão os mapas ou GPS, mas também pelas cartografias mentais e emocionais que variam segundo os modos pessoais de experimentar as interações sociais” (2008, p.15). A cidade, não é apenas as construções e objetos materiais, é todas as cenas cotidianas que nela se expressam a cada minuto, são as interações e vivências.

Já Massimo Canevacci explica que as mesclas híbridas das metrópoles conseguem atingir, em sincronia de tempos, espaços distintos. Para ele, “compreender uma cidade significa colher fragmentos. É lançar entre eles estranhas pontes, por intermédio das quais seja possível encontrar uma pluralidade de significados. Ou de encruzilhadas herméticas” (1997, p 35).

As sociabilidades empregadas em um espaço constituem uma vivência daquele grupo, naquele momento e assim um mesmo local pode ter significações diversas. Dessa forma, a territorialidade pode ser compreendida a partir de vários olhares como fala Michel de Certeau sobre as “artes do fazer” no cotidiano. Para o autor, “planejar a cidade é ao mesmo tempo pensar na própria pluralidade do real e dar efetividade a este pensamento no plural: é saber e poder articular.” (1998, p. 172).

Considera-se a urbe como espaço comunicacional-interacional onde surgem dinâmicas socioculturais, modos de presença, apropriações e significações.

O território é o produto de uma territorialização dos meios e ritmos [...] Precisamente há território a partir do momento em que componentes de meios param de ser direcionais para se tornarem dimensionais, quando eles param de ser funcionais para se tornarem expressivos [...] A territorialização é o ato do ritmo tornado expressivo, ou dos componentes de meios tornados qualitativos. (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p. 120)

É necessário abordar a cidade como um locus de comunicabilidade (qualidade daquilo que é comunicável), que dialoga constantemente, construindo espaços comunicantes de cultura. O conjunto objeto, homem, natureza, tempo, local e relações é o que arquiteta sentidos a territorialidade.

Nesse contexto já apresentado, destaca-se a música de rua que é produzida e promovida de forma espontânea e apresenta-se como uma prática festiva e capaz de mobilizar um público expressivo para manifestações. Essas territorialidade sônico-musicais (HERSCHMANN e FERNANDES, 2012) modificam (mesmo que de forma temporária) o espaço e geram novas cartografias. “É a partir, portanto, da experiência sensível na cidade que se podem compreender as musicabilidades, ou seja, as práticas socioculturais que têm como élan a música” (FERNANDES, 2011 apud HERSCHMANN e FERNANDES, 2014).

Os músicos amadores ou profissionais são os atores fundamentais desse território por fomentarem entretenimento ou ativismo musical, suscitando uma experiência diferenciada ao público. A partir da observação, infere-se que os agrupamentos musicais espontâneos/esporádicos ou agendados potencializam encontros e afetividades, sendo a música o principal elemento.

Tudo que eu fiz e faço até hoje foi por intermédio da ProArte. [...] Se eu começasse com esporte mais novo, eu seria esportista e não músico. O que eu sinto é só de ver a galera. Tu tá tocando assim e ver a galera se divertindo. Eu adoro me divertir e conseguir transferir esse sentimento pras outras pessoas. O fato de você tá fazendo alguém dançar, chorar, ou que seja, se emocionar é muito maravilhoso. Eu fico 13, 14 horas tocando direto pra alegrar a galera em troca da felicidade. No carnaval, eu nem ganho muito dinheiro e o pouco que ganho, eu bebo. Eu não sou ambicioso, eu sou criança mesmo. (CISÃO, 2015)<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Trecho da entrevista do músico Tarcísio Cisão, em vídeo de Julia Karam disponibilizado no Youtube.

A miscelânea do grupo, o tipo de música, as características geográficas e de arquitetura do local geram uma resignificação para o espaço durante aquela ação e influenciam a curto ou longo prazo na urbes. Como é o caso da rua do Ouvidor e da Pedra do Sal, que já são conhecidos pela presença agendada de rodas de samba.

Durante a presença constante no meio dos grupos de música, percebe-se um discurso voltado para o ativismo musical de rua (HERSCHAMANN, 2010 e 2011), o qual é bem diferente das lutas sociais da décadas de 60 e 70, pois não tem agendas definidas ou hierarquias. Na verdade, possui características mais similares ao ciberativismo abordado por Malini e Antoun (2013), pois os encontros são promovidos por coletivos e combinados via redes sociais. É um tipo de manifestação que começa no meio online e se concretiza com práticas presenciais no meio off-line.

Além da música, o contexto e os atores, há outro fator fundamental para que esse movimento dê certo: a experiência. A presença física e a participação seja cantando com o grupo, dançando algo coreografado, usando fantasias ou roupas específicas é de suma importância para se sentir integrado.

A música ao vivo (shows, bailes, festas) é uma das mais apreciadas experiências do usuário. É o corpo ganhando relato e vivência. Segundo Gabriel García Márquez, “não é uma questão de estudar, e sim, de viver”. Ou seja não basta compreender o movimento, mas sim experienciá-lo.



Figura 1: Grupo Amigos da Onça no Centro (Foto cedida pelo grupo)

Apesar de ressaltar as ações no Centro da cidade, essas práticas extrapolam esses espaços e acontecem também em outras zonas da cidade como a norte e a sul. Porém há diferentes modos de fazer (DE CERTEAU, 1998) porque cada grupo atua de um jeito e o território também influencia tanto no que é permitido, quanto na recepção. Entende-se território como espaço físico e estrutural, bairro e características sociopolíticas e econômicas do local.

### **Nas ruas de Ipanema**

Nesse contexto apresentado, a presente pesquisa dá destaque ao Dia da Rua, festival de entretenimento com música e ocupação urbana, que acontece na Zona Sul do Rio, desde 2008, com diversas ações concentradas em Ipanema. O evento é promovido pela marca carioca Farm e reúne centenas de pessoas ao longo de parte da orla (Leblon – Arpoador), durante o domingo.

Os bairros de Ipanema e Leblon são os mais nobres da região e mais conhecidos pelas praias por turistas. Segundo pesquisa do IBGE, censo de 2010, o rendimento nominal médio mensal dos moradores é superior a R\$ 6.500, 00 e o metro quadrado dos imóveis está dentre os mais caros do país. O comércio de luxo também é uma das características dos bairros. Galerias e shopping abrigam famosas joalherias e grandes marcas internacionais. Os locais também tem forte presença jovem tanto na praia quanto vida noturna de bares e festas.

Este ano, o projeto Dia da Rua chegou a sexta edição e integrou o calendário das comemorações do Rio 450 anos com patrocínios da Prefeitura do Rio de Janeiro e da Escola Parque. O objetivo é colocar a rua como palco de diversas manifestações culturais como música, cinema, oficinas e trocas materiais.



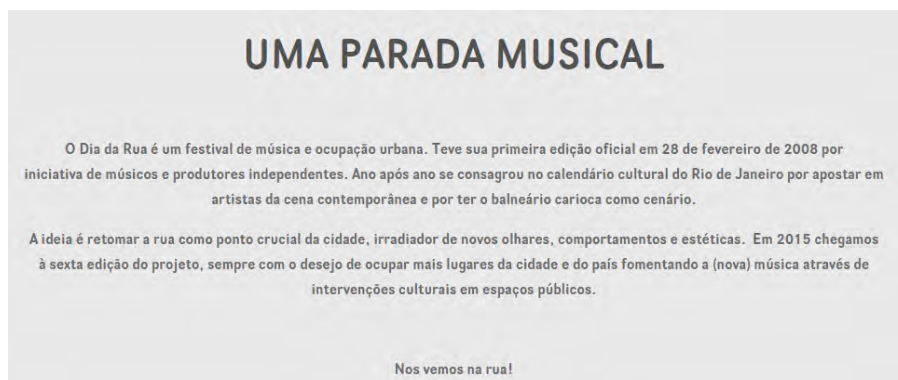


Figura 2: Descrição do evento no site [www.diadarua.com.br](http://www.diadarua.com.br)

A grande evidência do Dia da Rua são os músicos e bandas independentes que se apresentam na orla durante a tarde de domingo. Muitas pessoas estão na praia e começam a subir para pista quando a música começa, outras vem de bairros distantes porque souberam do evento ou conhecem a banda.

Vim pra ver o BQVC porque sou amigo do Bruno e ele me falou que ia tocar e achei maneiro. Ele faz umas paradas de eletrônico e a irmã dele que toca clarinete vai tocar junto. Acho que vai ser muito louco misturar duas coisas que não tem nada a ver. Vim mais por ser amigo e pela curiosidade também. (ABREU, 2016)<sup>4</sup>

Em 2015, foram oito pontos musicais com pelo menos duas atrações cada que faziam apresentações com duração de 40 minutos a uma hora. Cada “palco” conta com toda estrutura necessária como produção, caixas de som, mesas de regulagens, etc. O ponto um estava localizado no final do Leblon; o dois na rua Bartolomeu Mitre; o três no Jardim de Alah; e assim por diante até o ponto oito no Arpoador.

Cada ponto começa com a diferença de 20 minutos do anterior. O intuito é que as pessoas assistam a apresentação e caminhem para o próximo ponto, fazendo uma real ocupação da pista em busca de mais shows. Dessa forma, a territorialidade é evidente ao ver que a rua que, constantemente é tomada por ciclistas, patinadores e skatistas, passa a ser espaço de grupos de amigos e famílias caminhando juntos.

<sup>4</sup> Entrevista com Vithor Abreu, 26 anos, fotógrafo, que caminhava pela orla de Ipanema. Em 24 de maio de 2015.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
 XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
 Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
 Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.



Figura 3: Imagem retirada do site [www.farmrio.com.br](http://www.farmrio.com.br)

O espaço físico ganha ressignificação devido aos minipalcos que ocupam parte da rua, não apenas por conta da estrutura, mas porque aquele trecho fica tomado por pessoas em pé ou sentadas no asfalto assistindo ao show. A pista que em todos os finais de semana é repleta de esportistas, nesse dia se transforma.



Figura 4: Apresentação de bandas na Orla. (Foto: I hate flash)

Pode-se dizer que a música proporciona uma série de interações sociais naquele meio e é o elemento que possibilita imprimir um novo significado, o que Deleuze chama de reterritorialização do espaço urbano. “Qualquer coisa pode fazer às vezes da reterritorialização, isto é, “valer pelo” território perdido; com efeito, a

reterritorialização pode ser feita sobre um ser, sobre um objeto, sobre um livro, sobre um aparelho, sobre um sistema...” (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p. 224)

Além de show, teve Cine Rua, no Arpoador, com apresentação do filme A Batalha do Passinho, do Emílio Domingues. E também o curta Angola, gravado e dirigido pelo cantor Silva, durante viagem onde conheceu mais a cultura do local.



Figura 5: Troca Amor móvel (Foto: Torrada Torrada)

Nesta edição surgiu o Troca Amor, em parceria com a Satrápia, agência carioca de benfeitorias, transformaram o Farm Móvel (trailer de escritório itinerante) numa loja solidária, fazendo troca de peças e acessórios da marca por trabalho voluntário em 14 instituições previamente selecionadas. Para cada peça havia um tipo de serviço. A pessoa escolhia, cadastrava e tem dois meses para realizar o voluntariado. Somente após ter completado poderá retirar a peça em uma das lojas.

### **Músicos na rua**

Apesar de ser composto por várias ações, o que mais chama atenção são as bandas que contam com estruturas de som que garantem a qualidade sonora e pequenos cenários de fundo que tornam a apresentação lúdica. Porém nem sempre foi desse jeito. O projeto inicial foi idealizado por Kinho, em 2007, após ver um show de Jerônimo no Pelourinho e pensou que deveria haver mais ocupação musical no Rio.

No começo, as bandas tocavam em uma única esquina do Leblon e depois surgiu a ideia de serem várias bandas ao mesmo tempo. No ano seguinte, já havia



amigos e parceiros ajudando e em 2011, ele procurou o patrocínio da Farm. A partir de então a ocupação musical passou a integrar o Dia da Rua.

A gente tá desde 2007 falando de ocupação de rua. Estávamos ali no início do que estava começando a vibrar na cidade: a vontade de ocupar! Hoje em dia, estamos vendo esse florescimento de vários coletivos que tem como base a proposta de ocupação do espaço público e eu acho que isso é uma nova ordem mundial. [...] É a vontade de coletivizar e tomar esse espaço como encontro de todos. (KINHO, 2015)<sup>5</sup>

O DJ e produtor musical Bruno Queiroz esteve presente nesta edição com o projeto BQVC, que traz música eletrônica em live sets e jams sessions. A convidada para a apresentação foi a própria irmã Joana Queiroz, que é clarinetista e compositora e gostou de formar uma dupla inusitada e do evento de rua. “A gente volta e meia toca juntos, bem solto e improvisado e posso usar os efeitos eletrônicos. (...) Todos os aspectos são legais de tocar na rua e trocar com pessoas que normalmente você não teria esse contato.” Joana Queiroz, entrevista.

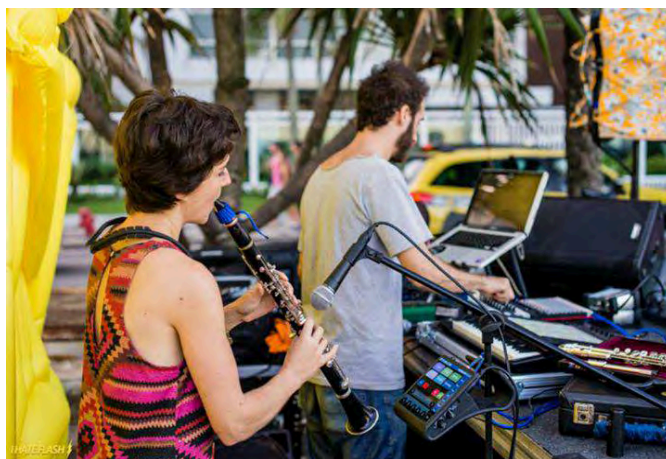


Figura 6: BQVC e Joana Queiroz em apresentação. (Foto: I hate flash)

Bruno participou de vários projetos musicais no Brasil e em outros países. Ele acredita que a rua proporciona algo diferente tanto pro músico, quanto para o público, valorizando cada vez mais a experiência. A estrutura montada pela Farm e a situação de surpreender as pessoas que passam pela Orla favorecem a interação.

<sup>5</sup> Entrevista com Kinho, produtor cultural e idealizador do dia da Rua. Em 22 de maio de 2015.

De forma geral, na rua as pessoas estão mais relaxadas. Quando você vai ao show ou teatro você já tem uma conduta, mas na rua não. As pessoas não estão com tanta expectativa, então estão mais abertas pra se surpreender, então a experiência é bem legal! Eu entendo que a rua é de todo mundo e também das marcas e empresas. De alguma forma é preciso capitalizar e todos estão capitalizando e ocupando. (QUEIROZ, 2015)<sup>6</sup>

Durante a observação, questiona-se o que tem mais destaque no evento: a música e as ações ou a própria marca patrocinadora. Não se pode negar que o dia de entretenimento movimenta pessoas daquele bairro e de outros, influenciando na territorialidade comum e até mesmo na economia informal.

A questão aqui é a grande evidência da marca como produtora e fomentadora. Segundo Kinho (2015), a integração do projeto se deu por vários motivos:

A percepção das pessoas é maior sobre a Farm. Eu não vejo isso com um olhar demonizador e acho que não tem mais sentido pensar que estamos contra eles. É uma coisa que a gente pode trocar com o poder público, com a iniciativa privada. Isso não pode ser uma barreira pra gente enquanto pensador e ativista. Se a gente quiser ficar num circuito totalmente off, talvez não seja produtivo pro próprio movimento. Tem que espalhar isso mesmo, é uma forma de conseguir colocar nesses setores uma coisa diferente e nova. Também a questão da viabilidade é algo complicado pra produtores independentes, uma iniciativa inusitada que parte de um sonho de músico e a gente precisa de parceiros pra chegar em lugares maiores.

Outros músicos participantes também acreditam que a ocupação da rua é a principal ênfase do evento. Em algumas entrevistas, a produção artística foi citada como elemento primordial no contexto de violência e medo na cidade do Rio de Janeiro, onde as pessoas tem medo de sair nas ruas.

As pessoas estão sem fazer nada, vem pra pegar um sol, então é ideal pra apresentar o trabalho que a gente faz. Uma forma de ocupação da rua pra uma cidade violenta como o Rio de Janeiro tem tudo a ver e acho legal que a arte venha pra rua. Não é só violência, tem também a beleza que as pessoas produzem. (CAPUCHO, 2015)<sup>7</sup>

Em conversa com músicos e artistas foi possível comprovar que o experienciar é a principal evidência do Dia da Rua. O ato de experimentar o “palco” diferente, o contato mais próximo entre artista e público, a recepção das pessoas que são abordadas, conhecer o novo foram respostas citadas diversas vezes.

<sup>6</sup> Entrevista com Bruno Queiroz, músico, DJ e produtor. Em 24 de maio de 2015.

<sup>7</sup> Entrevista com Luís Capucho, compositor e cantor. Em 24 de maio de 2015.



Apesar disso, é inegável o grande destaque da Farm como fomentadora de cultura na rua. A maioria do público entrevistado sobre o evento citou a marca de forma positiva e afirmaram que eventos como esse são considerados na hora de comprar uma peça de roupa. Segundo José Roberto Martins, “as pessoas se sentem valorizadas com pequenas e grandes ações das marcas” (2006, 174).

O trabalho de marketing desenvolvido no evento reforça características da empresa nas estampas de caixa de som e nas cores e tipografias de placas de sinalização na orla. Dessa forma e com a percepção das pessoas, o dia de entretenimento agrega valor à marca e fortalece o *branding* com o relacionamento direto com o público alvo e reforçando o *lifestyle cool*.

### **Roupas e estilo que identificam**

Já falou-se aqui sobre as especificidades do bairro de Ipanema e seus respectivos moradores, porém essa ideia é reforçada quando analisa-se o público do festival. Jovens com cerca de 13 a 30 anos, notoriamente de classe socioeconômica A e B caminhavam pela orla em grupos de amigos, casais ou com animais de estimação.

A roupa evidencia o *lifestyle* Farm e a proposta garota de Ipanema. Meninas com vestidos e casaquinhos floridos e com estampas de cores fortes, os cabelos arrumados e a maquiagem perfeita às 15h para caminhar na orla. Os rapazes, também arrumados, seguiam o estilo “carioca zona sul” com camiseta e bermudas de marcas e sempre carregando o *long board*. Apesar de ser um evento na praia, não se via muitas pessoas de roupas de banho ou sujas de areia ou mesmo molhadas do mar.

A rua era ocupada por jovens daquela região que estavam participando de uma manifestação cultural promovida por uma marca famosa do meio. Ninguém parecia ter problemas com o fato de que publicidade e *branding* estavam atrelados. “A gente tá ocupando a rua com cultura, música, arte. Em vários lugares do mundo fazem isso então porque não ter aqui também? Vou encontrar minhas amigas e vamos andar vendo algumas bandas legais e fazer parte disso.” (DANTAS, 2015)<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Entrevista com Beatriz Dantas, 22 anos, universitária, moradora de Ipanema e consumidora da Farm. Em 24 de maio de 2015.

Nota-se uma identidade grupal, caracterizada não apenas pelo território, mas pelo modo de vida. Relacionando cidade e identidade, Rossana Reguillo (2005) propõe uma discussão sobre o papel de cada um na configuração tanto do pensamento sobre o espaço como as práticas que os atores urbanos produzem. Para ela a urbes deve ser vista como uma rede heterogênea que mobiliza usos e diferentes imaginários:

Quer dizer, que além de suas determinações estruturais, a cidade diz e significa coisas diferentes de acordo com o lugar social a partir do qual se experimenta: um corpo feminino, um corpo jovem, uma crença compartilhada, uma situação específica, como elementos que confirmam as identidades sociais. [...] Assim, o que interessa é utilizar as identidades como conceito heurístico e pensa-la como uma matriz cultural que se alimenta de várias fontes no tempo e no espaço. (p. 202)

É fundamental pensar a identidade, não apenas como somatório das características, mas a relação multidimensional que esses atores constituem com o entorno, ou seja, uma mediação. Neste caso, a identidade do grupo é formada principalmente pelo seu consumo, visto que uma moradora da tijuca também que usa Farm também seria uma “garota de Ipanema”.

O antropólogo Michel Agier (2011) também ressalta que a maior parte dos movimentos identitários é das cidades, não pelo local, mas por ser a primeira base, que forma os grupos e depois se expande. “Em todas as cidades, a atração ambígua para a individualização é permanentemente moderada pela necessidade de recriar identidades coletivas a partir de quase nenhuma diferença.” (p. 168).

Segundo o sociólogo Baudrillard, não se pode entender o consumo como o valor de uso de um bem e sim pela representação do mesmo. O autor afirma que a sociedade troca o valor da mercadoria, pelo signo que está inserido num sistema social. Por esse motivo várias marcas fazem sucesso pelo que representam e o status que proporcionam pra quem as possui. Assim se dá a formação de tribos urbanas, a partir do neotribalismo que busca uma vida que não seja baseada em imagens reais. É uma forma de estetização da vida.

As pessoas se agrupam não mais, nem somente, pelas tradições e hábitos, mas pelos gostos e consumo. Há uma identificação pelo que se compra, usa e aparenta. O modo capitalista de viver passa a influenciar e direcionar as formações tribais. No

caso da Farm, a proposta é vender *lifestyle* e criar uma relação mais próxima, sentimental e representativa com o público.

### **Conclusão**

As manifestações culturais tem se tornado frequentes na cidade do Rio de Janeiro, em todas as regiões, e empregam novos sentidos aos espaços da urbes. A cartografia emocional (CANCLINI, 2008) está nas ações de descontentamento político pelas ruas do Centro e também no *lifestyle* da Zona Sul. Percebe-se a música como o elemento agregador nas ações e ajuntamentos populares.

A partir da pesquisa, nota-se que há movimentos diferentes de ocupação urbana: o ciberativismo com música colaborativa no Centro e eventos de música e arte, sem caráter ativista, na Zona Sul. Constatou-se que o Dia da Rua é um evento de entretenimento, promovido pela marca Farm, para se fazer presente dentre o seu público alvo e também propagar o *lifestyle* da marca.

Os músicos participantes, apesar de fazerem parte de um projeto inicial gratuito, agora recebem cachê para apresentação. A ocupação urbana é vista, pelos músicos e pelo público, como “fazer arte”, diferente do que acontece no Centro. O público alvo da Farm é uma tribo (MAFFESOLI, 2003) interligada pelo consumo, que tornou-se adepto do estilo “garota de Ipanema”.

Grande parte das pessoas estava no Dia da Rua por ser um evento patrocinado pela Farm e elas consideravam positiva a ação da marca em “fazer um dia de música e ações”. Em nenhuma entrevista, o evento foi relacionado com publicidade ou marketing. Infere-se que apesar do entendimento sobre manifestação cultural, a população de dois pontos da cidade tem um olhar diferente sobre os eventos, mas ainda assim a música é um fator agregador tanto para ações de política e cidadania, quanto para *branding*.

### **Referências bibliográficas**

AGIER, Michel. *Antropologia da cidade: lugares, situações, movimentos*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.

BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Edições 70: Lisboa, 1995.

CANCLINI, Néstor García. “Imaginários culturais da cidade: conhecimento / espetáculo / desconhecimento”. p. 15-31. In: COELHO, Teixeira. (Org.). *A cultura pela cidade*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008.

CANEVACCI, Massimo. *A Cidade Polifônica*. Ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. São Paulo, Studio Nobel, 1997.

DE CERTEAU, Michel. *A Invenção do Cotidiano*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

DELUEZE, G.; GUATTARI, F. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Ed. 34, v. 5, 1997.

FERNANDES, C. S.; MAIA, J.; HERSCHMANN, M. *Comunicações e Territorialidades: Rio de Janeiro em Cena*. 1. ed. Guararema, SP: Anadarco, 2012.

FERNANDES, Cíntia S. “Musicabilidade e sociabilidade: o samba e choro nas ruas-galerias do centro do Rio de Janeiro”. In: HERSCHMANN, Micael (org.). *Nas bordas e fora do mainstream*. São Paulo: Editora Estação das Letras e das Cores, 2011.

FERNANDES, Cíntia SanMartin. *Territorialidades nômades: Comunicação, moda e música no Rio de Janeiro*. Revista Eco Pós, Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p.4-18, 2013. Rio de Janeiro.

HERSCHMANN, M.; FERNANDES, C. S. *Ativismo musical nas ruas do Rio de Janeiro*. IN: Encontro Anual da Compós, 23, 2014, Belém.

KARAM, Julia. *Vídeo Amigo da Onça*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ApAq9gABg1U>>. Acesso em: 23 jul. 2015.

MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2003.

MARTINS, José Roberto. *Branding: O manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas*. 2006. Disponível em: <<http://www.globalbrands.com.br/artigos-pdf/livro-branding-o-manual-para-voce-criar-gerenciar-e-avaliar-marcas.pdf>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

REGUILLO, Rossana. Utopias e heterotopias urbanas: A disputa pela cidade possível. In: SERRA, Monica Allende (Org.). *Diversidade cultural e desenvolvimento urbano*. São Paulo: Iluminuras, 2005.

## **Garotas YouTubers<sup>1</sup>** “Jout Jout Prazer” e a formação de redes

Giovana Milanetto<sup>2</sup>

### **Resumo**

O YouTube é uma plataforma gratuita de compartilhamento de vídeos muito popular, cujo slogan é 'Broadcast Yourself', ou 'transmita você mesmo'. Esta 'transmissão', no entanto, não se encerra em si, envolvendo também uma série de ações em rede tanto por parte do YouTuber quanto dos usuários consumidores de conteúdo. O canal “Jout Jout Prazer” foi escolhido como o objeto de estudo deste artigo: através da observação dos comentários escritos pelos usuários da plataforma no vídeo “Não tira o batom vermelho”, observou-se como ocorre a interação entre YouTuber e público, tendo como hipótese a relevância dos vlogs na constituição de nós na formação das redes contemporâneas, bem como a atuação dos YouTubers na lógica do individualismo em rede.

### **Palavras-chave**

Youtube; vlog; garotas youtubers; redes.

### **O YouTube**

O YouTube é uma plataforma gratuita de compartilhamento de vídeos muito popular – segundo suas próprias estatísticas, 300 horas de conteúdo são publicadas a cada minuto no site. Pensado inicialmente como um grande repositório para o compartilhamento de vídeos, o site integra a vasta gama de produtos Google

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em Design de Produto pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp, campus Bauru). Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som (PPGIS) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Membro do Grupo de Estudos sobre Narrativas Interativas em Imagem e Som (GEMINIS/UFSCar). Pesquisadora da rede de pesquisadores Obitel Brasil/UFSCar. Bolsista da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). Email: [gi.milanetto@gmail.com](mailto:gi.milanetto@gmail.com)



desde 2006, tendo sido o maior investimento da empresa até então<sup>3</sup>. A plataforma, quando comprada, ainda não gerava lucros e, atualmente, dez anos após seu lançamento, continua não sendo rentável<sup>4</sup>. Ainda assim, é notável que ele recebe um grande investimento por parte da empresa, para que seus usuários acessem a sua página inicial da mesma forma como ligariam uma televisão – buscando conteúdo consistente e de alta qualidade, em diferentes canais.

Esta preocupação na melhoria do conteúdo tornou-se visível em 2012, com a criação dos YouTube Spaces<sup>5</sup>, espaços físicos que a plataforma inaugurou em algumas cidades, inclusive a de São Paulo, para oferecer workshops, equipamentos e cenários para os produtores de conteúdo que contam com um número mínimo de pessoas inscritas em seus canais possam melhorar ainda mais seus vídeos. A plataforma, no entanto, não chegou à dimensão atual por ser uma produtora de conteúdo, e sim por se basear num modelo de compartilhamento.

Segundo Burgees e Green (2009, p. 02), existem três teorias para o seu sucesso: uma notícia teria sido publicada numa revista especializada, elogiando a arquitetura da plataforma; do ponto de vista técnico, teriam chamado atenção as recomendações de vídeos através dos “relacionados”, numa barra lateral, integração com o envio do vídeo por e-mail, comentários e outras funcionalidades de sites de redes sociais e a possibilidade de incorporar os vídeos em outras páginas; ou um trecho do programa televisivo Saturday Night Live, que teria se tornado o primeiro conteúdo massivamente assistido, em 2005.

Os autores sugerem ainda que o site acabou se tornando um “metanegócio”: trata-se de uma plataforma que obtém seu valor através da

---

3 Cf. <[http://www.nbcnews.com/id/15196982/ns/business-us\\_business/t/google-buys-youtube-billion/#.VbgoY\\_IVhHw](http://www.nbcnews.com/id/15196982/ns/business-us_business/t/google-buys-youtube-billion/#.VbgoY_IVhHw)>. Acesso em: 20/07/2015.

4 Cf. <<http://www.businessinsider.com/youtube-still-doesnt-make-google-any-money-2015-2>>. Acesso em: 20/07/2015.

5 Cf. <<https://www.youtube.com/yt/space/>>. Acesso em 15/07/2015.

valorização do conteúdo de outros, tal como lojas de venda de música online - elas não produzem seu próprio conteúdo, mas oferecem uma série de facilidades de pesquisa e mediação na venda (BURGEES, GREEN, 2009, p.04). O modelo do YouTube Spaces, embora surgido posteriormente a análise dos autores, continua endossando a mesma lógica, já que também opera na lógica de geração de valor em conteúdo de terceiros.

Diferentemente de plataformas como Netflix e Hulu, sistemas também populares para consumo de vídeo por streaming, o YouTube surgiu e se mantém vinculado à ideia de compartilhamento, não de simples venda ou locação de conteúdos audiovisuais. Esta noção torna-se clara ao se aproximar recursos de criação de perfis e possibilidades de comentários ao que se encontra nos chamados “sites de redes sociais”.

Boyd e Ellison (2008, p.02), pesquisadoras responsáveis por um estudo considerado referência acerca dos sites de redes sociais, definem como sites de redes sociais:

Serviços oferecidos pela web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semi-público dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e (3) visualizar e percorrer sua lista de conexões e aquelas feitas por outras pessoas dentro do sistema.

O YouTube não conta com uma das características mais explícitas dos sites de redes sociais populares, como o Facebook, já que perfis de pessoas que são listados como amigos, com os quais se compartilha uma conexão, não é um ponto central desta plataforma. No entanto, diante da possibilidade de se fazer comentários nos vídeos, os usuários contribuem com o conteúdo disponibilizado, criticando os

conteúdos uns dos outros e, eventualmente, produzindo novos audiovisuais como resposta, fato que viabilizou o já comentado modelo baseado em compartilhamento.

“Em termos de teorias inovadoras, identifica-se um grupo de “usuários líderes” que coletivamente identificam e exploram oportunidades para melhorar a forma como o YouTube funciona, através de suas próprias práticas.” (BURGEES, GREEN, 2009, p.59). Neste artigo, associaremos estes “usuários líderes” àqueles que operam suas próprias redes de pessoas e interesses, caracterizando o “individualismo em rede” (CASTELLS, 2001; WELLMAN, 2002; WOOD, 2014).

### **Formação de redes**

Para Castells (2001, p. 161), o individualismo em rede “constitui um modelo social, não uma coleção de indivíduos isolados. Os indivíduos constroem as suas redes, *online* e *off-line*, sobre a base de seus interesses, valores, afinidades e projetos”. É possível compreender os YouTubers como uma espécie de nó, um ponto estável na rede - eles criam ao redor de si uma rede, por conta de interesses comuns, que é mantida e ampliada através da atuação em redes de outros YouTubers.

Esta atuação se dá de muitas maneiras, em muitos assuntos, quase simultaneamente, através de dispositivos conectados à internet. Segundo Wellman (2002, p.06), “as pessoas variam seu grau de envolvimento em redes diferentes, participando ativamente de algumas, ocasionalmente, e podem ser expectadoras silenciosas em outras”.

Já não se trata apenas de comunidades pautadas na territorialidade, firmemente construídas, e sim de diversas redes fluidas, que se redesenham a todo momento mantendo apenas alguma conexão. “A liberdade dos indivíduos em rede é,

portanto, a liberdade de escolher as relações em rede com as quais o ‘eu’ se torna obrigado.” (WOOD, 2014, p. 18) O foco da construção de uma grande rede de conexões estaria, portanto, no indivíduo.

### **Garotas YouTubers**

Vários estudos tem sido feitos acerca da presença das mulheres como produtoras - e não apenas consumidoras - de conteúdo para internet, e eles costumam apontar para as chamadas “camgirls” como um ponto de partida comum para estas análises.

Theresa Senft, “uma acadêmica camgirl que escrevia sobre camgirls”, estudou a geração de moças que conversavam sobre e transmitiam seus cotidianos através de suas webcams de 2000 a 2004, transmitindo-se também - é válido destacar que não necessariamente as aparições online destas mulheres estavam vinculadas à sexualidade, já que atualmente, é comum designar como camgirls as mulheres que cobram de seu público por exibições sensuais, nas quais elas interagem com quem as assiste.

Qualquer que seja a atuação de uma camgirl, é válida a ideia de que “as culturas de webcam devem ser entendidas, ao menos, tanto em termos de "exibicionismo empoderador" quanto de voyeurismo. (...) As tensões entre 'expressão' e 'exibicionismo,' performance e vigilância são ativamente negociada pelos próprios participantes.” (BURGEES, GREEN, 2009, p.27).

Nestas colocações, os autores definem alguns aspectos presentes tanto no atual YouTube quanto na tradição das camgirls, que experimentavam o “Broadcast Yourself” antes que este slogan, ‘transmita a si mesmo’, fosse incorporado como mote

da plataforma do Google. Também é válido destacar que, diferentemente do que ocorre em programas de “Reality TV”, as camgirls são capazes de controlar as condições de produção e consumo de suas próprias representações, desde antes do surgimento do YouTube.

Senft (2008, p.08) relata também que três das práticas adotadas pelas camgirls que ela estudou tornaram-se relevantes na produção de conteúdo para plataformas com funções de site de rede social: trata-se da geração de micro-celebridades, da construção de si enquanto marca e do envolvimento com o trabalho emocional, conforme será desenvolvido com o objeto estudado neste texto.

A interação com uma rede de fãs, fator decisivo no sucesso de uma camgirl, é também destacada por Burgees e Green (2009) como um dos fatores relevantes na inserção do YouTube como plataforma para “cultura participativa”, e já estava presente antes da dita “web 2.0”<sup>6</sup>, conforme indica Senft (2008, p. 21): “no ambiente online, a popularidade é estabelecida por meio de redes sociais. Antes de 2000, Camgirls costumavam usar grupos da Usenet, espaços no Internet Relay Chat (IRC), e boletins on-line para discutir as suas vidas com suas audiências.”

A conversa sobre o cotidiano através de vídeos para internet ganhou novos pontos de discussão quando, entre julho e setembro de 2006, uma garota chamada Bree, cujo nome de usuária no YouTube era LonelyGirl15, disponibilizou no YouTube uma série de vídeos nos quais ela conversa com a câmera – ou seja, com quem a assiste – sobre dificuldades em seu relacionamento com os pais, o a boa relação com Daniel, um colega também vlogger – alguém que, assim como Bree,

---

6 É convenção tratar sites com características de sites de redes sociais, na definição de Boyd e Ellison (2008), como parte de uma “nova web”, a web 2.0, e associar a cultura participativa e formação de redes a estas questões tecnológicas. Embora seja notável a proliferação de modelos baseados em participação com a facilidade promovida pelas plataformas de web 2.0, exemplos como o relatado por Senft contrariam este determinismo tecnológico.



criava 'vídeo blogs', produtos audiovisuais de si mesmo disponibilizados online, nos quais se comenta sobre seu dia com as pessoas que o assistem – e diversos outros assuntos, que acabaram criando uma “narrativa do cotidiano” elaborada a ponto de intrigar outros usuários da internet e a própria mídia tradicional.

Bree era na verdade uma estudante de cinema, e seus vlogs eventualmente se tornariam um filme. Esta produção borrou os limites entre o que seria produção profissional e produção amadora, já que tomou para si o modo como as camgirls interagiam com suas redes e o aplicou a uma produção profissional, fazendo com que as discussões, além de passarem pelos temas debatidos no conteúdo, se voltassem para as novas possibilidades de “autenticidade inautêntica” - Bree poderia ser uma vlogger anônima, uma pessoa qualquer falando de seu cotidiano e interagindo com as pessoas de sua rede, mas também uma personagem que, por não se limitar ao tempo da produção serial, também existe em rede.

A produção da “personagem vlogger” relaciona-se tanto com a ideia de micro-celebridade quanto com fazer de si mesma uma marca. Para as redes de pessoas que seguem pessoas produtoras de internet, este acompanhamento toma um rumo ético: em vez de especularem sobre quem a 'celebridade de internet' realmente é, as pessoas tendem a debater as obrigações da personalidade com aqueles que fizeram dela o que ela é. Isso ocorre porque na internet, popularidade depende de uma ligação com o público, e não com uma clara separação entre 'famoso' e 'fã', como no sistema de celebridades tradicional (SENFT, 2008, p.25-26). E ao fazerem de si micro-celebridades, as YouTubers estão no limite entre indivíduo e produto, o que possibilita que existam como marca.

**Não tira o batom vermelho**

Como o canal Jout Jout Prazer é ainda bastante novo, é possível identificar um dos pontos relevantes com relação a formação de sua rede: a veiculação do vídeo “Não tira o batom vermelho”, em seu canal do YouTube, no dia 26 de fevereiro de 2015.

O modo bem-humorado, simples e direto que a YouTuber utiliza para descrever situações de um casal nas quais é possível identificar sinais de relacionamentos abusivos, a partir de relatos e conversas ocorridas com uma amiga e com um grupo do Facebook, chamou a atenção de diversos sites, que escreveram matérias sobre Jout Jout, o que colaborou na ampliação da divulgação de seu canal, bem como reflete-se nos convites que a produtora de conteúdo recebe - destaca-se aqui o evento de lançamento do movimento ‘Eles por Elas’, promovido mundialmente pela ONU Mulheres e pelo canal GNT no Brasil.

Se já é possível notar a incorporação de Jout Jout, uma YouTuber, na mídia tradicional, nos sites de redes sociais, a resposta a este conteúdo foi bastante abrangente e muito mais rápida, embora seja complicada de se mensurar, por questões relatadas adiante.

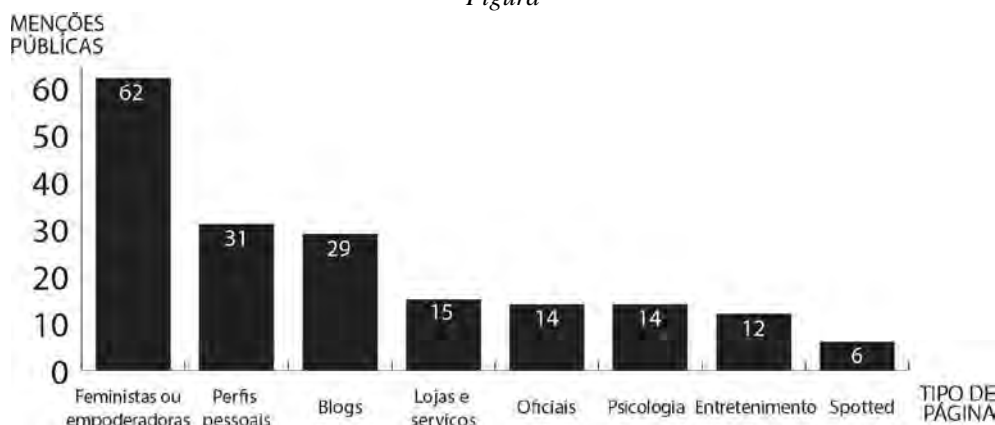
O vídeo, já com mais de um milhão de visualizações em sua plataforma inicial de publicação, circulou através do Facebook tanto através do compartilhamento do link do YouTube que leva a esta plataforma - como no caso da página “Feminismo sem demagogia - original”, por exemplo, na qual o vídeo recebeu mais de 4 mil curtidas, mais de 200 comentários e de 500 compartilhamentos - quanto através da inclusão do vídeo no próprio site de rede social, pouco mais de um mês após a primeira publicação, no perfil de outra pessoa - esta versão conta com quase 300 mil visualizações e mais de 6 mil compartilhamentos, que não são contabilizados

pelo YouTube, porém é possível inferir que esta divulgação colaborou para que a rede de Jout Jout se ampliasse.

Diversas páginas que tratam de feminismo, coletivos de mulheres, páginas de instituições oficiais, como a da Secretaria Municipal para Políticas para Mulheres, fanpages de blogs de temas diversos, de marcas de maquiagem ou serviços oferecidos a mulheres, profissionais da psicologia e mesmo usuários do site de rede social compartilharam o vídeo com seus amigos e seguidores, e este segue sendo divulgado constantemente, ao se comentar sobre relacionamento abusivo.

A fim de obter um panorama da circulação do vídeo, foi feita uma pesquisa pelos termos “não tira o batom vermelho”, seu título, no dia 17/08/2015, e foram considerados os resultados que apresentassem relação com o conteúdo de Jout Jout.

*Figura*



*1: Gráfico com as menções públicas ao termo “não tira o batom vermelho” e categorias*

Além destas menções públicas, o vídeo circulou em diversos outros espaços de redes sociais que não se consegue rastrear por conta de restrições de privacidade, inclusive no próprio Facebook - seja em perfis pessoais e mensagens privadas, seja em grupos fechados. Pelo seu conteúdo acerca da identificação de relacionamentos abusivos, ainda que de forma mais leve e bem-humorada, muitas

peessoas afirmam nos comentários deixados no YouTube que compartilhariam o vídeo com pessoas próximas que pudessem se identificar com as questões tratadas.

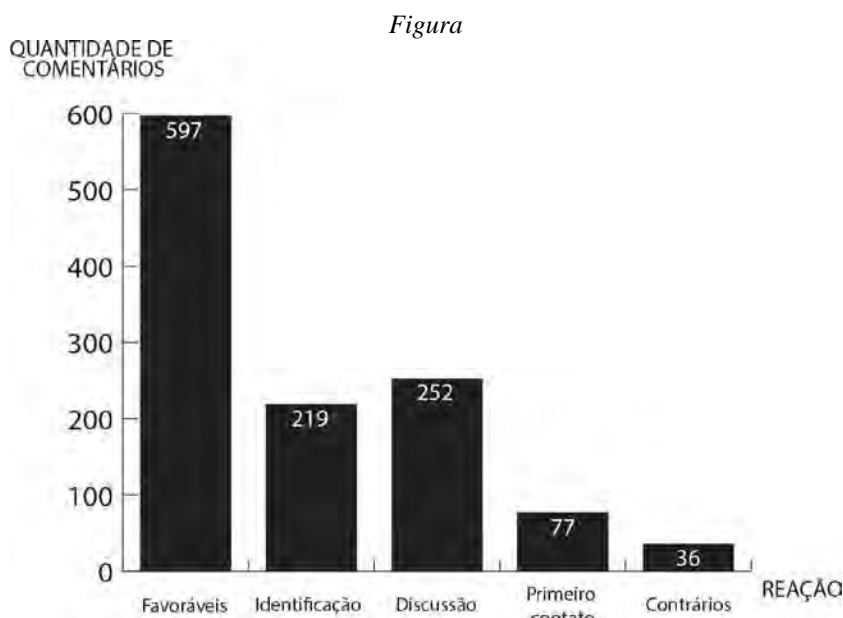
Um ponto bastante relevante na formação de redes de Jout Jout é o modo como a YouTuber interage com as pessoas que consomem seu conteúdo - a criação de uma fanpage no Facebook para seu canal no YouTube ocorreu no dia seguinte à postagem de 'Não tira o batom vermelho', momento no qual ela já não podia aceitar novas solicitações de amizade em seu perfil pessoal. Neste espaço, as pessoas que compõe sua rede conversam entre si e com a vlogger, sugerindo temas para os vídeos e fazendo perguntas que, eventualmente, são respondidas em suas produções para internet.

Nesta mesma página, foi postado um pequeno texto agradecendo não pela repercussão do vídeo, mas expressando alegria por conta de quatro comentários de pessoas que se identificaram como abusivas por conta do vídeo, e que estavam procurando maneiras de não agirem desta forma dali em diante. Também neste post, ela agradece pela campanha que seu vídeo motivou, ainda que espontaneamente: várias mulheres postaram fotos no Instagram usando um batom vermelho, associando as imagens à hashtag #naotiraobatomvermelho. A mesma hashtag foi adotada no Twitter, e ainda é possível observar menções recentes.

Com um tema que pode ser considerado universal – os relacionamentos e suas dinâmicas –, Jout Jout foi capaz de alcançar e gerar identificação em um público bastante grande e, ao tratá-lo de forma leve, conseguiu uma aceitação também grande, conforme a análise dos comentários evidenciará.

### **A rede de comentários**

Utilizando os códigos fornecidos pelo YouTube Data API, escreveu-se um programa em Python capaz de armazenar em uma planilha todos os comentários - inclusas as réplicas -, autores e data de postagem destes. A coleta de dados ocorreu no dia 15/07/2015, momento no qual o vídeo contava com um total de 1219 comentários. A análise foi feita através de categorização dos conteúdos em relação à aceitação do vídeo - positiva ou negativa -, discussões geradas a partir dos temas tratados, comentários nos quais o autor se identificava com o conteúdo transmitido pela YouTuber, compartilhando momentos pelos quais passou ou estava passando, e mensagens em que a pessoa deixava claro que havia chegado ao canal por conta deste vídeo. Um total de 42 comentários foi desconsiderado, por trazer conteúdo irrelevante nesta análise.



2: Gráfico com a quantidade de comentários escritos na plataforma do

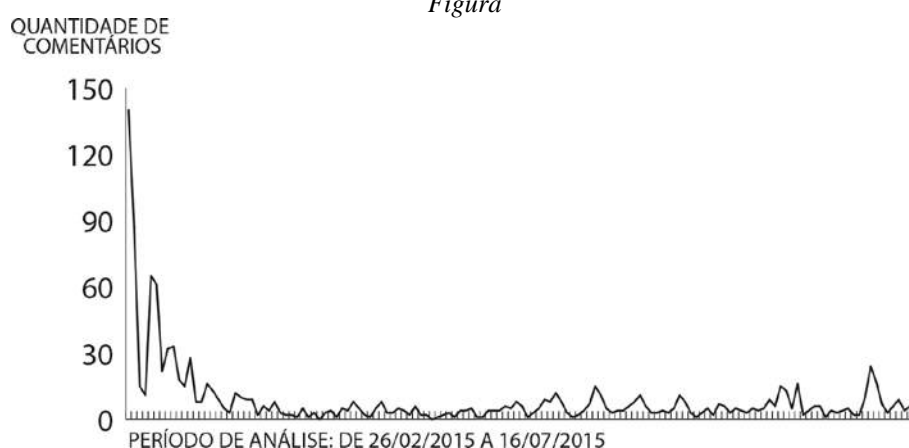
Dentre os comentários classificados como ‘favoráveis’, nota-se tanto pessoas que reafirmam o quanto gostam do conteúdo gerado por Jout Jout quanto pessoas que aprovam a abordagem dada ao tema. Uma grande quantidade de pessoas identifica os sinais de abuso em seus próprios relacionamentos ou nos de pessoas



conhecidas, muitas vezes compartilhando suas próprias histórias, um dos fatores que gera discussão: os comentadores passam a conversar entre si, sobre suas próprias experiências, diante do debate proposto pelo vídeo da YouTuber. Alguns comentaristas declaram ter chegado ao canal por conta deste vídeo – seja através de indicação de pessoas em comum, de outros YouTubers ou através da própria plataforma do YouTube –, e há uma pequena quantidade de posicionamentos contrários ao conteúdo do vídeo.

Os comentários ao longo do tempo também são um dado interessante: embora a quantidade diária tenha caído em relação aos dias próximos ao lançamento, há dias que apresentam pequenos picos, que em alguns casos, correspondem a dias nos quais o vídeo foi compartilhado por algum site. Como exemplo, pode-se citar o compartilhamento feito pela página do Facebook “Feminismo sem Demagogia - original”, no dia 28/05/2015, momento no qual o vídeo recebeu mais comentários do que vinha acontecendo até então.

*Figura*



3: Gráfico com a quantidade de comentários ao longo do tempo de permanência do

Através da observação dos dados obtidos, é notável que 90 pessoas deixaram mais de um comentário no vídeo, durante o período de análise. Este dado é interessante por comprovar uma intenção de diálogo - não apenas entre quem assistiu

ao vídeo e a YouTuber, mas também entre os próprios comentaristas, que encontraram naquele espaço um ambiente para debate, fortalecendo a formação da rede.

Conforme o canal se tornou conhecido, foram criados novos espaços para que as pessoas que tinham em comum o interesse pelos assuntos tratados por Jout Jout se encontrassem – é a reunião da “família Jout Jout”, conforme a própria YouTuber nomeia – curiosamente, era comum que camgirls também chamassem as pessoas que as assistiam de 'família', incentivando-as a se relacionarem com elas. Segundo Senft (2008, p. 26), “elas vão negociar com aqueles que se vêem como seus clientes, seus amigos, seus haters, ou seus 'vizinhos na web', o que ela própria significa, tanto enquanto pessoa quanto como produto.”

Em março de 2015, surgiu o grupo do Facebook “Jout Jout Prazer (Join Us)”, que atualmente conta com mais de 16 mil integrantes, e do qual surgiu a iniciativa de presentear a YouTuber com um vídeo em homenagem ao primeiro aniversário de seu canal - esta rede já não se comporta como consumidora, passando a assumir também um papel de produtora ativa de conteúdo para internet.

### **Monetização**

As empresas responsáveis por marcas de produtos também demonstram consciência da relevância destas formações de redes de pessoas em torno de YouTubers. Ao optarem por inserir produtos no conteúdo gerado pelos YouTubers, por exemplo, vão na contramão do plano de negócios oferecido pela própria plataforma.

No primeiro caso, garante-se que apenas uma pequena parcela do total de pessoas que assistem à vídeos online irá realmente ter contato com o a publicidade – trata-se do público de nicho. Já os anúncios oferecidos pela própria plataforma, que podem ser vídeos que antecedem o conteúdo desejado pelos usuários ou banners que sobrepõe a parte inferior do player, embora apareçam junto dos vídeos mais populares, dificilmente são assistidos e, não raro, são bloqueados através de plugins instalados nos dispositivos de acesso à internet.

Alguns dias depois do sucesso de ‘Não tira o batom vermelho’, Jout Jout postou seu primeiro ‘merchan’, um vídeo patrocinado por uma empresa – neste caso, a parceria foi com o site ‘Enjoei’. Posteriormente, devido a um vídeo anterior, no qual ela relata as dificuldades de se dividir um banheiro com uma nova pessoa com a qual se começa um relacionamento, uma marca de desodorizadores sanitários enviou um de seus produtos para que ela os testasse.

Se até mesmo uma empresa que produz algo tão específico e aparentemente impossível de se oferecer para resenha a uma pessoa popular na internet encontrou o conteúdo de Jout Jout e conseguiu inserir este produto de uma forma coerente e que não foi rejeitada pela rede da YouTuber, é possível inferir que estes YouTubers estão atuando em lógicas de individualismo em rede, constituindo suas conexões e tornando-se nós no sistema de comunicação contemporâneo.

## **Conclusão**

Este artigo é apenas mais um dos passos rumo à análise das construções de redes de indivíduos que consomem e interagem com o conteúdo veiculado pelos produtores de internet, tão necessárias diante da intenção de se produzir qualquer tipo

de conteúdo audiovisual na contemporaneidade, buscando ainda um breve histórico das mulheres na produção de conteúdo audiovisual para internet. Raramente é possível encontrar um único fator que motive o interesse das pessoas nestes conteúdos e produtores, porém é possível encontrar, através dos rastros deixados nos sites de redes sociais, alguns eventos que acabam se tornando nós nestas redes, atraindo a atenção de novas pessoas - e consequentemente, ao produtor - que acabam trazendo consigo novos olhares, mantendo a rede e a produção vivas.

### Referências bibliográficas

BOYD, Danah; M. ELLISON, Nicole B. *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*. In: Journal of Computer-Mediated Communication 13 (2008) p.210–230 . International Communication Association.

BURGEES, Jean; GREEN, Joshua. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press, 2009.

SENFT, Thereza M. *Camgirls: celebrity and community in the age of social networks*. Nova Iorque: Peter Lang Publishing, 2008.

SZOSTAK, Natasha. *Girls on YouTube: Gender Politics and the Potential for a Public Sphere*. The McMaster Journal of Communication, Volume 8, 2013.

WELLMAN, Barry. *Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism*. 2002. Disponível em: <[http://link.springer.com/chapter/10.1007/3-540-45636-8\\_2#](http://link.springer.com/chapter/10.1007/3-540-45636-8_2#)>. Acesso em: 26 de abril 2015.

WELLMAN, Barry. RAINIE, Lee. *Networked – the new social operating system*. The MIT Press. Londres, 2012.

WOOD, Michael L. *Examining the Social Affordances of Communication Technology on Human Relations: A Critique of Networked Individualism from the Perspective of the Ethical Phenomenology of Emmanuel Levinas*. Dissertação de mestrado. Brigham Young University – Provo. 2014.

Statistics – YouTube. (2015). Statistics – YouTube. *YouTube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html>>. Acesso em: 14 de julho de 2015.

## **Humor na Internet<sup>1</sup>**

Tratamento e articulação de conteúdos sociais contemporâneos pelo canal  
Porta dos Fundos

Hellen Camara Nogueira<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo tem por objetivo analisar o tratamento e as articulações dos conteúdos sociais apresentados pelo canal de humor, do *YouTube*, *Porta dos Fundos*, no qual, a cada esquete exibida, aborda, com textos cômicos, uma temática que expõe conceitos e valores pertencentes à sociedade contemporânea. Serão, portanto, analisados os esquetes *Bala de Borracha* (2013), *Deus* (2013) e *Travesti* (2014). A escolha é motivada principalmente pelas discussões sociais que envolvem as temáticas trazidas em cada esquete.

**Palavras-chave:** Internet; humor; conteúdos sociais; produção de sentido;

### **Introdução**

Por ser uma mídia caracterizada por permitir a ampla distribuição de conteúdos, produzidos tanto por amadores quanto profissionais, a internet é um espaço repleto de narrativas carregadas de ideologias e conteúdos sociais vinculados aos valores de quem a produz e da sociedade na qual se insere, podendo promover diálogos políticos e culturais. Neste ambiente, o humor sempre ocupou espaço privilegiado. É expressivo o número de sites que exploram temáticas humorísticas variadas, independente do modo de apresentação do conteúdo, seja por meio de ilustrações, quadrinhos, textos ou audiovisuais. Sendo humor, neste ambiente, é utilizado para como meio de questionar ou confirmar valores partilhados pelas maiorias sociais.

Partindo deste ponto, ao analisar as narrativas do canal do *YouTube*, *Porta dos Fundos*, busca-se neste trabalho, averiguar o tratamento humorístico dos conteúdos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda pela Universidade Federal de São Carlos. Email: [hellencamaran@gmail.com](mailto:hellencamaran@gmail.com)



sociais como instrumento de produção de sentido pela recepção, abordando a influência da internet neste encadeamento, analisando-a tanto como meio suporte e de exibição do produto audiovisual assim como ambiente de presença de diálogos acerca dos conteúdos sociais, servindo tanto como provedora de temáticas narrativas quanto de local de discussão a respeito dos produtos consumidos no meio.

### **Humor e internet**

Como proponente de debates acerca de conteúdos e valores presentes em determinada sociedade, a narrativa humorística pode se mover tanto como um agente de transgressão quanto de confirmação de princípios e ideologias que permeiam este ambiente social. Um dos primeiros textos que buscou compreender o fenômeno do riso foi o Capítulo II da *Poética* de Aristóteles. O texto propõe justificar o cômico pelo prazer humano em rir do que lhe é desagradável ou possui defeitos, buscando diferenciar a tragédia da comédia ao afirmar que “uma propõe-se imitar os homens, representando-os piores, a outra melhores do que realmente são.” (Aristóteles, s/d., p. 291).

Ao estudar a comicidade, Vladimir Propp (1992) determina que o riso é um fenômeno social com seu acontecimento relacionado com a partilha de códigos e ideias entre o causador do riso e aquele que ri. Propp, em seguida, afirma que “o riso ocorre em presença de duas grandezas: de um objeto ridículo e um sujeito que ri” (1992, p. 31). Estas grandezas não agem de modo isolado, mas são combinadas a partir de elementos estéticos, sociais, culturais e psicológicos, que possuem influência direta na percepção e posicionamento de um indivíduo exposto a situação cômica, não existindo, obrigatoriamente, uma conexão natural entre quem ri e o objeto provocador do riso. Em Propp, o riso é uma manifestação cultural. Seu acontecimento depende que o interlocutor faça parte do universo do objeto do riso, conhecendo-o em sua seriedade, para, então, perceber seu potencial hilariante. Como consequência, “diferentes camadas sociais possuirão um sentido diferente de humor e diferentes meios de expressá-los” (PROPP, 1992, p.32), sendo a comicidade determinada,

sempre, pelo receptor, pois é ele que identifica, ou não, dentro de sua bagagem e contexto cultural, o risível no objeto. Portanto, rimos de uma determinada narrativa porque conhecemos os códigos envolvidos e partilhados de seus significados, entendendo a proposta cômica estabelecida pelo texto e rimos do que nos parece ridículo segundo o que conhecemos culturalmente como sério.

Deste modo, ao observarmos, por exemplo, os humorísticos produzidos em toda a história da televisão brasileira (*Chico City, Viva o Gordo, A praça é Nossa, TV Pirata, Casseta & Planeta Urgente, Zorra Total, etc.*) é possível identificar, nas temáticas apresentadas em suas narrativas, os diálogos com os contextos sociais e culturais em que cada programa estava inserido, carregando consigo elementos simbólicos característicos da plural identidade cultural brasileira tanto no texto de suas piadas quanto nas construções de personagens e cenários.

Ao refletir sobre o humor apresentado nos meios de comunicação da cultura de massa, o filósofo francês Gilles Lipovetsky, que possui uma leitura da sociedade a partir dos conceitos de pós-modernidade, apontou o estabelecimento, em todos os níveis da vida diária, do fenômeno denominado *código humorístico*, no qual nos meios de comunicação e na moda predomina-se a linguagem cômica, prevalecendo uma atmosfera *cool, fun*, descontraída e sem seriedade. Para Lipovetsky, no mundo contemporâneo a oposição entre o sério e o não-sério teria sido dissolvida.

O humor que se instala suprime o negativo característico da fase satírica ou caricatural. À denúncia trocista correspondente a uma sociedade baseada em valores reconhecidos substituiu-se um humor positivo e desenvolto, um cômico teen-ager à base de despropósito gratuito e sem pretensões [...]. O humor de massa já não repousa num fundo de amargura ou aborrecimento: longe de mascarar um pessimismo ou de ser a delicadeza do desespero, o humor contemporâneo quer-se sem espessura e descreve um universo radioso (LIPOVETSKY, 1983, p. 131)

Na visão de Lipovetsky (1989), experienciava-se uma ‘sociedade humorística’ em que nada é considerado merecedor de seriedade e tudo é passível do riso. Nesta perspectiva, o *código humorístico* estaria difuso e aceito por toda a sociedade, pois

concorda com os valores e necessidades hedonistas contemporâneos, que exigem que os discursos sejam leves e simplificados.

Lipovetsky afirmaria, então, que o tom sarcástico, agressivo e mordaz do humor saiu de cena e deu lugar a ludicidade exacerbada (1983). Na Sociedade Humorística, o gênero que esteve, em outros tempos, ligado intimamente à profanação, caos, injúria, destacando pelo tom crítico de seus textos, agora possui seu discurso enfraquecido quanto potencial combativo e contestador, assumindo uma postura lúdica, aprazível e divertida, esvaziando-se de seus sentidos políticos e ideológicos.

Contudo, ao perceber o humor realizado na web, nota-se o retorno ao humor mordaz que, segundo Lipovetsky, havia se perdido na atmosfera lúdica produzida pelos meios de comunicação de massa. Apesar de não perder, também, sua posição dentro do *código humorístico*, o humor web é um híbrido da agressividade, que prevalecia em épocas anteriores a cultura de massa, com a ludicidade com a qual o público possui familiaridade.

Este fenômeno se dá em razão da mídia web proporcionar como um novo espaço de trocas simbólicas e de produção de sentidos, no qual as características tecnológicas deste meio levaram a concepção de um ambiente cultural novo com seus próprios mecanismos de funcionamento: a *cibercultura*. Pierri Lévy (1999) conceitua cibercultura como um “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (1999, p. 17)

Para André Lemos (2003), a cibercultura se direciona para a hibridação entre tecnologia e cultura, em que conteúdos artísticos e costumes sociais, antes dispostos em locais dispersos, unem-se em um mesmo ambiente, determinada como uma configuração sócio-técnica, com “modelos tribais associados às tecnologias digitais, opondo-se ao individualismo da cultura do impresso, moderna e tecnocrática”. (2007, p. 72). O autor define o fenômeno como um conjunto tecnocultural, que surge no século XX, motivado pela sociabilidade pós-moderna existente na nova relação entre tecnologias digitais (ciberespaço, simulação, tempo real, processos de virtualização, etc.) e o estabelecimento das redes telemáticas mundiais, produzindo “[...] uma forma

sociocultural que modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e distribuição da informação, criando novas relações no trabalho e no lazer, novas formas de sociabilidade e comunicação social” (p.22). O surgimento da cibercultura constituiu, portanto, novos sentidos da tecnologia a partir do surgimento do paradigma informacional, o qual “[...] instaura a passagem do modelo industrial (material, energético) para o informacional (eletrônico-digital)” (LEMOS, 2003, p.22).

Neste sentido, a comunicação no ciberespaço<sup>3</sup>, para Lévy (1999, p. 148), se distingue da comunicação convencional ao seguir um esquema abstrato distinto, pois a obra produzida no contexto da cibercultura liga-se à idéia de participação do público, podendo ser tanto em sua feitura quanto posteriormente, interagindo e construindo significados a partir dela, ou ambas as ações ao mesmo tempo, escrevendo o texto e elaborando um universo de conteúdos sociais coletivamente.

Lévy (1999) demonstra que as mídias, como rádio, televisão e revistas, produziam no arranjo “um para todos”, no qual um único emissor construía e enviava uma mensagem em direção de seus receptores<sup>4</sup>. Por outro lado, as comunicações realizadas por meio de correio ou telefones, são caracterizadas pela interação direta entre dois pontos, denominadas por Lévi como “um para um”, na qual as mensagens são trocadas e dirigidas com alta exatidão. Entretanto, quando se trata de comunicações processadas no ciberespaço, são observadas todas as vantagens expostas anteriormente, pois a web permite a reciprocidade sincrônica de comunicação e partilha de contextos e conteúdos entre diversos indivíduos. A comunicação é direcionada de “todos para todos”, segundo Lévy (1999,p. 26).

---

<sup>3</sup> O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p.17)

<sup>4</sup> O autor coloca estes receptores como passivos e isolados. No entanto, esta visão deve ser problematizada, pois mesmo que com menor poder de comunicação, os receptores buscavam individual – por meio de cartas ou telefones – ou coletivamente dialogar, junto aos emissores, a respeito das mensagens recebidas. Contudo, era visível o pouco alcance de suas interações, que também eram filtradas pelos grandes produtores de mensagens.

## **Conteúdos Sociais e Recepção**

A constituição dos sujeitos sociais acontece por meio do constante processo de aprendizagem, no qual saberes, experiências e conhecimentos reproduzidos pelas instituições, como escola, igreja e família, são adquiridos, assimilados e interiorizados, permitindo ao indivíduo sua apresentação, posicionamento e atuação em sociedade (CORREIA, 2011, p. 86-87). Além das instituições tradicionais, a mídia também oferece, aos indivíduos, por meio dos conteúdos sociais presentes em suas obras, elementos de reflexão a respeito da sua própria identidade social. A produção de narrativas, portanto, está imersa nos diálogos com os contextos sociais no qual está inserida.

Ao estudar o gênero melodrama, Martín-Barbeiro o colocou como um exemplo da dinâmica existente entre as Matrizes Culturais de uma sociedade e suas esferas, que passam pelo tripé “comunicação, cultura e política”, chegando dos Formatos Industriais e promovendo os processos de apropriação, ressignificação e hibridização entre as culturas massiva, popular e erudita. Os resultados desta dinâmica, presente no melodrama, sofre um processo de migração que vai do teatro para o formato folhetim ou para novela em capítulos, e passa ao cinema norte-americano e ao rádio-teatro, na América Latina (MARTÍN-BARBEIRO, 2011, p 16-17), chegando, por fim, às narrativas produzidas para web. Neste processo, a partir da memória popular, são articuladas as relações de identificação e projeção com as tramas representadas nos textos, que se entrecruzarão e hibridizarão com o imaginário social.

Ao trazer situações e elementos já conhecidos da vivência de seu público, uma narrativa provoca neles o prazer de identificarem-se com o que é exposto, como se uma história fosse contada novamente, uma espécie de reconhecimento do que pertence ao seu cotidiano, trazendo elementos de seu contexto social e repertório cultural, orientada menos nos elementos técnicos que a permeiam e mais no diálogo e familiaridade com o cotidiano e o universo de repertório e expectativas de seu público.



Além de ver expostas situações de seu cotidiano, o público também apreende e aprende novos conceitos com as produções audiovisuais. A mídia serve tanto como parâmetro e exemplos de valores e comportamento para o público, ao mesmo tempo em que busca na sociedade valores e comportamentos para validar seus discursos, propondo identificações junto aos seus receptores. Estão envolvidas, então, no processo de elaboração de conteúdos midiáticos, duas subjetividades: o produto e o receptor. O primeiro, imerso no contexto histórico, função social e ideológica presente em seu contexto. O seguinte está incumbido de interpretar e redimensionar os significados contidos nas obras, identificando e estabelecendo padrões sociais e comportamentais.

Ao estudar a recepção dos meios de comunicação de massa, Jesús Martín-Barbeiro (2011) estabelece que este processo é determinado segundo o ambiente cultural dos indivíduos, no qual a percepção dos textos midiáticos ocorre, não segundo o sentido pretendido pelos produtores de mensagens, mas são interpretados segundo as vivências das audiências, em um espaço de interação simbólica. Para o teórico colombiano, o sujeito interpreta as mensagens midiáticas segundo sua formação cultural relacionada ao ambiente social em que se insere e suas particularidades de identidade (escolaridade, sexo, religião, idade, localização geográfica, família, ambiente de trabalho, etc.), sendo estes aspectos variantes entre cada indivíduo.

Apesar da influência do ambiente cultural na interpretação dos textos midiáticos, os conteúdos das mídias são elaborados segundo a ideologia de seus produtores e passam por processos de codificação/decodificação, até se transformarem em práticas sociais, conforme demonstra Stuart Hall (2003):

O “objeto” de tais práticas é composto por significados e mensagens sob a forma de signos-veículo de um tipo específico, organizados, como qualquer forma de comunicação ou linguagem, pela operação de códigos dentro da corrente sintagmática de um discurso. Os aparatos, relações e práticas de produção, aparecem, assim, num certo momento (o momento da “produção/circulação”), sob a forma de veículos simbólicos constituídos dentro das regras de “linguagem”. É nessa forma discursiva que a circulação do “produto” se realiza. (...) Mas é sob a forma discursiva que a

circulação do produto se realiza, bem como sua distribuição para diferentes audiências. Uma vez concluído, o discurso deve então ser traduzido – transformado de novo – em práticas sociais, para que o circuito ao mesmo tempo se complete e produza efeitos. (HALL, 2003, p. 388)

No ambiente virtual, o processo da recepção pode ser pensado como um espaço de produção de sentido construído coletivamente por meio da interatividade, como pontua Hall (2003), ao apresentar o momento de consumo da mensagem como uma atividade ativa e não passiva, no qual receptores também produzem textos e não apenas os interiorizam de modo passível e previsível.

Martín-Barbeiro (2011) afirma que não são os meios em si proporcionam o entendimento de suas relações com os receptores, mas os usos, pela recepção, que são feitos dos meios. Ao entender que as mediações produzem e reproduzem os significados sociais, a análise da comunicação é deslocada dos meios para as mediações, lugar onde se dão a produção de sentidos e práticas sociais. O receptor é, portanto, considerado, também, um produtor de sentido, pois age sobre a mensagem, reelaborando e ressignificando os conteúdos midiáticos segundo suas vivências culturais.

## **Porta dos Fundos**

Atualmente, quando se faz referência ao humor no *Youtube*, o canal nacional que mais se destaca junto ao público *web* é o *Porta dos Fundos*<sup>5</sup>. Criado por Antonio Pedro Tabet, Ian SBF, Fábio Porchat, Gregório Duvivier e João Vicente de Castro, o coletivo *Porta dos Fundos* inaugurou uma nova etapa nos canais de humor da internet brasileira, apresentando narrativas que se aproximam das comédias de situação televisivas e os ajusta as particularidades do meio internet, trazendo uma proposta de estética própria, com foco de audiência, principalmente, no público jovem e adulto.

---

<sup>5</sup> Disponível em <<https://www.youtube.com/user/portadosfundos>>

O canal postou seu primeiro vídeo em agosto de 2012 e, no momento, possui mais de 10 milhões de inscrições<sup>6</sup> em seu canal, que produz esquetes<sup>7</sup> de humor postadas três vezes por semana, as segundas-feiras, quintas-feiras e sábados, sempre às 11h, com duração média de 2 a 5 minutos. As visualizações de todos os seus vídeos somam<sup>8</sup> ao todo, aproximadamente, 1,8 bilhão de visitas. Diante deste número expressivo, o canal foi considerado, em 2014, o mais acessado do Brasil<sup>9</sup> e está entre os 20 com maior acesso mundial. O grupo também possui um canal de *making of*, o *Fundos da Porta*<sup>10</sup>, que apresenta o processo de produção de cada vídeo, além dos erros de gravação.

O *Porta dos Fundos* se tornou um ícone da cultura popular e midiática, especialmente no universo *web*, sendo capaz de estabelecer pontos de vista, críticas ao comportamento e sátiras da sociedade, por meio de suas narrativas carregadas de paródias, sátiras, ironias, intertextualidade e a metalinguagem, muitas vezes por meio de citações à obras do universo ficcional das demais mídias. As narrativas, então, buscam dialogar com o contexto social e tecnológico em que se inserem, buscando, neste ambiente, elementos para compor suas narrativas ao mesmo tempo em que estas promovem debates a respeito de suas temáticas, contribuindo para a produção coletiva de sentidos. Para entender esta dinâmica foram analisados três esquetes produzidas pelo canal: Bala de Borracha (2013), Deus (2013) e Travesti (2014). As análises tiveram como objetivo contextualizar o momento social em que o vídeo foi postado assim como as respostas da recepção à obra. Em cada esquete, foram analisados os cem primeiros, caracterizados como “*principais comentários*” pelo próprio *YouTube*, com objetivo de conhecer os debates levantados pelo vídeo proposto.

---

<sup>6</sup> O *YouTube* oferece aos seus usuários o recurso *Increver-se* (ou *Subscribe*), no qual é possível criar uma inscrição nos canais de sua preferência. Este recurso que permite que o usuário receba notificações de novos vídeos em seu e-mail, além de visualizar os vídeos dos seus canais inscritos em sua *timeline* todas as vezes que acessar ao site.

<sup>7</sup> Palavra derivada do Inglês (*sketch*) que se refere a pequenas peças ou cenas dramáticas, geralmente cômicas e com menos de dez minutos de duração.

<sup>8</sup> Informação disponível em <<https://www.youtube.com/user/portadosfundos/about>> em 25/08/2015

<sup>9</sup> Informação disponível em <<http://goo.gl/dVgR0k>>

<sup>10</sup> <https://www.youtube.com/user/fundosdaporta>

### ***Bala de Borracha***

O vídeo *Bala de Borracha*<sup>11</sup>, postado em 2 de dezembro de 2013, possui 3'03" de duração. O texto apresentado dialoga com os protestos que aconteceram no ano de 2013, ironizando a cobertura midiática frente à ação violenta dos policiais militares junto aos manifestantes que, segundo o texto do *Porta dos Fundos*, não era “*preto, pobre e favelado*”, mas “*esse povo que abraça árvore, esse povo da PUC*”. Para ‘ensinar’ aos policiais a tratar os manifestantes de modo pacífico e melhorar a visão da corporação perante a opinião pública, é chamado um especialista em direitos humanos que conversa com os policiais sobre novas maneiras de abordar os manifestantes. O esquete propõe mostrar os policiais como indivíduos rígidos e instruídos segundo a hierarquia em que são ambientados no cotidiano, treinados a conter manifestações apenas com balas de borracha e gás lacrimogêneo, desconhecendo métodos pacíficos.

No primeiro momento, a temática do esquete apresentou conteúdos que estavam em discussão na sociedade: a truculência da polícia mediante aos participantes das manifestações que ocorreram no ano de 2013, não apenas no mês de junho – auge das manifestações. Os eventos, além do tradicional acompanhamento midiático da televisão, rádio e impresso, contaram com a maciça cobertura das mídias alternativas e do público em geral que fez o uso da internet – principalmente das redes sociais – como seu canal de comunicação, levando ao público situações não mostradas pela grande imprensa. Estas coberturas tiveram grande repercussão, inclusive internacionalmente, sendo ação dos policiais um dos pontos de destaque.

Na página em que o vídeo é exibido, são contabilizadas quase 10 milhões de visualizações e 6.703 comentários. Dentre os comentários, além de elogios e menções a elementos do texto, são apresentados comentários que relacionam o vídeo com os protestos realizados pelos professores do estado do Paraná em 29 de abril de 2015, no qual os manifestantes entraram em grave confronto com a polícia no

---

<sup>11</sup> Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=RXJb5n3h8rg>>

momento em que buscavam protestar contra as ações do Governo do Estado do Paraná. O espaço de comentários do vídeo, então, se ampliou para o debate de questões políticas e sociais, no qual ocorrem as produções de sentido.

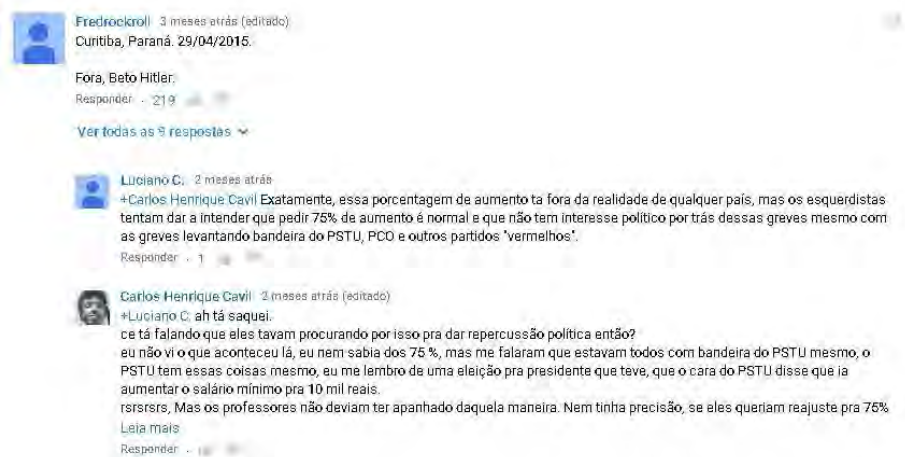


Imagem1:

Comentários postados por usuários do Youtube na página do vídeo *Bala de Borracha*

## *Deus*

O vídeo *Deus*<sup>12</sup> foi postado em 21 de março de 2013, com 3'20" de duração. O texto conversa sobre as várias crenças existentes no mundo e suas possibilidades de ser ou não reais, propondo a fé como uma questão de tentativa e erro, na qual, por fim, quem seguiu a religião certa foram habitantes das tribos da Polinésia. No esquete, Judith, ao morrer encontra com o deus, que é o cultuado pelos polinésios, e por não ter seguido a 'religião correta' e seus ritos e dogmas vai "*arder no infinito*". O texto cita personagens religiosos mundialmente famosos – que também teriam se equivocado em suas crenças – e deputado federal e pastor Silas Malafaia, um defensor ardoroso da tradição evangélica.

Contextualizando o esquete, o texto dialoga com os vários debates a respeito de religiões presentes na web, principalmente nas redes sociais. No ambiente web, se por um lado, há o embate de idéias quanto a crença ou a não crença religiosa, polarizada pelos adeptos de diversas crenças versus os ateus, também existem os

<sup>12</sup> Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=t11JYaJcpxg> >



questionamentos quanto as filosofias presentes em cada religião, como, por exemplo, os evangélicos que rejeitam e dão como ilegítimas as práticas das religiões afro-brasileiras.

No espaço em que o vídeo é exibido, são contabilizadas mais de 10,4 milhões de visualizações e 40.878 comentários. Mais uma vez, além de elogios e comentários sobre o próprio texto, surgiram debates que extrapolaram a narrativa, e alcançaram as áreas da filosofia e política. Dentre estes, repetem-se, principalmente, os enfrentamentos citados no parágrafo anterior.



Imagem2: Comentários postados por usuários do Youtube na página do vídeo *Deus*

## Travesti

O esquete Travesti<sup>13</sup> foi postado em 16 de julho de 2015 e possui 1'55" de duração, exibindo a história de um homem acredita ter levado uma travesti para sua casa, mas fica indignado ao saber que está com uma mulher, perguntando a ela, de modo, agressivo, porque não o alertou que era mulher, já que possui características físicas de uma travesti e estava em um local em que elas também freqüentam. O texto remete aos diálogos sobre identidade de gênero que, atualmente, possui forte presença

<sup>13</sup> Disponível em < [https://www.youtube.com/watch?v=7kQ\\_KkkzMXo](https://www.youtube.com/watch?v=7kQ_KkkzMXo)>

na internet e demais mídias. Assim que foi postado, o esquete gerou polêmica junto ao público, pois foi considerado, por algumas pessoas, como confirmador de um preconceito e tipos de comportamentos não aceitos pelos militantes das questões que envolvem a identidade de gênero. Como resposta, um dos roteiristas do esquete, Gregório Duvivier<sup>14</sup> publicou um pedido de desculpas em sua página do *Facebook*:



Imagem3: Pedido de desculpas postado por Gregório Duvivier em sua página no *Facebook*

Por outro lado, o texto também conversa com o debate social acerca da necessidade de inserir a discussão sobre a identidade de gênero e diversidade sexual no ambiente escolar. Assunto que tem gerado bastante polêmica ao desagradar as camadas mais conservadoras da sociedade.

O esquete possui mais de 3 milhões de visualizações de 2.424 comentário. Os comentários observados, além dos elogios e menções ao texto apresentado, debatem tanto a importância do diálogo da questão de gênero e questionam o posicionamento do esquete – tachando-o como confirmados de preconceitos - quanto discutem a polêmica gerada pelo vídeo, com opiniões prós e contra às reclamações da recepção.

<sup>14</sup> O roteiro foi escrito em conjunto com Clarisse Falcão

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

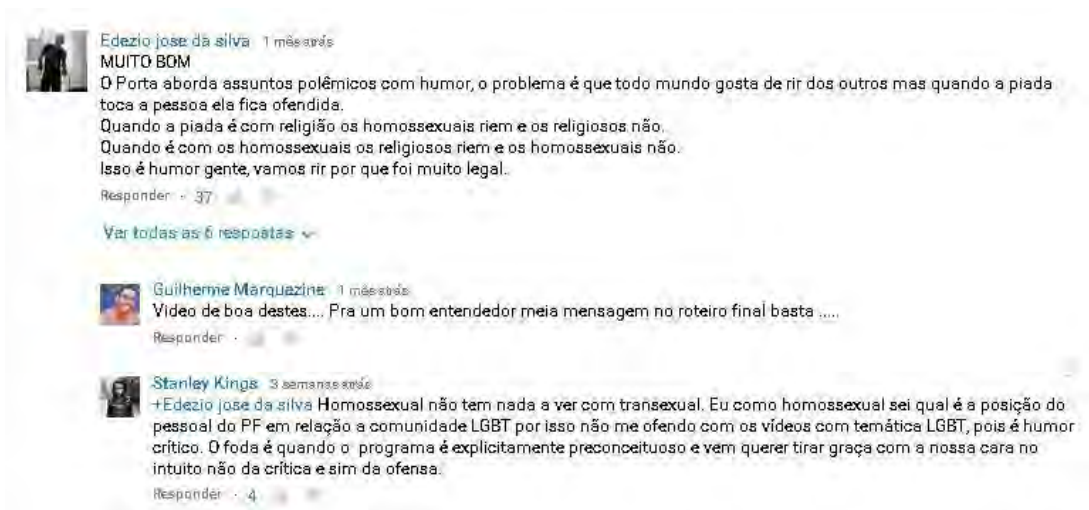


Imagem4: Comentários postados por usuários do Youtube na página do vídeo *Travesti*.

## Conclusão

Os conteúdos apresentados pelo *Porta dos Fundos* tendem, sempre, a assumir um ponto de vista crítico em relação à temática apresentada, pois o humor possui total acesso ao território de negociações de significados nas trocas culturais, podendo participar da produção e reprodução de conhecimento, sem, contudo, ter que respeitar os contratos sociais impostos nestas relações.

Na página do YouTube onde cada esquete é exibido, o momento de recepção se dá no espaço de produção de sentido, no qual as mensagens recebidas são interpretadas segundo a vivência de cada receptor, sendo re-apropriadas e transformando-se em novas mensagens que, muitas vezes, são produzidas e publicadas no próprio ambiente de recepção (seja nos comentários, nas redes sociais ou blogs, ou outros locais).

As narrativas do canal não procuram apresentar uma cópia da realidade ou transmitir conhecimentos, mas em vaguear entre todos os assuntos, estabelecendo diversas conexões e desconstruindo opiniões, sabendo que o humor pode atuar como agente da relação entre a ordem social e a liberdade criativa individual, podendo trabalhar a serviço da subversão ou reproduzindo valores estabelecidos culturalmente.

Neste sentido, é observada a concepção e apresentação de conteúdos sociais como uma via de mão dupla, na qual a elaboração do produto midiático busca na sociedade seus costumes, para confirmá-los ou questioná-los, e então promove diálogos – e produção de sentido – ao codificar estes valores e levá-los ao público segundo a visão que é exposta na mídia, tendo a mídia web como espaço propício para a produção coletiva de sentidos, já que as discussões dos conteúdos expostos saiu dos pequenos espaços (salas de estar, vizinhança, salas de aula, etc.) e ganhou a rede mundial de computadores, em ambientes amplos de debates simultâneos entre indivíduos antes desconectados entre si.

### Referências Bibliográficas

- ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. Rio de Janeiro: Ediouro, [s.d.].
- CORREIA, Carlos Alberto. O Primo Basílio: As adaptações e suas funções sociais. *Revista Linguagem: Estudos e Pesquisas*, UFG, Catalão, V.15, n.1, p.79-95, jan./jun. 2011
- HALL, Stuart. *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- LEMONS, André. (Ed.). *Cidade digital: portais, inclusão e redes no Brasil*. Salvador: Edufba, 2007.
- \_\_\_\_\_. Ciberultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, A.; CUNHA, P. (Ed.). *Olhares sobre a ciberultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 11-23.
- LÉVY, Pierre. *Ciberultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A era do vazio*. Lisboa: Relógio d'Água, 1983.
- \_\_\_\_\_. *O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.
- MARTIN- BARBERO, Jesús; REY, Germán. *Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Ed. SENAC, 2001.
- \_\_\_\_\_. *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.
- PROPP, Vladímir. *Comichidade e Riso*. São Paulo: Editora Ática, 1992.



## **Experiência e Música<sup>1</sup>**

Os agenciamentos do Jazz & Blues na cidade de Rio das Ostras

Indira Rodrigues de Oliveira<sup>2</sup>

### **Resumo**

Desde 2002, o Festival de Jazz & Blues ocorre na cidade de Rio das Ostras, localizada no estado do Rio de Janeiro. Porém, se inicialmente a intenção de seus criadores era trazer para a cidade litorânea um turismo diferenciado e preferencialmente de classe social alta, o resultado mostrou-se bem mais abrangente. A população local atualmente estabelece a média de 70% do público anual das atrações. Além disso, em 2014, 51 bandas da região se inscreveram no evento. Objetiva-se por meio deste artigo analisar o possível surgimento de uma cultura local a partir da inauguração do festival e se tal acontecimento seria um evento singular na cidade por razão histórica-cultural ou uma nova possibilidade de transformações sociais espontâneas a partir do entretenimento aberto.

### **Palavras-chave**

Música; Território Urbano; Indústria Cultural; Jazz; Rio das Ostras.

### **Introdução**

Este artigo visa analisar a atual cena de Jazz & Blues presente em Rio das Ostras – localizada na região dos lagos, do estado do Rio de Janeiro –, e sua relação sensível com público local na cidade carioca. Tal cenário mostra-se vinculado diretamente ao Festival de Jazz & Blues de Rio das Ostras, que ocorre anualmente na região, desde o verão de 2002.

Pretende-se aqui primeiramente fugir de uma pesquisa puramente burocrática e tentar mapear o fenômeno ocorrente na cidade por meio de sua própria geografia e população – focando no interior social, mais que em seu formato vendido para fora

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela Pós Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ (Eco-Pós). Email: [indiraroliveira@gmail.com](mailto:indiraroliveira@gmail.com)



(LATOUR & HERMANT, 1998, p.09). Assim, faz-se uso de conceitos que exploram as interações sociais em ação na cidade Rio das Ostras e como tais podem engatilhar um processo de desconstrução do controle social comumente exercido pelo capital em poder.

Ainda, estuda-se a interação explorado/explorador que parece presente em todo núcleo social e como os movimentos riostrenses de Jazz & Blues afetam tal dinâmica.

Trabalha-se com depoimentos dados por atores dentro do cenário em escopo nesse artigo, que permitem um olhar diferenciado dentro de um contexto de ação ao invés de observação. Por fim, analisa-se ainda as dinâmicas de relacionamento do Jazz & Blues com os habitantes de Rio das Ostras, suas consequências nos comportamentos sociais da cidade.

Além disso, busca-se possibilidades para a ocorrência dos fenômenos em pauta atualmente na cidade carioca e as ramificações que tal processo poder ter em um contexto mais abrangente que apenas uma cidade

### **Nova Orleans e Rio das Ostras: onde tudo passa**

Embora o termo jazz só tenha sido vinculado ao gênero musical em meados do século XX, na cidade de Chicago (Estados Unidos da América), os elementos para a sua criação datam de algumas décadas anteriores. De acordo com o historiador Sérgio Porto, os primeiros aspectos daquilo que seria o jazz no futuro já podiam ser reconhecidos nas cantorias e rodas de dança executadas pelos escravos negros em meados do século XIX (PORTO; 1953. Pág. 07).

Na mesma época, a cidade de Nova Orleans, localizada no interior sul dos Estados Unidos da América, às margens do rio Mississipi, é descrita por Porto como “pequena e pitoresca” (1953). A região recebia visitantes de diversas nações, vindos nas barcaças que trafegavam pelo seu porto constantemente, em busca de “fazer fortuna no próspero comércio local” (PORTO; 1953. Pág. 23). E foi a mistura do ritmo

dançante dos negros, exposto aos diversos viajantes que frequentavam a cidade, que facilitou a dispersão pelos Estados Unidos do gênero musical que se tornaria o jazz.

Porém, o aspecto necessário de ser ressaltado para a compreensão dessa pesquisa é que, embora o gênero tenha se tornado uma música elitista com o tempo, de acordo com historiadores, inicialmente o jazz surgiu de um meio popular. E mais notável ainda, percebe-se, em muitas ocasiões, o retorno do gênero àqueles “pobres que, embora extremamente oprimidos, são menos dados a organização coletiva e a conscientização política, e que encontram a sua ‘liberdade’ se esquivando da opressão e não fazendo frente a ela.” (HOBSBAWN; 2005. Pág. 282).

Se no início do século XX, Nova Orleans poderia ser caracterizada como “pitoresca”, o povoado que viria a constituir a cidade de Rio das Ostras mal seria considerado um vilarejo. Ainda assim, há registros de uma intensa movimentação de viajantes na região. A pesquisadora Maria Lima descreve:

por sua localização a beira mar e a meio caminho entre os engenhos de cana de açúcar do norte fluminense e a capital [Rio de Janeiro], Rio das Ostras sempre foi uma das paradas obrigatórias dos viajantes. O rio obrigava todos a uma travessia que dependia ora das marés, ora do estado da ponte, fazendo com que os viajantes se detivessem por algum tempo nos arredores do arraial (LIMA; 1998. Pág. 87)

E, mais curiosamente, nota-se o registro de uma série de fugas de escravos do estado do Rio de Janeiro em direção à região. De acordo com Lima, “não eram poucas as fugas ‘para os lados’ de Rio das Ostras e barra de São João. Os quilombos se refugiavam nos sertões, nunca próximos à foz do rio, por ser local de forte vigilância das autoridades” (LIMA; 1998. Pág. 80).

Levando em consideração tais relatos, percebe-se uma possível semelhança entre a pitoresca Nova Orleans e a *ainda vilarejo* Rio das Ostras. Ambas as localizações possuíam uma intensa movimentação de viajantes, que absorviam cultura tão simplesmente quanto à distribuíam; a presença forte de escravos negros, aqueles que originaram os primeiros atributos musicais do que viria a ser o jazz; e uma população estabelecida interiorana, ainda em processo de desenvolvimento, e talvez

desgarrada de uma noção política de organização coletiva que o pesquisador Hobsbwm (2005) tanto considera característica de apreciadores do jazz.

Porém tais atributos coincidentes só seriam de fato colocados em pauta a partir de 2002, com a chegada do Festival de Jazz e Blues, na cidade, agora em pleno desenvolvimento, de Rio das Ostras.

### **O Festival e suas redes sensíveis**

Em 2000, o produtor Stênio Mattos, residente de São Paulo (SP), recebeu a proposta de Gilberto Menezes, então Secretário de Turismo de Rio das Ostras, de realizar um festival instrumental na cidade fluminense. A ideia era trazer um público mais lucrativo para alavancar o turismo da região durante o verão e Menezes acreditava que o instrumental teria esse efeito. A iniciativa foi considerada lucrativa e após dois anos de execução, Stênio Mattos decidiu aproveitar a ideia para estabelecer um festival de Jazz & Blues em Rio das Ostras.

O projeto deu certo: atraiu turistas e conseguiu até alavancar a movimentação na cidade durante o inverno. Porém, talvez um fenômeno curioso a surgir a partir do festival foi a adaptação dos moradores ao gênero Jazz & Blues, antes desconhecido à cidade. Atualmente, Rio das Ostras é movimentada por diversos elementos vinculados ao Jazz & Blues, mesmo fora da época do Festival, representada por cursos acadêmicos, eventos públicos, bandas instrumentais originadas na região e novos comércios que foram inaugurados após a criação do evento.

A Secretária de Turismo de Rio das Ostras, Carla Ennis, afirma:

De uns tempos para cá o povo da cidade começou a querer participar também. Acho que muito da instalação também da UFF, do curso de produção cultural. Quando veio o curso o público começou a ficar mais jovem, antes eram só os mais velhos. Além disso, a gente já tinha uma escola de música, que só cresceu com o evento<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Entrevista com Carla Ennis, concedida à autora em 31/07/15

Um dos aspectos que pode explicar o sucesso do Festival de Jazz & Blues de Rio das Ostras é o fato de que o evento sempre foi gratuito e realizados em locais de fácil acesso da cidade. Percebe-se que, assim como outros movimentos culturais de sucesso no estado do Rio de Janeiro (NEGUS, 2011), para que entenda-se o potencial do evento como forma de expressão cultural e comunicativa “é necessário entendê-lo como negócio que unifique (...) o artista e o público de diferentes maneiras” (NEGUS, 2011, p.64). A gratuidade do evento e a localização de seus palcos permitem que qualquer passante ou morador da cidade de Rio das Ostras possa apreciar o entretenimento sem planejamento prévio ou constrangimento relacionado a *status* social – a maior parte do público do festival o frequenta ainda com roupa de praia. De acordo com Carla Ennis:

A população comparece. No decorrer dos anos até pessoas que não eram daquele meio do jazz & blues, que tinham um gosto mais popular. Muitos deles foram só pra ver que era, *porque é gratuito*, gostaram e aí levaram a família e tal. Eles terminam indo mais arrumado por conta do inverno, mas ainda é muito despojado (...) muitos jovens que foram só por causa do movimento, de qualquer forma escutaram, e aí foram mudando o gosto

Ainda, o músico Magno Silva, baterista da região, em depoimento<sup>4</sup>, afirma que sente por parte do público da cidade uma boa recepção ao Jazz & Blues, embora não consiga apontar a razão para tal fenômeno.

Assim, nota-se que em certa medida o interesse pelo Jazz & Blues “na realidade evidencia uma receptividade do público em relação aos concertos realizados nos espaços públicos” (HERSCHMANN & FERNANDES, 2014, p.171). Ou seja, a gratuidade do evento e seu fácil acesso se colocam como parte de um conjunto de aspectos que tornam o Festival de Jazz & Blues tão popular. O Jazz & Blues, ao invés de representar apenas um gênero refinado e elitista é traduzido para um encontro, um lugar de experiência, que atraem um público diversificado e muda a cara costumeira dos eventos de instrumental no país.

Afirma Fernandes (2011):

o nomadismo atual permite-nos ampliar nosso espectro de interação cotidiana no momento em que nos deslocamos entre territórios simbólicos, linguísticos e de

<sup>4</sup> Entrevista com Magno Silva, concedida à autora em 30/06/15

diferentes formas de vida sociocultural. Igualmente, os limites territoriais, no sentido sócio-antropológico, são redefinidos conforme as relações e interações vão ocorrendo no cotidiano vivido (FERNANDES, 2011, p.268).

Dessa forma, percebe-se que, sem qualquer intenção, os criadores do evento possibilitaram uma intensa troca de posições de classes na cidade, além de uma inclusão social espontânea, a partir do fácil acesso ao festival por parte de qualquer habitante da cidade.

De acordo com Muniz Sodré (2001), o momento em que a cultura da burguesia elitista transita para a cultura burguesa de massa é quando se constrói o fenômeno da *indústria cultural*; e é dessa maneira que a cultura passa a servir de forma cada vez mais direta à reprodução ampliada das relações capitalistas. Ainda em tal contexto, afirma Althusser (1996):

pelo aprendizado de saberes envoltos no repisar macio da ideologia da classe dominante que são, em grande parte, reproduzidas as relações de produto de uma formação social capitalista, isto é, as relações dos explorados com os exploradores e dos exploradores com os explorados. (ALTHUSSER, 1996, p.122)

Assim, nota-se que a rede de relações formadas na cidade de Rio das Ostras, na qual uma cultura anteriormente ligada a uma classe financeira A é absorvida pelo público interiorano, está em contexto com a indústria cultural ao mesmo tempo que a desconstrói. Afinal, o conceito exercido por Sodré (2001) exige um controle estatal e/ou capitalista que influencia a popularização de um fenômeno cultural em prol de um ganho de controle e/ou financeiro. Dessa forma, quando o público riostrense toma as rédeas de sua própria cultura e exercita uma transição espontaneamente, um novo processo social se assume; mesmo que este não tenha um nome definido.

Da mesma maneira, enquanto Althusser (1996) entrega ao explorador a capacidade de reproduzir seu comportamento e consumo para o explorado, a população periférica de Rio das Ostras vem em contraste com a sua classe dominante. A escolha da população de ser envolver em um evento não direcionamento para o riostrense pode demonstrar uma inversão de possibilidades na concepção de uma minoria social que apenas segue indicações. O festival de Jazz & Blues se torna assim capacitor de uma pequena – mas notável – revolução social apenas em seu



microscópico intento de fazer música para quem quer ouvi-la. Uma estrutura na qual desigualdade e subordinação do todo complexo que esta no domínio expressa a contradição entre reprodução e transformação que constitui a luta de classes de maneira evidente (PÊCHEUX, 1996).

### **A influência carioca**

Um outro argumento para a popularização do evento é o crescimento do público apreciador do Jazz & Blues no estado no Rio de Janeiro que vem sendo notado nas últimas décadas, fenômeno que causou surpresa para a mídia e cenas musicais do país (HERSCHMANN & FERNANDES, 2014). Talvez seja difícil aplicar tal crescimento em uma cidade interiorana como Rio das Ostras, porém a influência carioca na cidade aumentou notavelmente desde o início dos trabalhos na Bacia de Campos (Macaé – RJ) e a incidência de moradores vindos do Rio de Janeiro na cidade - por razões de clareza argumentativa tal tópico será melhor explanado apenas ao final desse artigo.

Além do crescimento da popularidade do Jazz & Blues, o próprio formato do festival é algo que parece estar atraindo casa vez mais consumidores. De acordo com Herschmann (2010):

nos últimos anos, é possível constatar o crescimento dos rendimentos com concertos ao vivo. Mesmo com o mundo vivendo um período marcado pela crise econômica, o mercado de shows musicais apresentou um crescimento de 10% em 2008, movimentando cerca de US\$ 25 bilhões, entre venda de ingressos, publicidade e direitos de imagem (HERSCHMANN, 2010, p.159).

No Brasil, esse mercado de festivais e concerto ao vivo tem se expandido cada vez mais. A Associação Brasileira dos Produtores de Festivais de Música Instrumental, Jazz & Blues (Abrafest) foi criada em 2010, com Stênio Mattos (produtor do Festival de Jazz e Blues de Rio das Ostras) eleito presidente, e conta com mais de 16 festivais nacionais representados, sendo apenas a primeira das muitas associações que vem surgindo para explorar esse novo cenário de música ao vivo.

Assim, percebe-se que o festival de Rio das Ostras surge como um pioneiro – sua criação foi em 2002, o registro de aumento de concertos ao vivo no Brasil data de 2008 – de um movimento que já estava em andamento no país. Dessa maneira, a popularização do evento se encontra dentro de um contexto no qual “se vivencia uma totalização dos mercados econômicos e simbólicos transnacionais” (CANCLINI, apud HERSCHMANN, 2010, p.153).

### **Cidade que apresenta e produz**

Stênio Mattos<sup>5</sup> conta que em 2014, pela primeira vez, foi promovido um concurso de bandas regionais para tocar no palco principal do evento. Para a sua surpresa, foram mais de cinquenta e cinco inscrições, sendo que entre as dez bandas finalistas, seis eram de Rio das Ostras.

A banda vencedora do concurso foi a Segundo Set, atualmente composta por Junior Muniz (contra-baixo), Eduardo Bruno (saxofone), Diego Freitas (bateria) e Lucas Andrade (teclado). Todos os membros são nascidos em outras cidades e se mudaram para a região depois do surgimento do festival. E ali encontraram uma cena de música instrumental nada organizada. De acordo com Muniz e Bruno (criadores da banda), o aperfeiçoamento musical que eles precisavam para realizar o Jazz & Blues foi possibilitado por Gabriel Santiago, professor de instrumental no Conservatório de Música em Macaé (cidade localizada à 28 quilômetros de Rio das Ostras) – inaugurado dois anos depois do surgimento do festival:

Muniz: ele [Gabriel Santiago] propôs a ideia de criarmos um grupo de estudos. Dentro dessa correria como professor, como músico, acompanhando artistas da cidade, a gente tentava reunir umas horinhas do nosso tempo.

Bruno: A gente pegava os estudos e ia tocar. A gente fazia festa corporativas, restaurante, tocava no Botequim do Adonias, em Macaé. Lá a gente inaugurou a casa com Jazz.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Entrevista com Stênio Mattos, concedida à autora em 17/08/14

<sup>6</sup> Entrevista com Junior Muniz, Eduardo Bruno, Diego Freitas e Lucas Andrade, concedida à autora em 30/06/2015

Freitas e Andrade se uniram à banda com trajetórias semelhantes. O primeiro entrou em contato com os músicos da região por frequentar o mesmo bar (o Galeto de Macaé) e mais tarde foi levado à uma casa de cultura improvisada e não oficial, que se localizava em Unamar (bairro de Cabo Frio, à 20 minutos do centro de Rio das Ostras). Já Andrade passou a conhecer o resto do grupo a partir dos eventos nos quais toca no Teatro Municipal riostrense – eventos iniciados em 2005. Assim, percebe-se que de certa maneira, a inauguração do festival e sua popularização possibilitou o surgimento de diversos outros cenários de música instrumental na cidade e região – mesmo que estes sejam totalmente desvinculados e pouco administrados.

Curiosamente, nenhum dos membros da banda reconhece um cenário de música instrumental na cidade, embora muitos descrevam a existência deste ao falarem de outras partes de suas trajetórias. Como se a cena Jazz & Blues de Rio das Ostras pudesse apenas ser percebida por um olhar terceiro – uma análise mais abrangente que setorial, um ligar os pontos.

De acordo com BAKHTIN (1996) o princípio de diálogo da linguagem que se estabelece a partir de uma abordagem social lhe é específica e pessoal, um compartilhar com o olhar alheio; a língua se torna um processo necessariamente interacional. Talvez dentro desse conceito seja simples perceber que a soma de perspectivas pode trazer clareza em um processo do qual os fundamentos estão todos pendentes de julgamento. O olhar trago pela pesquisa influencia, assim como aquele percebido a partir de um histórico de posicionamento – o estar da banda no olho do furação, sem nunca erguer os olhos para perceber o seu ao redor de maneira mais abrangente -; e enfim, ambos olhares permitem um novo enxergar linguístico; uma comunicação que caminha por linhas opostas para encontrar o mesmo ponto de ênfase.

Os membros ainda reclamam de um isolamento das bandas da região e do festival e, ainda, um esfriamento da cultura de Jazz & Blues no comércio local fora da época do evento. A música instrumental parece ser exercida em duas linhas paralelas: uma passa pelos palcos estruturados e internacionais do Festival de Jazz & Blues de Rio das Ostras e outra nas casas de cultura improvisadas da região ou corredores em

Búzios - “para ser certificado em Jazz tem que ter tocado no Pátio de Búzios pelo menos uma vez!”, exclama Bruno em depoimento.

Porém, Carla Ennis afirma que a intenção é cruzar cada vez mais essas duas linhas:

Algumas [bandas] a gente conseguiu espaço na festa da cidade. Novos talentos, né? A gente gostaria que eles aparecessem mais, que tivéssemos um projeto fixo, porque são eles que dariam a cara de “cidade do Jazz” realmente. A nossa ideia é que a gente fizesse o Rio das Ostras Instrumental uma vez por mês e fomentasse com essas bandas da cidade. Mas sinceramente, se não houver patrocínio, não conseguimos fazer.

O financiamento do projeto começa a se tornar uma outra questão. Com a crise dos *royalties* do petróleo (mais sobre o assunto adiante), a verba da prefeitura da cidade diminuiu, assim como a direcionada para o evento anualmente. Este ano (2015), o projeto será financiado por apoiadores e patrocínios, mas não há planos para os anos futuros. Porém, talvez o festival seja no fim um catalisador de cultura e não necessariamente o redentor desta eternamente.

Ainda, de acordo com Bourdieu (1989), “a construção de uma cena musical é o produto não só da inventividade de alguns indivíduos, mas uma construção social, dependendo, assim, de toda uma rede de relações sociais” (BOURDIEU; 1989, p.12). Nota-se então que o sucesso do Festival de Jazz & Blues, embora parta da iniciativa bem pensada de seus criadores, é imensamente dependente da população de Rio das Ostras, que estabeleceu o evento como um local de “experiência” (MAFFESOLI, 2007, p.203) e assim o tornou um espaço de liberdade artística-cultural e intensa diversidade social.

Como se de repente não se trata-se mais de que parcela da sociedade controla o discurso, mas o controle que tal discurso exerce sobre a sociedade, e os efeitos que ele tem no formato de vida riostrense. Tal discurso sendo posicionado em tal escala que se constitui, ele próprio, numa esfera existencial particular, geralmente abstrata com relação ao território concreto e ao tempo real-histórico, como explica Sodré (2007). O fenômeno de Jazz & Blues torna-se uma língua com a qual qualquer classe

social pode falar, comunicar-se e interagir; a única exclusão social presente é contra aqueles que não gostam do gênero.

### **A questão dos royalties**

Ao longo do estudo que veio a resultar no artigo aqui explanado nota-se sempre a presença de um questionamento e por tal razão percebeu-se a necessidade de acrescentar esse tópico para tornar a pesquisa em pauta melhor estabelecida. Assim, questiona-se: não serão todas essas transformações espaciais e sociais ocorrentes em Rio das Ostras apenas um efeito da exploração de petróleo na Bacia de Campos (Macaé – RJ), iniciada na década de 70, ao invés de uma nova configuração territorial causa pelo Festival de Jazz & Blues? Sim e não.

A partir de análise de dados disponibilizados pelas prefeituras das cidades na região dos lagos do estado do Rio de Janeiro em suas *homepages* oficiais, percebe-se que sim, de certa maneira todas as cidades da região receberam uma injeção de investimento com a exploração da Bacia de Campos; muitas delas apresentando inclusive um grande crescimento populacional – Rio das Ostras possuindo o maior do estado, cerca de 11% ao ano. Além disso, Macaé, cidade litorânea com aproximadamente 28 quilômetros de distância de Rio das Ostras e sede das operações da Bacia de Campos, mostra-se em crescimento econômico e social relevante.

Porém, mesmo com a constatação de um crescimento generalizado na região por razão dos *royalties* do petróleo, Rio das Ostras ainda se destaca em transformações culturais e estruturais. Desde a instalação da estatal da Petrobrás, Macaé recebeu a instalação de mais de 4 mil empresas, entre elas grandes multinacionais e hoje possui mais de 200 mil habitantes, porém estruturalmente a região não demonstra grandes mudanças. Além disso, o capital da cidade se mostra intensamente vinculado a exploração de petróleo, oscilando com o mercado a cada vez que a Petrobrás demonstra queda comercial.



Rio das Ostras em compensação mostra-se abalada pela conjuntura atual de crise do petróleo, porém ainda superando a situação por conta de suas taxas de turismo. Além disso, de acordo com a *webpage* do programa Cidades Sustentáveis:

o município [de Rio das Ostras] hoje é considerado referência em iniciativas culturais permanentes que deram início a programas e projetos de geração de emprego e renda, aliados ao princípio da autogestão financeira da Fundação Rio das Ostras de Cultura, instituição que gerencia as ações do setor no município.

### **Considerações finais**

Percebe-se então que o fenômeno ocorrente em Rio das Ostras, no qual os cidadãos da cidade se opõem a uma norma cultural estabelecida pela indústria de música atual, pode demonstrar o início de uma desconstrução social, que permite a liberdade cultural acima de limites financeiros. Tal relação sensível com o gênero musical do Jazz & Blues mostra que as tendências estabelecidas pela indústria cultural podem ser desconsideradas facilmente se não houver a delimitação social em eventos públicos; no caso de Rio das Ostras, tal liberdade é demonstrada pela gratuidade do Festival de Jazz & Blues e seu fácil acesso nas zonas centrais da cidade.

O fenômeno ocorrente na região riostrense naturalmente se mostra uma fenômeno único, embora possivelmente influenciado por linhas culturais advindas do Rio de Janeiro e intensificadas pelo caráter “passante” dos habitantes de Rio das Ostras.

Mostra-se ainda que a fácil acessibilidade de um evento cultural pode gerar intensas transformações espaciais e sociais, em um ambiente propício e receptivo a sua presença. Além de uma espontânea inclusão social, dada através da mistura de públicos atraídos cada por uma razão, mas convivendo dentro de um mesmo território social.

Nota-se ainda que o festival, embora proveitoso e frutífero para o comercial local, não é suficiente para manter a cidade economicamente independente dos royalties do petróleo que passou a receber com a exploração da Bacia de Campos em Macaé (RJ). Seria necessário por parte da Prefeitura local um incentivo para bandas

de instrumental da região tocarem, aparecerem e conseqüentemente tornarem Rio das Ostras a “cidade do jazz” que ela tem o potencial de ser.

Por fim, percebe-se ainda que mesmo o Festival de Jazz & Blues de Rio das Ostras não tendo tido o sucesso planejado e atraído o turismo de relevância econômica para a cidade esperado, as modificações sociais possibilitadas por sua criação colocam o evento em uma posição de grande importância econômica e bem sucedido no melhoramento sociocultural da cidade de Rio das Ostras.

### **Referências Bibliográficas**

NEGUS, K. O Business do Rap: entre a rua e os escritórios dos executivos das gravadoras. In: HERSCHMANN, M. M. *Nas bordas e fora do mainstream musical: novas tendências da música independente no início do século XXI*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011

ACSELRAD, H. *Cartografias sociais e território*. Rio de Janeiro: UFRJ/IPPUR, 2008

ALTHUSSER, L. Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado. In: ZIZEK, Slavoj (org.). *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996, pp. 105-142.

ARAÚJO, H. R. (org). *Tecnociência e cultura: ensaios sobre o tempo presente*. São Paulo: estação Liberdade, 2004

BAKHTIN. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1996.

BOURDIEU, P. *A Economia das Trocas Simbólicas*. Rio de Janeiro: Perspectiva, 1987.

\_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989

CALADO, C. *O jazz como espetáculo*. São Paulo: Perspectiva, 2007

CASTELLS, M. “A nova economia: informacionalismo, globalização, funcionamento em rede.” (Cap.2). In: \_\_\_\_\_. *A sociedade em rede*. Vol.1. São Paulo: Paz e Terra, 2001

DELEUZE, G. & GUATTARI, F. *Mil Platôs. Capitalismo e esquizofrenia v.1*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995

FERNANDES, C. S. Música e Sociabilidade: o samba e o choro nas ruas-galerias do centro antigo do Rio de Janeiro. In: HERSCHMANN, M. M. *Nas bordas e fora do mainstream musical: novas tendências da música independente no início do século XXI*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011

FREIRE FILHO, J. & MARQUES, F. *Jovens, Espaço Urbano e Identidade: Reflexões sobre o Conceito de Cena Musical*. Rio de Janeiro: Intercom, 2005b

GOMES, L. F. *Cinema nacional: caminhos percorridos*. São Paulo: Ed.USP, 2007.

GUATTARI, F. & ROLNIK, S. *Micropolítica: cartografia do desejo*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1996

HERSCHMANN, M. M. *Alguns apontamentos sobre o crescimento do carnaval de rua na cidade do Rio de Janeiro no início do século XXI*. Rio de Janeiro: 2013

HERSCHMANN, M. M. *Indústria da música em transição*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010

HERSCHMANN, M. M. & FERNANDES, C. S. *Música nas ruas do Rio de Janeiro*. São Paulo: Intercom, 2014

HOBSBAWM, E. J. *História Social do Jazz*. São Paulo: Paz e Terra, 2005

LATOUR, B. & HERMANT, E. *Paris ville invisible*. Paris: La Découverte, 1998

LIMA, M. G. *Pérola entre o rio e o mar: História de Rio das Ostras*. Rio das Ostras: Fundação Rio das Ostras de Cultura, 1998

MAFFESOLI, M. *O ritmo da vida*. Rio de Janeiro: Record, 2007

SODRÉ, M. “A mutação identitária” (cap.8). In: \_\_\_\_\_. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis: Vozes, 2001.

\_\_\_\_\_. *Sobre a episteme comunicacional*. Matrizes. n.1. outubro de 2007. São Paulo: 2007

NEGUS, K. O Business do Rap: entre a rua e os escritórios dos executivos das gravadoras. In: HERSCHMANN, M. M. *Nas bordas e fora do mainstream musical: novas tendências da música independente no início do século XXI*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011

OLIVEIRA, A. C. *Democratização do Processo Decisório em Municípios Beneficiários dos Royalties Petrolíferos: a experiência de Rio das Ostras*. Campos dos Goytacazes: CEFET, 2008

PÊCHEUX, M. O mecanismo do (des)conhecimento ideológico. In: ZIZEK, Slavoj (org.). *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996

PORTAL PREFEITURA DE RIO DAS OSTRAS. *Dados do Município*. Disponível em: <<http://www.riodasostras.rj.gov.br/dados-do-municipio.html>>. Acesso em: 15/07/2015

PORTAL PREFEITURA DE MACAE. *Economia*. Disponível em: <<http://www.macaerj.gov.br/conteudo/leitura/titulo/economia>>. Acesso em: 15/07/2015

PROGRAMA CIDADES SUSTENTAVEIS. *Rio das Ostras, RJ*. Disponível em: <<http://indicadores.cidadessustentaveis.org.br/br/RJ/rio-das-ostras>>. Acesso em: 10/07/2015

PORTO, S. *Pequena História do Jazz*. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1953

RODRIGUES, J. P. Ofertas de Sentidos de Identidades Culturais nas Mídias Impressas Piauienses. In: SAID, G. *Comunicação: novo objeto, novas teorias?*. Teresina: EDUFPI, 2008

## **Entre o olhante e o olhado, um discurso da aura <sup>1</sup>**

Joana Dominguez Gonzalez Bouères Beleza<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo versa sobre o tema da arte e o empoderamento do objeto, a partir do entrelaçamento entre a teoria da Antropologia do Consumo e a discussão acerca da retomada da aura trazida por Didi-Huberman, buscando construir um diálogo pertinente para pensar as relações contemporâneas entre sujeito e objeto.

### **Palavras-chave**

Empoderamento do objeto; consumo; aura

### **O empoderamento do objeto e a arte contemporânea**

Estas latas têm que perder, por primeiro, todos os ranços (e artifícios) da indústria que as produziu. Segundamente, elas têm que adoecer na terra. Adoecer de ferrugem e casca. Finalmente, só depois de trinta e quatro anos elas merecerão de ser chão. Esse desmanche em natureza é doloroso e necessário se elas quiserem fazer parte da sociedade dos vermes. Depois desse desmanche em natureza, as latas podem até namorar borboletas. (Manuel de Barros, *Memórias da Infância*, 2003. Capítulo *Latas*).

Didi-Huberman propõe, sob uma perspectiva contemporânea e não-condenatória da noção de “experiência”<sup>3</sup>, uma espécie de retomada do conceito da “aura” benjaminiana, sugerindo, no entanto, um deslocamento estrutural na relação entre sujeito e obra de arte, reestruturando e repensando, assim, o jogo de olhar construído entre essas duas forças envolvidas. Fundamentalmente, sua proposta envolve um movimento de resgate da aura, não na forma de epifania, mas na forma de sintoma, entendido aqui como efetividade, forma, materialidade, e real formatado; enquanto pela epifania se subentende um fechamento necessário em uma *revelação*,

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT5 – Práticas de Entretenimento e Consumo - do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. Email: [joanabeleza@hotmail.com](mailto:joanabeleza@hotmail.com)

<sup>3</sup> Didi-Huberman considera uma radicalidade a proposição benjaminiana “ausência de experiência”.



uma transcendência. Dito de outra forma, Didi-Huberman, ao contrário de Benjamin, vai pensar o objeto contemporâneo, já desprovido da aura - aquele em si desaturado -, e, portanto, dessacralizado, para, por fim, ver-se reaturado por outras vias.

Pensemos nesta palavra, empregada com frequência, raramente explicitada, cujo espinhoso e polimorfo valor de uso, Walter Benjamin nos legou: a aura. “Uma trama singular de espaço e de tempo” [...] um espaçamento tramado – e mesmo trabalhado [traço do trabalho humano esquecido na obra] - [...] como um sutil tecido ou então como acontecimento único, estranho (*sonderbar*), que nos cercaria, nos pegaria, nos prenderia em sua rede. E acabaria por dar origem, nessa “coisa trabalhada” ou nesse ataque de visibilidade, a algo como uma metamorfose visual específica que emerge desse tecido mesmo, desse casulo [...] de espaço e tempo. A aura seria portanto um espaço tramado do olhante e do olhado, do olhante pelo olhado. Um paradigma que Benjamin apresentava antes de tudo como um poder da distância: “única aparição de uma coisa longínqua, por mais próxima que possa estar” (DIDI-HUBERMAN, 1998, p. 147).

A partir desse fragmento, Didi-Huberman oferece definições benjaminianas importantes para o tratamento da *aura*, mas, de todo modo, sublinha, em continuidade, a revelação daquilo que sugere estar subentendido, mas pouco notado na proposta original de Benjamin, e que, de todo modo, funciona à contemplação do objeto da arte contemporânea - um objeto, por sua construção, desaturado -, no sentido de lhe apresentar uma nova possibilidade de reaturação. A partir da observação de que o “movimento experimentado único” (a *aura* de Benjamin, propriamente) apresenta-se carregado na visibilidade do objeto, marcando sempre aí uma ausência que é presença e uma presença que é ausente, Didi-Huberman salienta então o “segundo aspecto da aura”: a ideia de que o olhado (o objeto) também olha e interpela o olhante (o sujeito), deslocando, portanto, nessa mudança de perspectiva, a hierarquia formal entre sujeito e objeto<sup>4</sup>, rompendo, assim, a compreensão restrita deste último apenas como algo passivo, objetual. O texto de Didi-Huberman se faz então provocação à medida que nos propõe repensar a relação contemporânea com a imagem, acentuando sua necessária abertura às redes polissêmicas e a importância de

---

<sup>4</sup> Nos termos de Didi-Huberman, estamos falando de “o poder do olhar atribuído ao próprio olhado pelo olhante: isto me olha”.

retirá-la de sua transparência para experimentar, sobretudo, sua opacidade. Trabalhá-la, portanto, não pelo que ela representa, mas pelo o que ela é: forma e materialidade.

Enquanto Benjamin pensa o objeto de arte como tradição, Didi-Huberman o observa, sobretudo, como possibilidade, como obra aberta que se constitui dentro e fora do sujeito. Logo, o valor de culto/cultural que o atribui, portanto, não estaria na dimensão da tradição - do ritual, da sacralização - como está para Benjamin -, mas necessariamente na esfera do cultivo, do cuidado. Toda a reflexão do autor, então, se dá em torno da inquietação provocada por esse objeto desaturatizado e percebido em sua opacidade. Segundo a proposta defendida, o olhar costuma buscar associações espontâneas entre o objeto visível e suas imagens e memórias correspondentes<sup>5</sup>, no entanto observa que, quando os signos correspondentes, por um motivo qualquer, não se fazem imediatamente identificados, encontra-se o sujeito automaticamente perturbado pela sensação real do “não-saber” e do “não automatismo”. A ideia dessa aparição única e singular impediria, por consequência, a catalogação, o ato de classificar, e, é, precisamente nesse momento, que o autor pondera que o objeto interpela o sujeito e a hierarquia se desloca. Estamos diante de algo que não se dá a ver e, nesse contexto, ambos – sujeito e objeto -, se fazem olhantes e olhados simultaneamente. Didi-Huberman defende que a aura seja (re)construída justamente nesse espaço. Nesse movimento sugerido, o objeto contemporâneo estaria, portanto, sendo empoderado, retirado dessa coisa objetual de transparência e passividade, estando, assim, reauratizado.

O autor, então, aponta para a necessidade e importância de trabalhar o mundo não codificado. A arte contemporânea, sabemos, experimenta constantemente essa sensação ao priorizar o objeto em sua opacidade, o objeto ausente de aura e, portanto, não sacralizado. Debruça-se sobre o material não revelado, sobre elementos que não carregam em si a transparência, objetos que não são fartos de imagens a priori. Traz em si, portanto, a proposta do obstáculo, da interrupção do automatismo. Aquilo que é opaco, e “não se dá a ver”, nos obriga a lidar necessariamente com o “não saber”.

---

<sup>5</sup> Nesse ponto, Didi-Huberman e Walter Benjamin estão em concordância.

Nessa experiência estética, experimenta-se a força do objeto, da imagem que, não reconhecida e catalogada, força o sujeito a parar diante dela e experimentar ser também olhado e por ela interpelado<sup>6</sup>. Nesse sentido, tem-se a imagem não como objeto possuído, mas, principalmente, como quase sujeito. O olhar singularizado de cada experiência, suscitado pelo simbolismo e memória evocados pela visibilidade do objeto, em diálogo com a experiência individual do sujeito, é o que o permite, segundo Didi-Huberman, “aparecer como um acontecimento visual único”. Daí nasce a ideia da “reauratização”.

Aurático, em consequência, seria o objeto cuja aparição desdobra, para além de sua própria visibilidade, o que devemos denominar suas imagens, suas imagens em constelações ou em nuvens, que se impõem a nós como outras tantas figuras associadas, que surgem, se aproximam e se afastam para poetizar, trabalhar, abrir tanto seu aspecto quanto sua significação, para fazer delas uma obra do inconsciente. (DIDI-HUBERMAN, 1998, p. 149).

A exposição *Archipel Secret*<sup>7</sup>, abrigada no Palais de Tokyo, no ano de 2015, em Paris, oferecia aos espectadores semelhante experiência inquietante descrita por Didi-Huberman. Defrontados com um conjunto de imagens e objetos que, juntos, construíam significações pouco ou nada transparentes, a obra, percebida em sua totalidade, paralisava, travava o “olhante”, que, desprendendo, então, do dobro de cuidado e atenção, buscava apressadamente encontrar referências e associações a partir da forma, da materialidade, e da construção estética ofertada. A obra, portanto, se oferecia como uma espécie de obstáculo. Interpelava o sujeito ao tempo que também era por ele interpelada, numa construção dialógica interessante, uma relação ativa e agonizante entre sujeito e objeto, na qual, ao final, de nada se tem certeza.

---

<sup>6</sup> Para Benjamin, “sentir a aura de uma coisa é conferir-lhe o poder de levantar os olhos”. A aura, portanto, seria envolvida pela capacidade de devolver o olhar para quem olha.

<sup>7</sup> Imagens de acervo pessoal.



Aby Warburg também concebe a obra de arte de modo singular. Mergulhando no universo amplo e desierarquizado do arquivo, contempla, sobretudo, a dimensão antropológica do objeto, isto é, o toma como um complexo, abraçando a pluralidade de vozes frequentemente deslocada da esfera dos museus e da História Tradicional da Arte. Persegue, então, especulações mais livres, e menos cronológicas, lineares e determinadas; procura sair da ordem racional. Por Marcel Mauss, aproxima-se do saber construído pela *montagem*, pelos arquivos. Em diálogo, trazemos, então, Souza (2014) considerando que a significação do arquivo não está no papel, propriamente, mas na figura própria do arconte<sup>8</sup>, havendo ali, portanto, um mar de significações disparadas aos vários e singulares contatos entre sujeito e objeto. Nessa acepção, fala-se sobre traços e impressões que somente fazem sentido naquele momento singular, esvaindo-se a significação sempre junto ao olhar de quem olha. Sob esse ângulo, o objeto, em resumo, estaria desprovido de uma verdade única. Sintetiza-se o movimento sugerido considerando que o ficcional não está nos dados necessariamente, mas na *montagem* dos mesmos; isto é, o sentido de cada objeto não estaria no objeto em si, mas, sobretudo, no diálogo entre ele o sujeito.

A proposta central da maioria dos autores e artistas trazidos para o diálogo nesse artigo está, portanto, e em certa medida, em reverter a linearidade do discurso artístico e discutir a arte como significante, forma. A intenção, sob esse viés, está em trabalhar não o que ela *representa*, mas, principalmente, o que ela *apresenta*. Stuart Hall, apontando a importância da arte africana para o rompimento da perspectiva

---

<sup>8</sup> Quem cuida do arquivo.

pictórica europeia ocidental, constrói, nesse sentido, uma discussão interessante. Segundo o autor, a perspectiva pictórica, dona de uma frontalidade, de um lugar fixo a ser olhado, tende a ser unívoca, excessivamente narrativa, impondo um olhar, um único ponto de visão, estabelecendo, assim, um cerceamento, uma espécie de cumplicidade entre o artista e o espectador, limitando, portanto, a capacidade interpretativa do sujeito. Enquanto a perspectiva plástica, no entanto, admitiria ser observada por todos os ângulos, é volumétrica, não tem fundo: afasta a perspectiva do “único” ponto de visão. A obra como materialidade palpável; o impacto não da significação, mas do significante. A força, portanto, estaria na forma, que carrega uma autonomia: ela não é símbolo de alguma coisa, ela *é* a coisa.

### **O empoderamento do objeto e a antropologia do consumo**

A discussão artística acima me interessa, em particular, uma vez que dediquei os últimos anos ao estudo do livro em sua materialidade, tomando como base da pesquisa as teorias da antropologia do consumo, um campo bastante rico, de percursos inusitados, e pouco explorado no universo livresco e literário. Na contramão das abordagens moralista<sup>9</sup>, hedonista<sup>10</sup>, naturalista<sup>11</sup> ou utilitarista<sup>12</sup>, a antropologia do consumo aproximou, pela primeira vez, este fenômeno da cultura, percebendo o consumo como parte fundamental da construção de um poderoso sistema de classificação (Rocha, 2006), baseando-se, sobretudo, no fato de que os objetos conversam entre si, afirmam-se e identificam-se mutuamente, constituindo assim um sistema complexo de produção de significados, fazendo-se, dessa forma, intérpretes das práticas sociais.

Walter Benjamin (1995), a título de ilustração, quando discursa sobre a vida, o faz por meio dos bens: um armário, uma meia na gaveta, um livro na biblioteca, todos esses artefatos fazem-se signos de uma forma de viver, perceber e estar no mundo, um

---

<sup>9</sup> Demonização do consumo.

<sup>10</sup> Relação do consumo com o conceito de felicidade.

<sup>11</sup> Associação do consumo àquilo que é natural e biológico (consumo de oxigênio, por exemplo)

<sup>12</sup> Relação do consumo à satisfação das necessidades.



discurso não verbal bastante significativo da cultura. Portanto, sob a perspectiva antropológica, mais do que suprir necessidades e acentuar exibicionismos, os objetos, desde a “revolução do consumo”, no século XVIII, estariam funcionando também como marcadores sociais e comunicadores ativos, tendo o consumo como código: suas mensagens são facilmente codificadas por membros de uma mesma cultura.

Os principais teóricos dessa linha – Lévi-Strauss, Jean Baudrillard, Grant McCracken, Colin Campbell, Mary Douglas e Everardo Rocha - dedicam especial atenção aos objetos como recurso para encontrar não somente a riqueza simbólica de cada bem, mas, especialmente, para compreender a vida em sociedade. O cuidado se estende a aspectos como função, materialidade, uso e trajetória dos bens para se identificar, de forma mais próxima e objetiva, seus significados sociais possíveis. Extrai-se dessa perspectiva que o objeto, liberto do valor prático, assume diferentes dimensões nas relações com os sujeitos, constituindo um sistema “aberto” entre função e símbolo, abrindo-se, portanto, a múltiplas interpretações a partir da forma - assim como o faz a arte contemporânea, embora essa última permita leituras mais individuais, livres de categoriais culturais cristalizadas. A abordagem antropológica se preocupa em encontrar, portanto, as significações experimentadas pelos objetos nas diferentes relações de consumo, considerando os aspectos culturais que regem as escolhas cotidianas dos sujeitos<sup>13</sup>. Destituídos de uma “alma”, Baudrillard (1973) observa que os bens se tornam mais livres para experimentar novas funções, relações e combinações. Nesse ponto, a aproximação com o conceito de *aura* é inevitável. A alma, no sentido desenvolvido por Baudrillard, aproxima-se da noção benjaminiana de *aura* à medida em que ambas fecham os objetos em sua transparência, em relações tradicionais, desconsiderando a amplitude de possibilidades.

Observa-se, a partir desse segundo campo teórico, a título ilustrativo e providencial, que o livro, tomado como valor de signo cultural (modernidade, cultura, sabedoria, intelectualidade), motiva aquisições contemporâneas que fogem à prática da leitura. Seu valor simbólico - carregado na visibilidade do objeto – sustenta

<sup>13</sup> Os significados dos objetos seriam, pela referida perspectiva, fixados por rituais, que, ao final do processo, produziram convenções sociais culturalmente estáveis.

reputações bastante positivas e o livro, então, acaba por participar de um esquema social de troca e de valores, evidenciado nas escolhas individuais<sup>14</sup>. Como símbolos, se desprendem de uma função definida para se relacionar a um sistema maior de significação – movimento que também englobaria outros objetos na relação cultura-consumo. Nesse processo, a funcionalidade dos bens, portanto, estaria determinada menos pelo valor de uso do que pelo valor de signo – uma nova linguagem, construída socialmente, que produz modelos comportamentais pré-determinados.

O fenômeno do consumo mostra-se definido, portanto, como “sistema de significação e de comunicação”, no qual os bens adquirem sentido por meio de um código; e como “processo de classificação e de diferenciação social”, no qual os objetos se comunicam e determinam estatutos<sup>15</sup>. A partir das propriedades simbólicas da cultura material – produzidas nas ressignificações do objeto pelo consumo –, os sujeitos comunicam informações particulares. O consumo, de todo modo, atribui valores à identidade e imagem do sujeito a partir dos significados culturais dos bens – empoderados, pela perspectiva antropológica, por se tornarem os grandes mediadores das relações sociais. Nessa prática, as dimensões atribuídas aos objetos não lhes são inerentes, mas, sobretudo, negociados nas práticas e representações sociais.

Como signo e mídia de mensagens simbólicas, o livro impresso, como resultado deste movimento, assume, na contemporaneidade, a partir de seu aspecto físico, a função de reivindicador de *status* do saber, da cultura, do conhecimento e outros mais recentes - modernidade, sofisticação, culturalidade -, quando seu valor de uso cede ao valor cultural e simbólico. Em parte, um processo análogo ao da arte contemporânea, uma vez que se observa a força do significante na dialética da mensagem.

À semelhança do que ocorre com o corpo<sup>16</sup>, o livro passa a ser fundamentalmente percebido em sua materialidade na sociedade de consumo, tornando-se força mais significativa que o próprio conteúdo (culto ao corpo/culto ao livro). Na cultura de massa, livros, obras de arte e enciclopédias, destituídos então da

<sup>14</sup> O livro foi o meu objeto de pesquisa do mestrado.

<sup>15</sup> Consultar Baudrillard, 1995.

<sup>16</sup> Elemento de análise de Baudrillard (1995).

aura que os blindavam, estariam deslocando-se de seus santuários sagrados para participarem de categorias mais corriqueiras, abrindo-se, sobretudo, a atuações sociais menos sacralizadas, que se configuram quase sempre desatreladas ao contexto original. Como material “culturalizado”, o livro, dentro das possibilidades de sua materialidade, atua, então, como suporte de leitura – sem dúvida -, mas avança nas aparições sociais, participando recorrentemente de esferas que se distanciam desta prática: um tipo de atuação que pretende marcar culturalmente o sujeito, definindo imagens sociais através da posse material de bens (leia-se: consumo).

Embora quase “idênticos” na forma, os livros impressos produzem mensagens e valores culturais diversos. Novo ou antigo, artesanal ou industrial, de arte ou de literatura, atuando como enfeite ou suporte de leitura, são vários os significados atrelados ao objeto nos variados contextos<sup>17</sup>. Na base do sistema proposto na dissertação, por exemplo, o livro participa de uma “relação motivada”, na qual o objeto mostra-se intimamente associado à transmissão de saber e de conhecimento e, conseqüentemente, seu conteúdo faz-se fundamental. Neste estágio “puro”, as relações seriam motivadas essencialmente pela busca do saber e do prazer literário, associando espontaneamente os valores sociais nobres carregados pelo livro e pela literatura às identidades dos sujeitos envolvidos (os leitores, propriamente) - talvez o resultado dessa primeira interação, no imaginário social, figure um dos principais responsáveis pela geração de novas relações estéticas e simbolismos envolvendo o objeto. Avançando um degrau dessa escala, observam-se relações arbitrárias - embora motivadas pela raiz e, portanto, marcadas pela motivação inicial (a influência do valor positivo da prática de leitura). A título de ilustração, observa-se o livro conquistando espaço em outras esferas sociais, a partir de seu valor cultural e intelectual, permitindo novos usos e funções: participam da construção de identidades políticas (forjadas) em campanhas eleitorais, são alvo de leis governamentais de incentivo, de ações de marketing de empresas privadas, compõem vitrines e interiores de lojas modernas e elegantes da Zona Sul do Rio de Janeiro, adornam ambientes, marcam

---

<sup>17</sup> Reflexão produzida a partir da leitura de Kopytoff (2008) sobre a “biografia das coisas”.

identidades. Nestes dois primeiros degraus da estrutura simbólica, parece ser ainda a função da leitura a principal motivação das funcionalidades e analogias do objeto, pois constituem atuações que ainda estabelecem relação com o ‘tronco’ e ainda possuem um ponto comum de apoio em relação à motivação da base. No terceiro e último nível proposto, todavia, amplia-se fortemente o grau de arbitrariedade da relação, ao passo que a motivação diminui significativamente. Embora o “gene” da leitura ainda esteja bastante presente em cada uma de suas células - permitindo que o valor simbólico esteja profundamente arraigado ao objeto - os usos e relações são libertadas, permitindo variações regidas por lógicas distintas. Neste último nível, o valor original de uso do objeto nem sempre constitui motivação para a construção e permanência das relações. Na decoração, o livro atua muitas vezes a partir de “modismos”, tendendo facilmente à substituição por outros elementos em uma próxima “estação”: os adesivos de livros, atribuindo beleza e descontração aos espaços, refletem bem as interações deste degrau.

### **Considerações Parciais**

No caminho exploratório do objeto de estudo, encontraram-se registros múltiplos e contemporâneos do livro. No entanto, valores arraigados e pouco desvencilhados à sua figura estética, em certa medida, lhe impediram de circular livremente nas diferentes esferas sociais sem que fossem estabelecidas relações automáticas entre sua forma e o valor cultural e social do conteúdo, como se o livro, como produto de massa dessacralizado, ainda assim carregasse uma “alma”. Foram identificadas representações aparentemente desvencilhadas do uso original e primário – sobretudo nas atuações estéticas que se apropriaram do livro na função de prateleira suspensa, mesa de centro e lateral -, mas, em algum momento (ainda que fosse restrito à escolha inicial da participação dos livros nesses ambientes), o objeto mostrava-se associado à importância social da literatura e do conhecimento. Neste ponto, retomando a discussão da arte, talvez possamos considerá-lo ainda constituído de uma espécie de “alma” que, de todo modo, o relaciona automaticamente ao valor literário

carregado; na discussão antropológica, indo, porém, de encontro à premissa dessa perspectiva, o livro dificilmente se apresenta como objeto neutro, uma vez que o valor social arraigado, de antemão, induz a maioria das relações contemporâneas. Distante de ser o objeto opaco da obra de arte contemporânea e o objeto neutro da antropologia do consumo – que adquire significação somente a partir das relações sociais que estabelece – o livro ainda adquire sentido muito mais pelo valor social e cultural que carrega do que pela suposta liberdade revelada pela relação dialógica entre obra-sujeito.

Porém, no outro extremo das relações, observa-se as esculturas do artista plástico Alejandro Somaschini, produzidas a partir de intervenções estéticas sob a materialidade do livro, parecendo “desprezar” toda e qualquer força literária e social atrelada ao objeto. A partir dessa observação, a arte contemporânea – seus pressupostos e pontos de vista – vem sempre acompanhando as minhas leituras, em busca de novos deslocamentos e perspectivas para a pesquisa. A produção artística de Waltercio Caldas e seu conjunto de obras dedicadas a intervir esteticamente na forma física do livro também desperta curiosidade. Seria necessário, no entanto, um pouco mais de pesquisa para conhecer seus principais interesses e a significação por trás de cada criação para tecer comentários mais embasados.

De todo modo, a necessidade de pesquisa indica, no mínimo, se tratar de uma obra não “dada”, que não se apresenta absolutamente transparente, embora o material trabalhado nos seja bastante conhecido e familiar. Interessante, em particular, é o uso estético do livro na produção dessas novas significações, produzindo não “automatismos”. O livro percebido não como conhecimento, mas, sobretudo, como interrupção, obstáculo – sobretudo para alcançá-lo. E, aqui, retomamos o ponto inicial do artigo, trazendo novamente a questão do empoderamento do objeto, que a antropologia do consumo, de certo modo, deslocou para a cultura. Enquanto na arte contemporânea, a força do objeto nasce de seu caráter “não dado”, da imagem não catalogada, e do diálogo com o sujeito; a perspectiva antropológica empodera o objeto pelas significações da cultura, pelo diálogo com o consumo, do qual se apropria o sujeito. Por mais que os bens sejam ressignificados, funcionando a partir de outros



registros, envolvidos em narrativas outras, deslocados de seus usos primários, nem sempre participam de relações imprevisíveis. São empoderados para o diálogo social entre sujeito, cultura e sociedade. O significante impacta, mas impacta, sobretudo, pela significação que carrega. Diferente da proposta artística contemporânea, o objeto, aqui, *apresenta* aquilo que ele necessariamente *representa*, isto é, se apresenta a partir daquilo que representa, pois constitui, sobretudo, um sistema complexo de produção de significados, são intérpretes das práticas sociais. O objeto *é* a coisa, mas *é*, antes de tudo, o *símbolo* dessa coisa, uma vez que as práticas e rituais de consumo traçam os seus significados sociais possíveis e o convencionaliza, impedindo, indiretamente, que participe de sistemas tão livres entre funções e símbolos.

#### **Referências bibliográficas:**

APPADURAI, Arjun (org.). *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs.). *O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas*. In: *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 1995.

\_\_\_\_\_. *O Sistema dos Objetos*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1973.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1974.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *A imagem sobrevivente: história da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

\_\_\_\_\_. *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Ed. 32, 1998.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

KOPYTOFF, Igor. *A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo*. In: APPADURAI, Arjun (org.). *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *O pensamento selvagem*. São Paulo: Editora Nacional e Editora da USP, 1970.

McCRACKEN, Grant. *Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003. (Coleção cultura e consumo/coordenação Everardo Rocha).

MICHAUD, Philippe-Alain. *Aby Warburg e a imagem em movimento*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

ROCHA, Everardo. *Magia e Capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SOUZA, Eneida Maria de; DIAS, Dylia L.; BRAGANÇA, Gustavo M. (orgs). *Sobrevivência e devir da leitura*. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

## **Videogames à esquerda<sup>1</sup>** Pirataria, devir-hacker e gambiarra

José Carlos Messias<sup>2</sup>

### **Resumo**

*Hackers* e piratas são figuras recorrentes dentro do imaginário da cultura digital. Para este estudo, ambos têm um papel importante na disseminação de informação, conhecimento e produtos culturais. Como mostram Levy (2010), Natale (2013), Castells (2003), entre outros, computação, cultura *hacker* e videogames estão intrinsicamente ligados de maneira a formar um arranjo sociotécnico que coloca em relação afetos, materialidades e processos cognitivos. E a centralidade dos games como objeto desta problemática demonstra como mesmo um aparato tecnológico dito complexo pode ser reapropriado dentro desses processos de subjetivação à brasileira, ilustrado pela ideia de gambiarra (RUAS, 2007, BRUNO, 2012), para atender às demandas por acessibilidade, visibilidade e expressão desses jogadores-hackers.

### **Palavras-chave**

Games; pirataria; hacker; gambiarra.

### **Introducao**

*Hackers* e piratas são figuras recorrentes dentro do imaginário da cultura digital. Para este estudo, ambos têm um papel importante na disseminação de informação, conhecimento e produtos culturais. Neste contexto, *hackers* e piratas fariam parte de um movimento de contracultura surgido na década de 1960 que reflete uma peculiar aliança entre política, tecnologia e entretenimento. Como mostram Levy (2010), Natale (2013), Castells (2003), entre outros, computação, cultura *hacker* e videogames estão intrinsicamente ligados desde o início. Para este estudo, eles formariam formar um arranjo sociotécnico que coloca em relação afetos, materialidades e processos cognitivos fazendo emergir uma lógica particular. O caso

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ. Email: [jmessias.santos@gmail.com](mailto:jmessias.santos@gmail.com)

de Steve Russell e a criação do *game* Space War como forma de testar a potencialidade do minicomputador<sup>3</sup> PDP-1, em 1961, sendo um caso emblemático. Mais ainda pelo fato de Russel e seus colegas do MIT chamarem o projeto de “*display hack*” (um *hack*, uma gambiarra, usando *display*<sup>4</sup>), o que evidencia o embricamento entre jogos eletrônicos e a cultura *hacker* desde seu início.

Na atualidade, a conexão entre essas esferas de atuação poderia ser entendido como um devir-hacker, um conceito que põe em evidência os aspectos não estruturais, não representacionais e não conscientes da interação humano-computador e seus efeitos dentro e fora do que se entende por meio digital. E a centralidade dos *games* como objeto desta problemática demonstra como mesmo um aparato tecnológico dito complexo pode ser reapropriado dentro desses processos de subjetivação à brasileira, ilustrado pela ideia de gambiarra (RUAS, 2007, BRUNO, 2012), para atender às demandas por acessibilidade, visibilidade e expressão desses jogadores-hackers.

Através de mutações históricas, sociais e econômicas ocorridas no que veio a ser chamado de ética *hacker* (Himanen, 2001, Levy, 2010), e da pirataria no âmbito pós-colonial (PHILIP, 2005, 2014, LIANG, 2014) seria possível identificar como os *games* – sendo parte da indústria do entretenimento e portanto imersos na lógica de produção capitalista global –, podem ser também veículos da luta contra-hegemônica.

Por isso, este estudo pensa os videogames a partir da discussão sobre trabalho imaterial e produção biopolítica no chamado capitalismo cognitivo (NEGRI; HARDT, 2005, 2010) associada à ideia de hibridização e mestiçagem como formas de agenciamento dentro de uma lógica antropofágica (COCCO, 2009). Desta forma, a gambiarra, como expoente sensível de um devir-hacker, transporia sua suposta relevância local para revelar uma potência capaz de mobilizar forças que estão além

---

<sup>3</sup> Um minicomputador seria um modelo de hardware intermediário entre os *personal computers* (PCs)/microcomputadores e os enormes *mainframes*. Para se ter uma ideia da escala, Levy (2010) afirma que um minicomputador como o PDP-1 teria o tamanho aproximado de três geladeiras, enquanto os *mainframes*, famosos em séries de ficção científica, poderia ocupar uma sala inteira.

<sup>4</sup> Uma aproximação entre a palavra *hack* em inglês que pode ser verbo (*to hack*) e substantivo e o termo gambiarra não é novidade e pode até ser encontrada na página da Wikipedia do verbete hacker. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Hacker>. Acesso em: 24/08/2015.

dos dualismos e das aparentes contradições entre emancipação e consumo, subversão e passividade, liberdade e sujeição, entre outras.

### **Contexto histórico**

Há no senso comum certa confusão sobre a origem e/ou os “inventores” da Internet: uns dizem ter sido os militares, outros insistem que foram as universidades estadunidenses e existem ainda os que defendem que um dos pesquisadores do CERN (Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear, na sigla atual em português) foi o responsável. Isso sem contar aqueles que garantem ter sido um grupo qualquer de jovens – nerds, *geeks*, *hackers* –, que, da garagem de casa, encontraram uma maneira de penetrar neste meio, na época, altamente institucionalizado.

É natural que o “indivíduo médio” se visse perdido em meio à especificações técnicas sem conseguir diferenciar o que seria um protocolo, um tipo de transistor, bits, microchips, navegadores, algoritmos etc. Portanto, caso fosse necessário responder a este questionamento, a resposta teria que ser “todas as anteriores”. Como pode ser visto pela história daquilo que chamamos hoje de Internet (Castells, 2003, Antoun; Malini, 2013 e Levy, 2010), uma série de fatores convergiu para o desenvolvimento da rede mundial de computadores, fatores esses de natureza tecnológica, metodológica e sociocultural que foram determinantes para a presente constituição da mesma.

Em primeiro lugar, foi uma descoberta do ramo das telecomunicações (ou seja, uma conexão ainda no nível do *hardware*) apropriada pelos militares estadunidenses que possibilitou as primeiras “conversas” entre computadores remotos, isso na década de 1960. Assim, surge a chamada Rede da Agência de Projetos de Pesquisa Avançada, no original *Advanced Research Projects Agency Network*, a Arpanet, ligada ao Departamento de Defesa dos Estados Unidos (CASTELLS, 2003, p. 20; ANTOUN; MALINI, 2013, p. 250).

A partir do estabelecimento das primeiras redes de computadores, o próximo passo lógico dessa equação seria justamente a “conversa” não só entre computadores, mas entre redes. Nesta época, já no final da década de 1970, havia uma cultura



relativamente disseminada de computadores, sobretudo em universidades. O problema é que neste período de surgimento e popularização inicial dos computadores pessoais (PC) cada fabricante projetava um programa para sua própria máquina, impossibilitando a interconexão fora das redes de uma mesma marca/modelo<sup>5</sup>. Fazer esses computadores “conversarem” era questão de se criar programas que compartilhassem uma espécie de arquitetura comum (suporte Unix para os protocolos da Arpanet) que serviria para fazer com que os sistemas operacionais criados de forma individual e separada pudessem trocar informações entre si.

Por fim, o que antes estava relegado aos reinos da Eletrônica, Telecomunicações e Ciências da Computação passa a esfera do Design com a “verdadeira” popularização da Internet para o grande público. E isso só foi mesmo possível através da intervenção do CERN nessa pequena contextualização histórica. Em 1980, o inglês Tim Berners-Lee escreveu o código de um programa que ele criou como projeto paralelo para auxiliá-lo em suas tarefas no CERN, o *Enquire*, um sistema de hipertexto que seria o embrião da *World-Wide Web*<sup>6</sup> (WWW ou W<sup>3</sup>).

A partir desse *background* altamente institucional, e que precisaria ser dessa forma num primeiro momento por causa dos processos que envolveram o desenvolvimento de tecnologias bastante sofisticadas e dispendiosas no decorrer de

---

<sup>5</sup> Castells (2003) conta que o advento das próprias redes de uma mesma marca/modelo já seria mais obra dos primeiros usuários-desbravadores do que uma iniciativa das próprias empresas, o que mostra a dificuldade de se criar, então, uma “rede das redes”. Ele cita que existia a rede da IBM, a BITNET, a das BBS, a FIDONET, e a do UNIX, a USENET e assim por diante. É algo um pouco diferente da relação atual entre os sistemas operacionais Windows, Linux e Mac, que já tem um alto grau de cooperação, por serem construídos com base em protocolos e programas já estabelecidos. Seria como primeiro ter que se criar do zero uma “intranet” dos usuários de Windows ou de Linux, que teriam versões diferentes caso a CPU fosse DELL, HP, Positivo, etc., e depois pensar em como fazer essas redes conversarem entre si. Portanto, no quadro que se está tentando construir, foi preciso a criação de toda uma arquitetura das conexões entre redes a nível de *hardware* e de *software*, a qual partiu dos próprios usuários, os primeiros *hackers*, para que modelos que se mantinham separados por questões comerciais e/ou industriais pudessem ser reunidos de forma a dar origem a Internet como a temos.

<sup>6</sup> Enquanto parâmetro de acesso à informação, a Web acaba servindo como uma espécie de “filtro” de conteúdo que divide essa informação no que está imediatamente acessível e o que fica “escondido”, ou seja, o que está fora do protocolo de hiperlink (http), não sendo “alcançável” por hipertexto. Assim, esse conteúdo que não pode ser alcançado pelo mecanismo das ferramentas de busca (os *bots* de rastreamentos) e, portanto, não pode ser visualizado em navegadores, é chamado de *Deep Web* (Web Profunda). Acredita-se que esta seja a maior parte do conteúdo da Internet, e essa proporção seria tão desigual que a parte da Internet que se tem acesso é chamada de *Surface Web* (Superfície da Web).

três décadas, germina a cultura *hacker*. Seja por causa de interesse acadêmico ou “mera” curiosidade com a nova tecnologia, autores como Castells (2003), Antoun; Malini (2013) e Levy (2010) são categóricos em afirmar que há influência desses “usuários independentes” nesses processos mesmo neste período inicial das redes de computadores. Para Castells:

A cultura *hacker* desempenha um papel axial na construção da Internet por duas razões: pode-se sustentar que é o ambiente fomentador de inovações tecnológicas capitais mediante a cooperação e a comunicação livre; e que faz a ponte entre o conhecimento originado na cultura tecnomeritocrática e os subprodutos empresariais que difundem a Internet na sociedade em geral (CASTELLS, 2003, pp. 37-38).

Ver esses “desbravadores” da tecnologia digital como pontes entre as estruturas formais de poder e o grande público é algo que esta pesquisa tem em comum com os pensadores citados, especialmente na temporalidade contemporânea, na qual, acredita-se, um *ethos hacker*, que seria diferente da ideia da ética *hacker* tradicional, se manifeste de forma ainda mais potente.

## **Gambiarra e devir**

Como defende Cocco (2009), o hibridismo, antes de ser apropriação tecnológica, é uma questão epistemológica. O conceito lida com as diversas distinções feitas, acredita-se, na Modernidade – principalmente aquela entre natureza e cultura –, e mostra como, na construção de um conhecimento científico, tanto nas ciências ditas Exatas quanto nas Humanidades, privilegiou-se o método do isolamento e do dualismo ao invés de uma perspectiva integrada e múltipla. Dessa forma, fenômenos de natureza intrinsecamente complexa ganharam recortes e com isso áreas específicas onde deveriam ser tratados, seus próprios “reinos”, as disciplinas, limitando assim os pontos de vista e, por conseguinte, o entendimento dos mesmos.

Essa discussão, sendo vital para a Comunicação, será abordada aqui, obviamente não em sua totalidade, mas como forma de inserir esse debate da apropriação tecnológica numa perspectiva maior, deixando claro que pensar a Comunicação dentro da Cibercultura é também pensar a experiência sensível e os afetos em meio

aos agenciamentos cotidianos, uma percepção que tiramos do trabalho de Fátima Regis. De acordo com ela:

O corpo é lugar privilegiado para se pensar a relação com as novas tecnologias na Atualidade. Não apenas por seu potencial de libertação ou assujeitamento que remete a um modo moderno de compreender a tecnologia, mas, principalmente, por destacar que as novas experiências possibilitadas pela tecnologia da informação implicam repensar o lugar do homem no mundo. Animais e máquinas deixam de ser as figuras de alteridade mediante as quais construíamos a identidade de humano e colocam-se em continuidade com as próprias concepções e possibilidade do humano. (REGIS, 2012, p.105).

No debate proposto por Cocco, somos apresentados a um processo de hibridização, uma forma de agenciamento, que passa pelo Brasil ou por certa “brasilidade” como polo de referência – para o autor, um devir-Brasil do mundo –, o qual seria expressa também por esses processos de mestiçagem, apropriação, deglutição do outro, do externo, um devir-mundo do Brasil. Segundo ele:

[...] a globalização abre-se a multiplicidade dos mundos possíveis. Sua temporalidade é aberta ao devir, MundoBraz: um devir-mundo do Brasil que é ao mesmo tempo um devir-Brasil do mundo. Nesse segundo plano, a flexibilidade social e econômica é manifestação de uma plasticidade cuja dinâmica se alimenta da hibridização incessante, para dentro e para fora, para além do dentro e do fora. A mestiçagem brasileira se apresenta aqui como uma potência de diferenciação e, pois de produção ilimitada de novos valores, constituição do tempo, produção de novo ser (COCCO, 2009:49).

Os expoentes da proposta de Cocco que exprimiriam esta suposta subjetividade híbrida seriam representados por duas correntes filosóficas dentro da Antropologia: o “manifesto antropofágico”, de Oswald de Andrade, e a “cosmologia ameríndia” de Eduardo Viveiros de Castro. Para o pesquisador ítalo-brasileiro:

A obra de Oswald, ao contrário, é atravessada, desde o início, por uma potência da qual derivam, simultaneamente, suas dimensões estéticas e políticas. Esta potência traça uma linha de fuga marcadamente de constituição da liberdade; e, de outro lado, os processos [ontológicos] de produção da hibridização (COCCO, 2009, p.237).

Isso significa que a antropofagia deve ser encarada também como uma afirmação política, não necessariamente no sentido estrito do termo, mas como um processo de (livre) expressão e da própria reivindicação dessa liberdade através da corporalidade e dos afetos, ou seja, biopolítica. E Cocco ainda complementa:

O anticolonialismo antropófago implica superar qualquer manobra que vise a explorar os impasses brasileiros apenas por determinantes exógenos; e não se compromete com nenhuma aliança de tipo nacional. A resposta

que a América Latina tem de dar à alienação cultural é aprofundar ainda mais a mestiçagem e a hibridização com os fluxos mundiais (2009, p.237).

É preciso deixar claro que a defesa de um devir-mundo do Brasil galgado na apropriação da hibridização como conceito não se trata da construção de uma identidade nacional, mas justamente de opor esse conceito da Modernidade com um ideário que seria próprio da contemporaneidade. São diversos Brasis em constante interação, uma “multiplicidade em relação”, como diriam Deleuze e Guattari (2009). É na relação que se constitui o híbrido, e a hibridização seria, então, uma expressão do devir.

É aqui que pretendemos inserir a ideia de gambiarra, uma proposta conceitual relativamente nova para uma “epistemologia da alteridade”. É só através dessa abertura à alteridade que o analista pode enxergar as estruturas rizomáticas que subsidiam o objeto, fazendo da produção de conhecimento uma ação que considere a “organicidade” do vivo, e não unidades estanques, dissecações.

Longe de um questionamento puramente epistemológico, Cocco insere essa discussão dentro do referencial neomarxista do capitalismo cognitivo. Entendendo a hibridização como um processo que pode também ser político e de luta para a constituição da liberdade (e não apenas de resistência), Cocco relaciona o perspectivismo de Viveiros de Castro ao que ele chama de “ontologia constituinte” do italiano Antonio Negri. Para Cocco, a maneira como Negri e Hardt entendem a condição do vivente, com suas estratégias de fuga, e a troca de pontos de vista do perspectivismo de Viveiros de Castro dependem, ambos, da produção de afetos e da subjetivação, de microatos criadores de diferença, segundo ele, “criadores de mundos”, de perspectivas.

Os afetos são fundamentais pra compreender esta micropolítica do devir. Nesta concepção, opera-se um agenciamento tecno-político-cognitivo em meio a cultura digital contemporânea que se exprimiria de duas formas, em primeiro lugar, em seu cerne filosófico, como este devir-hacker, uma expressão da simbiose homem-máquina contemporânea, onde uma multiplicidade de afetos atravessam a série de práticas que pretendemos abordar (mas também muitas outras fora da rede não

contempladas), impregnando diversos saber-fazer que, espera-se, sejam vetores desse impulso de liberdade ligada ao entretenimento.

Dessa forma, busca-se, em primeiro lugar, dar certa figuração ou concretude, às percepções fugazes de uma movimentação que vem ocorrendo nas últimas décadas, uma rede de afetos, pode-se dizer, que tem a figura do *hacker* como *hub*, seu mediador, numa acepção latouriana, isso sem que se perca essa fluidez ou vivacidade desses fenômenos em interconexão.

Mais precisamente, a emergência de uma demanda por experiência personalizada fomentada pela tecnologia digital seria a pedra fundamental da noção de devir-hacker. Esse devir-hacker se desenrolaria concomitantemente ao devir-Brasil do mundo e o devir-mundo do Brasil de Giuseppe Cocco, sendo então uma de suas facetas. Para o autor:

[...] podemos pensar uma nova prática da relação entre o homem (a cultura) e a natureza, para além da dialética sujeito-objeto. O devir-Brasil do mundo e o devir-mundo do Brasil correspondem, pois, a um plano de consistência que não preexiste aos movimentos de desterritorialização que o desdobra, às linhas de fuga que o desenha e o faz subir a superfície, quer dizer, aos devires que o compõem (COCCO, 2009, p.58).

Sob o ponto de vista político acredita-se que esta busca por voz ou participação dentro do capitalismo cognitivo poderia representar a questão do primado da resistência. Para o autor, “a libertação é um impulso que surge no início da fenomenologia do ser. A libertação não é um fim, é um começo” (NEGRI apud COCCO, 2009:59). Todavia, neste estudo, isso poderia ser identificado mesmo dentro do entretenimento contemporâneo, traduzindo-se como esse convite a personalização, a intervenção, a se apropriar da “lógica configurativa”, com afirma Moulthrop (2004).

Sendo assim, este estudo se insere nesta discussão de modo que, em nosso entendimento, a gambiarra, tanto como operativo conceitual quanto como expressão da apropriação tecnologia dentro do entretenimento e da cultura *gamer*, deva ser reconhecida como um campo de atuação biopolítico onde estão em jogo a subjetividade, os afetos e o surgimento de sociabilidades e práticas criativas que, espera-se, sejam voltadas para uma busca de liberdade.



Resta, então, conceituar a gambiarra e, assim, apresentar as bases teóricas que complementaríamos as ideias apresentadas até o momento, colocando a gambiarra em duas frentes: num primeiro momento como relação de um processo de hibridização, o que a caracterizaria como um projeto, promotora de uma subjetividade própria da contemporaneidade e, num segundo momento, em sua acepção mais usual de apropriação tecnológica – sendo que ambas as frentes fortemente influenciadas pela antropofagia e pelo perspectivismo. Deste modo, ao constituir a gambiarra como prisma das práticas da cultura *gamer*, ou melhor, de uma subjetividade gambiarra como imanente às práticas de inovação dentro de uma lógica de apropriação do entretenimento, busca-se investigar os processos de complexificação do entretenimento na contemporaneidade.

A primeira intuição da possibilidade de se pensar a gambiarra dentro deste contexto surgiu da fala da pesquisadora Fernanda Bruno, na abertura do Simpósio “A Vida Secreta dos Objetos”. Na ocasião, Bruno afirmou que:

[...] a gambiarra não é apenas o faça você mesmo ou o improviso com o que está a mão, nem somente a inventividade de produzir soluções e objetos a partir da precariedade de recursos, mas uma relação cotidiana com os artefatos em que estes têm menos uma vida secreta do que uma vida coletiva. Uma vez que a mobilização de elementos heterogêneos na composição de uma gambiarra é muitas vezes uma recombinação de saberes, táticas, artefatos dentro de um grupo ou comunidade (BRUNO, 2012<sup>7</sup>).

Como pode ser visto, o expoente da apropriação tecnológica eclode com mais facilidade, pois ele o faz de forma também dupla, uma vez que Bruno alerta que “o termo designa um objeto e um modo de fazer mostrando a impossibilidade de desconectar o objeto das ações que o produzem e que vem de muitas partes” (2012<sup>8</sup>). Ou seja, a gambiarra também engloba o que foi chamado no segmento anterior de uma “dupla lógica do artefato”, sua natureza *hardware* e *software*, respectivamente, aparato e técnica, o tangível e o intangível.

Uma multiplicidade em si mesmo, a gambiarra abrange uma série de práticas que vão desde a instalação clandestina para furto de energia ou de TV a cabo, o *gato*

<sup>7</sup> Disponível em: <http://youtu.be/tN55rJfimL0>. Acesso em: 10/07/2014.

<sup>8</sup> Idem.

ou *gatonet*, até práticas mais consolidadas como instalações e manifestações artísticas, passando ainda por soluções ditas “improvisadas” de toda sorte. Numa espécie de “manifesto da gambiarra”, o ativista e pesquisador Ricardo Ruas – falecido em 2007 –, define o que ele acredita serem as características fundamentais do conceito. Para ele, a:

[...] gambiarra é indubitavelmente vernacular, por sua natureza e origem. Nasce nos meandros da espontaneidade, do improviso diário para a sobrevivência, algumas vezes no terreno do pirateado, do ilícito, outras vezes dando um adicional criativo em meio ao caos e à pobreza diária (ROSAS, 2006, p.41).

Ruas, da mesma forma que Cocco pensa a hibridização, vê um potencial político na gambiarra que está impregnado justamente na inventividade requerida em sua expressão. Para ele, “a gambiarra é ela mesma uma voz, um grito de liberdade, de protesto ou, simplesmente, de existência, de afirmação de uma criatividade inata” (RUAS, 2006, p.47). Isso significa, cremos, que nossa intuição inicial de relacionar as duas ideias estava correta, e, embora Ruas em nenhum momento de sua argumentação faça essa ligação, também é possível pleitear uma relação com o conceito de produção biopolítica de Negri e Hardt (2005, 2010), ou seja, da luta contra-hegemônica através da própria expressão da subjetividade e da vida. É possível ver essas semelhanças de pensamento quando Ruas defende que:

A gambiarra é, sem dúvida, uma prática política. Tal política pode se dar não apenas enquanto ativismo (ou ferramenta de suporte para ele), mas porque a própria prática da gambiarra implica uma afirmação política. E, consciente ou não, em muitos momentos, a gambiarra pode negar a lógica produtiva capitalista, sanar uma falta, uma deficiência, uma precariedade, reinventar a produção, utopicamente vislumbrar um novo mundo, uma revolução, ou simplesmente tentar curar certas feridas abertas do sistema, trazer conforto ou voz a quem são negados (RUAS, 2006, p.47).

## **Hackers e piratas**

Tanto a ideia de *hacker* como a de pirata estão no cerne das discussões sobre a cultura digital e, sobretudo, sobre as apropriações da mesma. No entanto, com suas representatividades diferentes, e em alguns momentos até opostas, faz-se necessário apresentar ambas de forma que se consiga chegar ao denominador pretendido.

Espera-se que o ponto de vista que pretende-se defender – a forma como uma espécie de saber-fazer pirata guiado por certo *ethos hacker* se instaura no seio da contemporaneidade, inclusive extrapolando os limites daquilo que se convencionou chamar de cultura digital –, sustente esse operativo conceitual, que chamamos de devir-hacker, um desejo de participação, mas principalmente de recusa, uma forma de resistência.

Para este estudo, essa dinâmica pode ser observada mais abertamente no coletivo *hacker Anonymous*, movimentos de ocupação como *Occupy* e *15M*, *software* livre, *Wikileaks* e em alguns exemplos ligados a indústria do entretenimento. Porém, ela também se faz presente nos protestos de junho/outubro de 2013 no Brasil, organizadas e/ou coordenadas pela Internet, no advento da Mídia Ninja (e outros coletivos como o Rio na Rua) como oposição a imprensa tradicional e manifestações artísticas como o Projeto Piratão, do Coletivo Filé de Peixe, isso para citar alguns exemplos mais em voga atualmente. Essas iniciativas nos ensinam, em primeiro lugar, a não pensar a Cibercultura como um fenômeno do mundo virtual, mas como uma forma de pensar a cultura como um todo pelo prisma da cultura digital.

Refletir sobre as implicações das condições materiais do digital na cultura atual significa colocar em perspectiva modos de pensar, ser e agir, relações sociais, entre outras esferas da ação humana. Por isso seria fundamental para esta pesquisa preservar certa visão holística, mesmo que isso implique uma carga maior de pressão e responsabilidade, para que se possa relatar a complexidade dos fenômenos relatados. Sendo esta a palavra-chave deste entendimento: a complexidade.

Neste contexto, o *hackerismo*, pensado dentro de Castells (2003) como diferentes tipos de “programação criativa” se mostra ideal para o prosseguimento de nosso questionamento, pois remete, em última instância, a processos, formas criativas de uso do potencial do computador e da tecnologia digital de maneira geral. Por outro lado, há também toda uma ética hacker já estabelecida que trata de uma busca por participação e igualdade, e, sobretudo, de um ideal de liberdade (HIMANEN, 2001, SILVEIRA, 2009) . Daí Castells afirmar que “suprema nesse conjunto de valores é a liberdade. Liberdade para criar, liberdade para apropriar todo conhecimento

disponível e liberdade para redistribuir esse conhecimento sob qualquer forma ou por qualquer canal escolhido pelo *hacker*” (2003, p. 42). O hackerismo seria ao mesmo tempo um conceito político que possui certo grau de abstração e a reunião de uma série de processos bastante concretos, e exponencialmente amplos e variados, dentro do escopo da Computação.

A pirataria, por outro lado, em nosso modo de ver, estaria relacionada a produtos, ou melhor, a (livre) apropriação de um determinado produto, bem ou técnica já estabelecida. Ela carrega implicitamente uma ideia de transgressão ou subversão, uma ruptura com a ideia de propriedade, seja uma patente, *copyright* ou posse de qualquer tipo (PHILIP, 2005, 2014, LIANG, 2014). Embora não a utilizemos num nível estritamente jurídico, o qual não nos interessaria por acreditarmos que possa restringir as possibilidades de aplicação do conceito, é importante ressaltar que não é porque ela necessariamente lida com algo existente que a pirataria não pode ser considerada uma ação criadora em si. Atos piratas operam rearranjos e recombinações e nesse processo reimaginam funcionalidades, aplicações e usabilidades de forma a fazer emergir o novo.

Em termos de práticas e estratégias, é possível ver que ambas se confundem e, em nossa visão, apontam para diferentes formas de apropriação e/ou criatividade. Como foi dito, parte-se do princípio de que uma busca por acessibilidade e uma demanda cultural dentro do capitalismo cognitivo poderiam representar uma ruptura dentro e contra o Império, proporcionando o surgimento de afetos que estimulam à capacitação cognitiva e tecnológica.

Neste sentido, nossa tentativa de separação ontológica se deve a uma busca pela raiz comum dessas práticas e estratégias que são tão corriqueiras em nosso dia a dia e que servem de inspiração para este trabalho, sobretudo na percepção deste devir-hacker da contemporaneidade. Espera-se, além disso, ter podido explicar nossa predileção pelo termo, ao invés de tratar de um devir-pirata. Afinal, as atividades *hackers* estariam no cerne das práticas de compartilhamento que evidenciariam esta aliança entre o tecnológico, o político e o entretenimento que procuramos mostrar. Por isso, não é de se surpreender que já nos tempos de Arpanet os jovens

universitários que trabalhavam no projeto a utilizassem para falar sobre ficção científica, criando a lista de discussão *SF-Lovers* (do inglês, amantes de *Science Fiction*), ou que uma das primeiras BBS estabelecidas tenha sido a *Kinky Komputer* (do inglês, Computador excêntrico/pervertido) para falar sobre sexo. E ainda, no reino dos *games*, os MUDs (do inglês, *Multi-User Dungeon*), um jogo de exploração de mundos virtuais similar a um RPG, tenham se espalhado pela Internet da época atraindo mais usuários para a mesma (Cf Castells, 2003, pp. 46-47; Antoun; Malini, 2013, p. 130).

Da mesma forma que estes precursores da cultura digital, a manipulação de uma imagem ou vídeo para qualquer fim/finalidade, seja de entretenimento ou político, seria atravessada por esse *ethos* da contemporaneidade assim como o *download* de um filme, criação de *mod* ou *crackeamento* de um software, passando ainda por iniciativas governamentais de transparência<sup>9</sup>, acesso e fomento da democracia<sup>10</sup>, entre outros.

Até certo ponto, nossa intuição se assemelha ao manifesto político de Hakim Bey, escrito em 1985, sobre o que ele chamou de Zonas Autônomas Temporárias (TAZ, na sigla original em inglês). Embora o autor esteja claramente preocupado em delinear um movimento político de base anárquica e esta pesquisa veja o devir-hacker mais como um agenciamento que emerge de um contágio sociotécnico, há certo espaço para o estabelecimento de uma correlação entre os termos, ou pelo menos de seus efeitos, sua manifestação visível. Mesmo levando em conta a “defasagem histórica” da TAZ e a diferença em termos de motivações, de alguma forma ambos

---

<sup>9</sup> Dentro das ações da chamada e-democracia, definida como a busca por participação e transparência dentro da esfera governamental, a câmara dos deputados criou um Laboratório *Hacker* que estaria encarregado justamente de promover e organizar essa maior interação entre a população e a gestão pública através das tecnologias digitais. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/transparencia/laboratorio-hacker>. Acesso em: 01/07/2014.

<sup>10</sup> Replicando um movimento que já ocorre em diversos países do mundo, sobretudo na Europa onde a iniciativa começou em 2006, há também um Partido Pirata do Brasil, fundado em 2012. Os Partidos Piratas de Suécia, o primeiro, República Tcheca, Alemanha e Islândia vêm inclusive concorrendo em eleições regionais, nacionais e transnacionais (europeias) em seus países e conseguindo vagas em suas respectivas representações legislativas. Disponível em: <http://partidopirata.org/>. Acesso em: 02/07/2012.



estariam profundamente conectados enquanto expressão de uma multiplicidade contemporânea, ainda mais quando o autor afirma que:

O *hacker* da TAZ trabalhará para a evolução de conexões fractais clandestinas como um rastreador de fragmentos de informações, um contrabandista, um chantagista, talvez até mesmo como um ciberterrorista. Estas conexões, e as diferentes informações que fluem entre elas e por elas, formarão as "válvulas de poder" para a emergência da própria TAZ - como é necessário roubar energia elétrica dos monopólios distribuidores de eletricidade para iluminar uma casa abandonada que foi invadida (BEY, 2011, p. 38).

O devir-hacker não seria a TAZ de Bey, estando além dela, situado no nível dos afetos, porém nada impede que ele aponte os caminhos para que ela eventualmente se instaure (isso pensando em termos de política concreta). Não à toa o ativista cita especificamente o roubo de energia elétrica, que é uma das origens do termo *gambiarra*. A proposta da *gambiarra* como construto conceitual capaz de lidar com o impacto, relevância e pregnância cultural desses fenômenos se baseia fortemente nesta relação entre transgressão e desejo, um produto desses agenciamentos e afetos, por assim dizer. Como no exemplo de Bey, esses construtos sociotécnicos revelam um certo estado de coisas que precisa ser investigado e, no caso dos *games*, levados a mostrar as relações entre política e entretenimento que estão surgindo em meio a cultura digital.

No âmbito da cultura *gamer* e das práticas que poderiam ser consideradas de *gambiarra*, a customização e distribuição de games, legal ou ilegal, surge como um dos primeiros elementos para um breve levantamento de exemplos que corroborem com o que foi discutido até o momento.

### **Considerações finais**

Fica claro que a cultura hacker e a pirataria estão interligadas. Essas práticas indicam maneiras distintas de apropriação e criatividade. Para esta pesquisa, ambas respondem a demandas por acesso e cultura dentro do cenário de desigualdade e precariedade do capitalismo cognitivo, especialmente em países emergentes como Brasil, China, Índia e Rússia. Mais importante, ambas promovem e dependem da emergência de afetos e a capacitação cognitiva e tecnológica. Através dos games,

tentou-se explicitar como esses jogadores, considerados como hackers ou piratas, estão preenchendo espaços e se mobilizando por conta de seu desejo de libertação: seja das “simples” amarras comerciais (e sobretudo morais) do *copyright* até própria luta contra a escassez e a privação.

## Referências Bibliográficas

- ANTOUN, Henrique; MALINI, Fábio. *A Internet e a Rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013
- BEY, Hakim. *TAZ: zona autônoma temporária*. 3. ed. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2011.
- BRUNO, Fernanda G. Conferência de abertura do Simpósio A Vida Secreta dos Objetos, 2012. Disponível em: <http://youtu.be/tN55rJfimL0>. Acesso em: 09/07/2014.
- CASTELLS, Manuel. *A Galáxia Da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- COCCO, Giuseppe. *MundoBraz: o devir-mundo do Brasil e o devir-Brasil do mundo*. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*, vol. 1. São Paulo: ed. 34, 2009. 6ª reimpressão.
- HIMANEN, Pekka. *The Hacker Ethic: a radical approach to the philosophy of business*. New York: Random House, 2001.
- LEVY, Steven. *Hackers: heroes of the computer revolution*. Sebastopol/USA: O'Reiley Media, 2010
- LIANG, Lawrence. Beyond Representation: The Figure of the Pirate. In: ECKSTEIN, Lars; SCHWARZ, Anja (Eds). *Postcolonial Piracy: Media Distribution and Cultural Production in the Global South*. New York/USA: Bloosmbury, 2014.
- NATALE, Adriano. *A ciência dos videogames: tudo dominado....pelos elétrons*. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2013.
- NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. *Império*. Rio de Janeiro: Record, 2010. 9ª Ed.
- NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. *Multidão*. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. *Commonwealth*. Cambridge: Harvard University Press, 2009.
- PHILIP, Kavita. Keep on Copyin' in the Free World? Genealogies of the Postcolonial Pirate Figure. In: ECKSTEIN, Lars; SCHWARZ, Anja. *Postcolonial Piracy: Media Distribution and Cultural Production in the Global South*. New York/USA: Bloosmbury, 2014.
- PHILIP, Kavita. 'What Is a Technological Author? The Pirate Function and Intellectual Property', *Postcolonial Studies*, 8(2): 199–218, 2005.
- REGIS, Fátima. *Nós, ciborgues: tecnologias de informação e subjetividade homem-máquina*. Curitiba: Champagnat, 2012.

ROSAS, Ricardo. “Gambiarra: alguns pontos para se pensar uma tecnologia recombinate. In: *CADERNO VIDEOBRASIL 02: Arte, mobilidade, sustentabilidade*. São Paulo: SescSP, 2006.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. Mobilização colaborativa, cultura hacker e a teoria da propriedade imaterial. In: ALENCAR, Anderson; MACHADO, Murilo; SILVEIRA, Sergio Amadeu et al (Org.). *Software livre, cultura hacker e ecossistema da colaboração*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

## **Buzzfeed<sup>1</sup>**

*Listicles do digital trash* entre a cultura participativa e a viralidade

Juracy Pinheiro de Oliveira Neta<sup>2</sup>

### **Resumo**

Entendendo o BuzzFeed – uma empresa de *infotainment* nativa da cultura digital cujo enfoque dos seus conteúdos é justamente naquilo que tem potencialidade de viralizar na rede – como uma clara expressão de algumas prerrogativas dessa cultura binária que se apresenta, faz-se necessário, então, uma abordagem exploratória das prerrogativas que lhe são inerentes, a saber: a cultura participativa e a viralidade como modelo de propagação. Ambas são potencializadas pelos *prosumers* que publicam e compartilham seus conteúdos de forma viral, quase sempre *listicles* – um gênero misto de lista e artigo – que adentram o amplo universo do *digital trash*.

### **Palavras-chave**

Buzzfeed; cultura participativa; *digital trash*; *listicle*; viralidade.

### **Introdução ou 4 motivos pelos quais fazer um artigo sobre o buzzfeed**

1. Pensar essa nossa era, tão autoproclamada, de pós-tudo é passar, invariavelmente, pela relação cada vez mais simbiótica entre humanos e tecnologias que mutuamente agenciam-se. Assim, a *forma mentis* dessa época, sua maneira de relacionar-se com o mundo ao seu redor, circula através das modulações de velocidade, de mobilidade e de interatividade inerentes às interfaces digitais.

2. A complexidade de tais ecossistemas midiáticos, diante do excesso de informação que vai acumulando-se no nosso entorno, demanda um regime de atenção contínuo que programa mesmo o nosso aparato cognitivo, perceptivo e sensorial. E imersos que estamos nesse *hiperestímulo* constante, a própria ideia de experiência de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela UERJ. Email: [juracy\\_oliveira@hotmail.com](mailto:juracy_oliveira@hotmail.com)

choque, tão cara aos pensadores da modernidade, perde aqui sua razão de ser, pois não resta senão (micro)afetações, ruído apenas.

3. Diante desse cenário contemporâneo rico em estímulos de toda ordem é que David Jeong (2013) propõe uma espécie de “darwinismo informacional” que assola a contemporaneidade, visto que, por seleção cognitiva, temos dado preferência às informações: novas, simples, visuais e bem-humoradas. Por conseguinte, destacam-se justamente as pequenas e simplificadas formas que inundam permanentemente todas as plataformas sociais que permeiam o cenário midiático atual.

4. É no sentido de entender a proliferação desse tipo de informação pela Web que faz-se necessário uma abordagem exploratória de uma das suas mais populares fontes, a companhia de mídia e entretenimento *online* BuzzFeed, pelas prerrogativas que lhe são inerentes, a saber: a cultura participativa e a viralidade dos seus conteúdos, ambas potencializadas pelos *prosumers* que publicam e compartilham seus conteúdos, ou seja, *listicles* na maioria da vezes, um gênero misto de lista e artigo que é a maior referência de tal plataforma e adentra mesmo o amplo universo da cultura digital *trash*.

## **O BuzzFeed**

Fundado em 2006 pelo jornalista Jonah Peretti, também co-fundador do The Huffington Post, o BuzzFeed é uma empresa americana nativa da cultura digital, cujo crescimento é atrelado à ascensão daquilo que conhecemos como Web 2.0, ou seja, o modelo de negócios pautado na monetização do conteúdo gerado pelo usuário. A princípio, o *site* constituía-se numa espécie de laboratório de conteúdo viral que rastreava através de seus algoritmos centenas de páginas e portais da Internet, além das redes sociais, no sentido de determinar aqueles conteúdos mais postados e mais compartilhados, seguido de uma filtragem daquilo que seria publicado em seu endereço pelo time editorial (STRYKER, 2011). Dois anos depois, ainda mantendo o rastreamento dos conteúdos que estavam viralizando *online*, o jornalista e sua equipe



começam, então, a publicar na sua página criações autorais<sup>3</sup>. E assim, popularizam a sua principal linguagem, a dos *listicles*, além de produzirem também artigos e *quizzes* – todos imersos no caldo da cultura pop que atravessa o ambiente *online* como um todo.

A partir de 2012, após uma série de investimentos financeiros, o *site* começa a produzir jornalismo mais tradicional, com longas reportagens e cobertura de notícias. No entanto, não perde seu enfoque principal no entretenimento memético e viral, tanto que, além do conteúdo produzido pela própria equipe, passa a receber também submissões de postagens da sua comunidade fiel de leitores. E, muito embora tal mistura seja inusitada, Peretti aponta para o fato de que “agora as pessoas estão acostumadas a ter tudo junto e misturado no *feed* do Facebook. Uma história sobre a Primavera Árabe estará ao lado de uma fotografia do novo bebê da sua irmã. Por que não ter um site de publicação que abranja esses mundos que se colidem?” (CARR, 2012).

O Buzzfeed conta, atualmente, com sete versões internacionais (a britânica, a australiana, a brasileira<sup>4</sup>, a alemã, a espanhola, a francesa e a indiana), além da americana, que, como matriz, tem seus conteúdos mais populares, ou melhor, virais, traduzidos para as filiais – mas, claro, há também a produção de material específico, de acordo com a cor local. Ao longo desses nove anos de existência, ele tornou-se uma das maiores fontes de compartilhamento das redes sociais em cima de conteúdo voltado ao entretenimento, não sendo nada difícil encontrar uma das suas listas e/ou testes numa olhada rápida por essas plataformas. Contando com a contribuição massiva dos usuários na criação de material que seja propagável de forma viral,

---

<sup>3</sup> Nesse sentido vale citar o fenômeno viral/memético #thedress, que eclodiu em fevereiro de 2015, no qual a fotografia de um vestido cuja indefinição de suas cores entre branco e dourado ou preto e azul dividiu a Internet. Publicado inicialmente no Tumblr, o Buzzfeed tratou de rastrear a história e popularizá-la amplamente em sua plataforma, explorando-a por todos os ângulos possíveis. Ver: <<http://www.buzzfeed.com/catesish/help-am-i-going-insane-its-definitely-blue#.iyDGQQXMj>>.

<sup>4</sup> É interessante ressaltar que a nossa versão do *site* conta com uma forma de *crowdsourcing*, isto é, os conteúdos do Buzzfeed americano são traduzidos para o português por intermédio dos alunos do curso de inglês, *online* e gratuito, Duolingo; sendo esta, claro, uma forma interessante de praticar a língua estudada porque atrelada aos interesses dos próprios estudantes. Ver: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/buzzfeed-chega-ao-brasil-com-traducao-de-voluntarios>>.

depreende-se, portanto, que os dois pilares do *site* são mesmo: a cultura participativa e a viralidade.

### **Sobre a cultura participativa**

A ascensão da Web como a conhecemos atualmente, mais do que qualquer outra potencialidade despertada no meio das suas intrincadas tramas, representou a própria arquitetura da participação, ou seja, um novo modelo de cultura e de circulação de informação que é processado numa lógica *bottom-up*. Em contraposição à uma premissa simplista de emissor-receptor das mídias tradicionais, as novas tecnologias inclusivas – porque baratas e flexíveis – possibilitam não apenas um tipo de comunicação todos-todos, mas a produção e publicação de todo tipo de conteúdo que couber às nossas imaginações.

Não se trata, claro, de assumir aqui que havia uma total inação na recepção da mídia massiva que foi substituída pela hiperatividade da produção constante de conteúdo, mas de admitir que essas novas tecnologias proporcionaram, mesmo que em potência, um universo novo de produção cultural independente para aqueles com acesso à rede. A produção amadora resultante disso vem no sentido de empoderar o outrora consumidor, tirando-lhe a identidade receptora permanente ao dar fluidez a essas duas categorias, pois “ao invés de falarmos sobre produtores de mídia e consumidores como ocupando papéis separados, nós devemos vê-los agora como participantes que interagem um com o outro de acordo com um novo conjunto de regras” (JENKINS, 2006, p. 3).

Temos vivido numa era que é pautada, sobretudo, nas possibilidades técnicas e sociais de compartilhamento e cooperação dentro de processos de ação coletiva capazes de derrubar a lógica hierárquica das organizações tradicionais (SHIRKY, 2008, p. 20-21). Nessa lógica enredada, a autoridade da mídia massiva é substituída pela multidão de *prosumers* interessados em moldar e/ou produzir e/ou circular os produtos midiáticos. Portanto, não se trata da destruição da cultura comercial, muito

pelo contrário, ela continua viva dentro da sua própria reescrita e recirculação em novas perspectivas (JENKINS, 2006, p. 257).

Essa produção amadora distribuída e sem fins lucrativos é oriunda mesmo da cultura fã, ou melhor *fandom*, conhecida pela apropriação e transformação de conteúdo tomado emprestado da cultura de massa. A questão é que “ao longo da última década, a Web tem trazido esses consumidores das margens para o foco da indústria da mídia” (ibidem, p. 246). É nesse sentido que, na contemporaneidade, nós nos tornamos a nossa própria mídia, visto que cada vez mais as plataformas da Web têm como conteúdo o próprio usuário, posto que é ele quem alimenta a produção de informação.

E, assim, com as novas ferramentas, o consumo de mídia é atrelado à sua produção e ao seu compartilhamento. O gesto de publicar, o ato de tornar algo público, perde sua sacralidade, visto que fazê-lo tornou-se sem esforço (SHIRKY, 2010); e, por isso mesmo, tal atividade que era inerentemente séria, pelos custos envolvidos na sua produção, torna-se aberta para novas formas e para experimentações. Por conseguinte, as linguagens, os códigos e os modelos de produção dessas formas de publicação tornam-se referências compartilhadas entre indivíduos e grupos, abrindo espaço para formas de criação também coletivas, ainda mais porque todas essas publicações fazem parte, na verdade, de conversações. Em suma,

o conteúdo gerado pelo usuário é um fenômeno de grupo e de amator. Quando as pessoas conversam sobre conteúdo gerado pelo usuário, elas estão descrevendo as maneiras pelas quais os usuários criam e compartilham mídia uns com os outros, sem profissionais a vista. Visto dessa forma, a ideia de conteúdo gerado pelo usuário é, na verdade, não apenas uma teoria pessoa de capacidades criativas mas uma teoria social de relações midiáticas (SHIRKY, 2008, p. 83).

É nesse contexto que se insere a experiência do BuzzFeed como uma plataforma aberta que a partir de 2013 abre uma seção em seu *site* chamada Community<sup>5</sup>, que permite que os usuários, através de contas cadastradas, submetam conteúdos aos editores para serem publicados. Inicialmente, há o limite de uma

<sup>5</sup> Ver: <<http://www.buzzfeed.com/community/about>>.

submissão diária, mas este sobre à medida que o Cat Power, o medidor dessa comunidade, aumenta através de postagens aceitas que viralizam na rede.

Nesse sentido, o Buzzfeed, dentro dessa sua proposta de cultura participativa, torna-se um híbrido de tecnologia e comunidade que mutuamente afetam-se. Como uma ferramenta social, portanto, ele pode ser analisado a partir das três características inerentes aos meios de produção de cultura coletivos proposta por Clay Shirky (2008), isto é: uma *promessa*, uma *ferramenta* efetiva e uma *barganha* aceitável com os usuários. Grosso modo, enquanto

a promessa é o “por quê” alguém se juntaria ou contribuiria para um grupo. A ferramenta ajuda com o “como” – como as dificuldades de coordenação poderão ser suplantadas, ou, pelo menos, manterem-se em níveis gerenciáveis? E a barganha propõe as regras da estrada: se você está interessado na promessa e adota as ferramentas, o que você pode esperar e o que será esperado de você? (Idem, p. 260).

Tomando-as juntas, elas são úteis para compreender o sucesso e o fracasso no uso desses instrumentos.

Partindo dessas três características como uma ponte para a análise da cultura participativa promovida pelas tecnologias de publicação do Buzzfeed, depreende-se que a promessa buscada pelos usuários ao criarem perfis no *site* é a de que eles mesmos tornem-se populares através da publicação de conteúdo que viralize. E tendo criado essa promessa de viralidade/popularidade na qual as pessoas acreditam, o desejo de participar dessa comunidade é crescente, pois os usuários almejam tomarem pra si essas mesmas características. Portanto, um ponto relevante aqui é a própria geração de capital social por intermédio da interação entre produtores e consumidores – aqueles que comentam e compartilham, ou seja, os que atribuem valor à informação e ao seu autor.

No tocante às ferramentas, sendo elas os meios através dos quais é possível coordenar uma ação qualquer numa dada comunidade, o Buzzfeed dispõe das tecnologias necessárias para que os usuários não apenas produzam suas listas e *quizzes* da forma menos onerosa e complicada possível mas também relacionem-se, interajam, entre si através de comentários, reações e compartilhamentos – elementos tão valorizados no *site* quando a própria viralidade, visto que é através da medição

deles que são gerados os “prêmios” ofertados pela plataforma: os *badges*. Vale ressaltar que a experiência do público, embora condicionada pelos instrumentos técnicos, faz com que estes ampliem as suas possibilidades tanto nos seus usos quanto nos atos de criação e de publicação.

Ao fornecer tanto uma promessa de popularidade instantânea, pela própria possibilidade de publicar algo num *site* bastante conhecido e com grandes chances de tornar-se viral, quanto as ferramentas necessárias para fazê-lo, resta apenas a barganha, o aspecto mais complexo e que ocorre apenas quando os outros dois já funcionam propriamente. Ela relaciona-se com a expectativa da plataforma bem como a dos seus usuários, isto é, de criar conteúdo passível de viralizar na rede. Essa relação de custo-benefício estabelece que o bônus da popularidade é alcançado apenas com o ônus de produzir um bom material que seja replicado na rede com facilidade

Por fim, a cultura participativa no Buzzfeed torna-se refém desse almejado paradigma da viralidade: os usuários produzem conteúdo em prol de viralizarem e serem viralizados. Além do mais, tal modelo, pautado na submissão de conteúdo aos editores, nega o direito de publicar livremente – claro, não podemos negar que cabe a nós o papel de compartilhar e comentar, ou seja, transformar o material ativamente no próprio gesto de comunicá-lo e circulá-lo. Mas é notável que esta é uma forma de capitalizar a participação na produção cultural do meio digital, visto que o controle do público não é total em cima dessas ferramentas das quais fazem uso. Visto que, frequentemente, o motivo comercial para oferecer uma plataforma gratuitamente inclui mercantilizar o trabalho da audiência, encorajando as criações autorais no sentido de atrair maior público e expandir o seu próprio alcance (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 74).

Atualmente, essa retórica da colaboração, que se tornou lugar-comum na Web, põe em disputa os próprios significados dessa participação; pois plataformas como o Buzzfeed encaram um modelo participativo com restrições, entrando em dissonância com o desejo dos usuários como produtores efetivos de cultura. No final das contas, nesse novo ecossistema, tão forte quando a ideia de auto-publicação é a de compartilhamento entre seus pares.



## Entre a viralidade e a propagação

Essa metáfora epidemiológica da viralidade aplicada à maneira como as unidades de cultura se propagam, delineia-se a partir da publicação do livro *The selfish gene*, em 1976, no qual o biólogo Richard Dawkins, numa analogia ao gene, propõe um replicador cultural metaforicamente consciente: o meme. Ou seja, “uma unidade de transmissão cultural” (DAWKINS, 2006, p. 192) – uma ideia, uma melodia, uma crença etc. – que se propaga pessoa a pessoa.

Cerca de quarenta anos depois de ter sido cunhado e a despeito da aceção inicial de Dawkins, o meme ganhou novas práticas e significados a partir do momento em que adentrou com força a cultura digital uma década atrás. Ainda uma unidade da cultura, esse meme da Internet viraliza-se nas tramas da própria Web, mas longe de autorreplicar-se, o agenciamento humano/tecnológico é vital para que isso ocorra.

Mas enquanto o meme da Internet trata sempre de uma coleção de textos, o viral engloba uma única unidade cultural (como um vídeo, uma foto ou uma piada) que se propaga em várias cópias (SHIFMAN, 2014, p. 56). Ou seja, o único termo em comum entre os dois é a própria viralidade. Sendo apenas o viral que nos cabe aqui discutir, ele pode ser considerado

um processo fluido de informação social no qual várias pessoas, simultaneamente, encaminham um item informacional específico durante um curto período de tempo dentro de suas redes sociais, nas quais a mensagem propaga-se para outras além delas, frequentemente redes distantes, resultando numa rápida aceleração no número de pessoas que são expostas à mensagem (NAHON; HEMSLEY, 2013, p. 16).

Entram em consonância aqui o aspecto social e humano do compartilhamento de informação, a velocidade de sua propagação e o alcance tanto em termos de número de pessoas expostas quanto em termos de distância percorrida em múltiplas redes. Assim, quando se alinham o conteúdo certo, os replicadores certos e o momento certo, um viral pode emergir nas teias da Web, pela decisão das pessoas de compartilharem alguma coisa. E esses “nossos compartilhamentos individuais, quando combinados com centenas ou milhares ou milhões de compartilhamentos de

outras pessoas, coletivamente, cria-se um padrão de fluxo informacional a que chamamos viralidade” (ibidem, p. 80).

Por conseguinte, essa metáfora pandêmica, claro, captura a velocidade com a qual as ideias circulam pela Internet, mas falha em não tornar clara a participação dos usuários, através das ferramentas de comunicação e publicação, nesse processo. Portanto, propõe-se um antídoto para esse vírus, a ideia mesma de mídia propagável (*spreadable media*) que se refere às potencialidades técnicas e culturais das crescentes e pervasivas formas de circulação da mídia na atualidade (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 03). É nessa lógica de circularidade, de eterno retorno, que o ecossistema midiático cria valor e significados, pois: “*if it doesn’t spread, it’s dead*” (ibidem, p. 01), porque falha em entrar nas conversações em curso.

Essa mudança de distribuição para circulação sinaliza um movimento para um modelo de cultura mais participativo, um que vê o público não como simples consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão modelando, compartilhando, reestruturando e remixando o conteúdo da mídia de maneiras que não haviam sido previamente imaginadas. E eles o estão fazendo não como indivíduos isolados mas dentro de redes e comunidades mais amplas, que os permitem propagar conteúdo bem além da proximidade geográfica deles (ibidem, p. 02).

Essas práticas ocorrem na própria convergência entre as novas e as velhas mídias, cujos conteúdos vão se misturando e adentrando a babélica Internet. Dessa forma o conceito de cultura participativa é revisitado para caber nesse novo contexto no qual o *fandom* tornou-se mesmo *mainstream* e a circulação midiática tornou-se uma forma mesma de participação. E a medida que os conteúdos midiáticos são reapropriados e propagados através de diversas plataformas, produção e consumo fundem-se no próprio processo de interação social dessa circulação.

Interessante notar que o Buzzfeed, nesse quesito, tem obtido bastante sucesso em distribuir e propagar seus conteúdos, principalmente através de redes sociais, em especial, o Facebook; mas o próprio êxito dessa sua viralidade, a sua premissa maior, é também seu ponto fraco, visto que ela fica subordinada aos algoritmos de uma outra companhia. Tal dependência é justificável visto que ao longo dos seus 11 anos, a referida rede social tornou-se uma força incontestável na organização da vida social das pessoas e moldou a própria interação online de acordo com seus algoritmos e

mudanças de interface, além de ter incorporado na experiência digital uma série de práticas, sendo as mais notáveis, claro: a curtida e o compartilhamento. Esta última estabeleceu-se como um padrão para outras plataformas e para o ecossistema digital como um todo (DIJCK, 2013, p. 46).

É justamente essa ideia do compartilhamento que permite que os artefatos midiáticos sejam propagados instantaneamente para as conexões sociais de seus usuários, tornadas visíveis e amplificadas através dessa plataforma. E *sites* como o Facebook permitem também a manutenção de laços sociais mais fracos, justamente aqueles responsáveis por propagar informações para além do próprio círculo imediato. As publicações do Buzzfeed propagam-se dessa forma através das redes, cabendo às pessoas a grande questão: compartilhar<sup>6</sup> ou não compartilhar?

Conforme o pensamento de Peretti (BECK, 2014), para ter sucesso a longo prazo como um negócio de conteúdo é preciso que este gere tráfego, um sinal mesmo de qualidade. Ou seja, o foco da plataforma são os conteúdos compartilháveis, aqueles passíveis de viralizarem na rede, cujos medidores de tráfego do *site* rastreiam seus desempenhos. Por esta razão, as suas publicações são estrategicamente formatadas visando criar conteúdo voltado à propagação e à participação. É por isso que é preferível, na lógica do Buzzfeed que, ao invés de uma visita ao *site*, os usuários compartilhem seus conteúdos, porque é este segundo que acaba gerando mais tráfego.

Esse ecossistema no qual consumir é seguido de compartilhar nos grandes sistemas de distribuição que são as redes sociais, apenas ressaltam o fato de que são as pessoas que propagam a mídia. Em vista da paisagem midiática atual, na qual é o espalhamento dos conteúdos que importa, a prevalência da viralidade na contemporaneidade deve-se à característica emergente das plataformas sociais interconectadas que criam uma infraestrutura social dinâmica no qual o compartilhamento é a peça chave. Esse modelo enfatiza justamente as formas simples de produzir conteúdo e compartilhá-lo, tanto que no próprio Buzzfeed há *plug-ins*

---

<sup>6</sup> Interessante notar que o compartilhamento de conteúdos com sua rede de contatos, amigos e familiares gera uma espécie de conversação que coloca em pauta tanto aquele que compartilha, por acreditar que algo possa ter valor para o seu círculo social, quanto aquele que recebe a mensagem – visto que esse gesto de passar algo adiante já implica na presença do outro ali em potência.

para compartilhar conteúdo em redes sociais (Facebook, Twitter, Pinterest, Google+) e por e-mail.

Dentro deste esquema, que é senão social, pode-se afirmar também que talvez menos do que o seu significado, esses conteúdos propagados as vezes são pautados mesmo na geração de afetos em ambiências emotivas dotadas de uma replicação midiática (FELINTO, 2013). Nesse sentido, na contemporaneidade os “afetos são significativamente transferidos, via sugestões feitas pelos outros, mais e mais através de redes” (SAMPSON, 2012, p. 04), como espécies de contágios afetivos. Assim, o que se espalha pode ser a própria reprodutibilidade, a afetividade pura do compartilhamento.

Muito embora a viralidade e a propagabilidade ambas envolvam engajamento comunicacional e valores compartilhados da cultura digital pelos quais as pessoas se interessam, o primeiro remonta a um evento singular, até certo ponto incontrolável, enquanto o segundo refere-se a um *modus operandi* da circulação dos conteúdos midiáticos na atualidade. Dessa forma, o Buzzfeed, que se aproveitou como poucos do poder de distribuição da Internet, conta com a propagação para passar à frente seus conteúdos, porque este modelo refere-se mesmo não apenas à circulação, mas ao engajamento dentro de uma comunidade; por isso, em muitos casos, não se atinge nem ao menos a escala de tráfico que um viral atingiria, mesmo assim, o texto torna-se largamente espalhado em torno de uma audiência específica (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 22). Ou seja, enfatiza-se o aspecto participativo da criação da cultura, no qual as conexões sociais e as interações entre indivíduos são essenciais para a sua circulação.

### ***Lists + articles = listicles***

Essas pequenas formas conhecidas como *listicles*, que têm se espalhado por todos os cantos, acabaram tornando-se uma língua franca dessa nova espécie de *infoteinement* das novas mídias (EDIDIN, 2014). Sendo este um gênero curto de escrita, que segue uma estrutura normalmente numerada, ele é uma sedutora maneira

de consumir informação focada e rapidamente – inclusive porque a compartimentação por número total de itens evidencia o tempo necessário para a sua leitura – através dessas tabelas de conteúdo, visto que qualquer assunto, por mais complexo que seja, é passível de ser disposto numa quantidade mínima de fatos. Em suma, Bram Vigen (2014, p. 107-108) aponta que

no jornalismo e na blogosfera, um *listicle* é uma forma de escrita que usa uma lista como sua estrutura temática, mas é elaborada com verborragia suficiente, numa combinação com conteúdo visual (imagens) e, na Internet, até mesmo audiovisual (GIFs, vídeos), para ser publicada como um artigo. Um típico *listicle* irá proeminentemente caracterizar-se por um número cardinal em seu título, tal como “10 maneiras de esquentar seu quarto no inverno” ou “25 estilos de cabelo dos últimos cem anos”, com subsequentes subtítulos dentro do texto refletindo esse esquema. A palavra é um composto derivado de lista e artigo. O termo “*listicle*” tem sido citado em publicações desde, pelo menos, 2001 e foi popularizado no *website* Gawker.

Esses suculentos pedaços de informação, selecionados de um contexto mais amplo, são a categoria mais regular e popular dos conteúdos publicados pelo BuzzFeed. Claro, frequentemente o seu conteúdo não é novo, é requeitado mesmo de outras mídias, sendo apresentado apenas num contexto diferente, com GIFs ou vídeos, por exemplo. Em suma, os *listicles* são compilações triviais ideias para serem compartilhadas com os amigos nas redes sociais, isto porque elas são imbuídas de experiências e valores comuns, sendo capazes de articular e identificar uma comunidade particular pela sensação de identidade e pertencimento criada nesse grupo específico. Ou seja, elas ganham sentido apenas diante do seu compartilhamento.

Podemos afirmar mesmo que tais listas consistem numa das linguagens do próprio BuzzFeed, visto que elas têm uma gramática própria no sentido de recorte e empacotamento da informação disponível, almejando gerar uma dada mensagem (PEREIRA, 2004, p. 14). Mas claro que essa nova maneira de modelagem demanda novos objetos bem como novos propósitos. O *listicle*, nessa linha de raciocínio, não tem a pretensão de substituir formas densas de texto, mas sim de servir aos seus objetivos específicos como um gênero de escrita curto, o que por si só já encerra potencialidades e limitações.



Tal maneira de empacotar as informações pautada na simplicidade, na rapidez e no entretenimento bebe na fonte da cultura pop e daquilo que podemos chamar de cultura digital *trash* – uma expressão típica da Internet que se contrapõe as outras mídias por intermédio de uma estética tosca e deliberadamente imperfeitas e de temas e gêneros considerados menores. Talvez pela avidez com que se apropriam dos meios de produção e/ou por uma estratégia mesmo de diferenciação em relação aos produtos da cultura massiva, este público vem propondo, através dos bens simbólicos gerados, padrões que valorizam acabamentos excessivos, imperfeitos e cheios de ruídos. Assim, o *digital trash* é considerado por Alex Primo (2013) como um potencializador de novas formas de interação social e consumo. Os usuários são estimulados a interagirem com outros produtos midiáticos e a contribuírem coletivamente no sentido de criarem conteúdo *online* marcado pela banalidade. No entanto, o objetivo mesmo é, senão, gerar afetos, afetações entre os pares. A Web é, antes de tudo, sobre contato – mesmo que em virtualidade.

Numa análise mais pormenorizada desses *listicles* inerentes ao BuzzFeed<sup>7</sup>, podemos concluir primeiro que a sua fórmula consiste *a priori* em um título chamativo capaz de atrair o leitor para sua história (VIJGEN, 2014, p. 108). E mais, sua linguagem é construída em cima de sentenças ou frases curtas, intercaladas por imagens (fotografias, *printscreens*, vídeos, GIFs etc.), que servem como reações ou ilustrações (metáforas visuais) para essas listas; normalmente há também comentários adicionais que complementam o tópico dentro da temática explorada.

<sup>7</sup> Para fins de análise, selecionamos aqui as cinco publicações mais vistas do BuzzFeed Brasil no dia 03 de fevereiro de 2015. Ver:

1. **20 brasileiras que se parecem com divas pop.** <<http://www.buzzfeed.com/gasparjose/brasileiras-que-se-parecem-com-suas-divas-pop-favoritas#.egdy7yAgJ>>.

2. **27 brindes que fizeram toda criança enlouquecer seus pais.** <<http://www.buzzfeed.com/irangiusti/27-brindes-que-fizeram-toda-crianca-enlouquecer-seus-pais#.wnarMrzQV>>.

3. **As 40 coisas mais anos 90 que já aconteceram.** <<http://www.buzzfeed.com/clarissapassos/os-loucos-anos-90#.ks0yWyqmY>>.

4. **17 fases que todo mundo passa após ficar vergonhosamente bêbado.** <<http://www.buzzfeed.com/leonoraepstein/17-fases-que-todo-mundo-passa-apos-ficar-embaraoes#.tyXDMD1gJ>>.

5. **12 motivos para lamentar Eduardo Cunha na presidência da Câmara.** <<http://www.buzzfeed.com/alexandreorrico/12-motivos-para-lamentar-a-eleicao-de-eduardo-cunha-para-pre#.vbVoPo0qX>>.

É nesse sentido que podemos definir, a partir desses pacotezinhos de *infoteinement* que são essas listas, uma linguagem do entretenimento empregada pelo Buzzfeed a partir das quatro características centrais das expressões midiáticas contemporâneas propostas por Vinicius Pereira (2012, p. 194-195), a saber: envolvimento emocional, elementos lúdicos, expressões simples e intuitivas e multissensorialidade.

O *envolvimento emocional* diz respeito à promoção de uma relação afetiva com a mensagem que, através de *elementos lúdicos*, deve emanar algo de incomum ou mesmo provocar afetação através de seus aspectos materiais. Claro que *as expressões simples e intuitivas* são necessárias para tornar o entendimento mais fácil, sem perder o aspecto emotivo e lúdico. Por último, a *multissensorialidade*, implica na ativação ampla dos sentidos na busca por atenção, grosso modo, visual, auditiva e tátil, e por envolvimento na recepção do conteúdo.

Tais listas podem dizer respeito ao universo compartilhado pelos usuários, tanto no que diz respeito à cultura pop, por exemplo, quanto às experiências e situações comuns que geram imediata identificação, como a embriaguez; sendo possível ressaltar que o elemento humor é bastante presente nelas. Outro modo bastante comum de gerá-la, que é uma receita pronta, na verdade, é apelar para a nostalgia dos tempos idílicos de outrora e da infância, no caso os anos 90 e 00 – ainda mais considerando que a faixa estaria média de leitores do site é de jovens e jovens adultos –, na intenção de promover mesmo afetos dessa comunidade particular. Assim, nota-se que elas são unidades sedutoras e simples, tanto em termos de conteúdo quanto em termos de sua leitura.

No mais, os *listicles* também podem contar uma história, como naquela sobre Eduardo Cunha na presidência da Câmara – e mostrar que as listas incluem também assuntos mais sérios, logo porque seu formato simplifica o ato de colher informações e explicá-las de maneira fácil sucinta. Dessa forma, é notável que todas essas características supracitadas formam um pacote único e são indispensáveis na formação dos *listicles* do Buzzfeed.

Portanto, podemos considerar que esse conteúdo do Buzzfeed é criado em cima de temas e tópicos bem gerais e comuns, que interessam justamente pela capacidade de gerar identificação (EPPINK, 2014, p. 303), o próprio componente afetivo desse processo comunicacional. Visto que tais *listicles* são criados com o intuito de serem compartilháveis, é esse elemento que potencializa a viralização do conteúdo.

E cada vez mais os conteúdos do entretenimento atual seguem essa lógica apelativa ao empacotar suas mensagens no sentido de obterem maior engajamento com o público. Claro, nem sempre o material é o mais original e o mais criativo possível, mas pensemos os como fôrmulas que produzem sempre no mesmo formato, mas com sabores, texturas e aromas diversos.

## Considerações finais

Em suma, o Buzzfeed representa mesmo uma companhia de mídia apta ao modo como consumimos mídia atualmente. Por meio desses *listicles*, de fato artefatos culturais, a companhia é capaz de compreender o próprio *ethos* da Internet. Dentro de uma cultura pautada principalmente na produção do humor, muitas vezes *nonsense*, almeja-se mesmo é produzir o compartilhamento de capital social, de afetos.

Podemos até questionar se esses pequenos petiscos de informação, que sugerem mesmo a ascensão de uma espécie de *snack culture* (MILLER, 2007), são nutritivos ou não, mas o fato é que essa nova forma de expressão tem se tornado cada vez mais popular na rede e seu consumo dá-se mais rápido, mais frequente e ainda mais viciante. O que interessa aqui é que essa produção, tida como descerebrada, é coletiva e realizada pela própria massa receptora dentro de uma cultura participativa – mesmo que monetizada

Junto com essa perda de rigidez entre os papéis de emissor e de receptor, a cultura digital contribuiu também para a derrubada dos pretensiosos limites entre uma alta e uma baixa cultura – não que aqueles que ainda se agarram à essa antiquada dicotomia tenham desistido dela. Já que a Web brinca justamente com os opostos e os

contraditórios, tais barreiras não mais se sustentam. Num contexto em que tudo é passível de *remix*, um ordinário auto-retrato de 1793 vira meme<sup>8</sup>.

## Referências

- BECK, Martin. BuzzFeed's Jonah Peretti at #SMX: on optimizing content for humans. Marketing Land, 01 out. 2014. Disponível em: <<http://marketingland.com/jonah-peretti-keynote-102186>>. Acesso em: 25 jan. 2015.
- CARR, Nicholas. *Significant and silly at Buzzfeed*. The New York Times, 5 fev. 2012. Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2012/02/06/business/media/at-buzzfeed-the-significant-and-the-silly.html?pagewanted=all&\\_r=0](http://www.nytimes.com/2012/02/06/business/media/at-buzzfeed-the-significant-and-the-silly.html?pagewanted=all&_r=0)>. Acesso em: 01 fev. 2015.
- DAWKINS, Richard. *The selfish gene*. New York: Oxford University Press, 2006.
- DIJCK, José van. *The culture of connectivity: a critical history of social media*. New York: Oxford University Press, 2013.
- EDIDIN, Rachel. 5 reasons listicles are here to stay, and why that's ok. Wired, 08 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.wired.com/2014/01/defense-listicle-list-article/>>. Acesso em: 18 jan. 2015.
- EPPINK, Jason. A brief history of the GIF (so far). *Journal of visual culture*, v. 13, n. 3, p. 298-306, dez. 2014.
- FELINTO, Erick. Grumpy Cat, grande mestre zen da geração digital: afetos e materialidades da imagem memética. In: KILPP, Suzana; FISCHER, Gustavo D. *Para entender as imagens: como ver o que nos olha?* Porto Alegre: Entremeios, 2013.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press, 2013.
- JENKINS, Henry. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press, 2006.

---

<sup>8</sup> Ver: <<http://knowyourmeme.com/memes/joseph-ducreux-archaic-rap>>

JEONG, David. *Information Darwinism*. Confessions of an Aca-Fan: the official weblog of Henry Jenkins, 22 out. 2013. Disponível em: <<http://henryjenkins.org/2013/10/information-darwinism.html>>. Acesso em: 23 jan. 2015.

MILLER, Nancy. *Minifesto for a new age*. Wired, 15 mar. 2007. Disponível em: <<http://archive.wired.com/wired/archive/15.03/snackminifesto.html>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

NAHON, Karine; HEMSLEY, Jeff. *Going viral*. Cambridge: Polity Press, 2013.

PEREIRA, Vinicius A. Linguagens midiáticas, entretenimento e multissensorialidade na cultura digital. In: REGIS, Fátima; et al. *Tecnologias de comunicação e cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

\_\_\_\_\_. As tecnologias de comunicação como gramáticas: meio, conteúdo e mensagem na obra de Marshall McLuhan. *Contracampo*, Niterói, v. 10/11, p. 07-20, 2004.

PRIMO, Alex. Digital trash e lixo midiático: a cauda longa da micromídia digital. In: PEREIRA, Vinicius A. *Cultura digital trash: linguagens, comportamentos, entretenimento e consumo*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

SAMPSON, Tony D. *Virality: contagion theory in the age of networks*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2012.

SHIFMAN, Limor. *Memes in digital culture*. Massachusetts: MIT Press, 2014.

SHIRKY, Clay. *Cognitive surplus: creativity and generosity in a connected age*. New York: Penguin Press, 2010.

\_\_\_\_\_. *Here comes everybody: the power of organizing without organizations*. New York: Penguin Press, 2008.

STRYKER, Cole. *Epic win for Anonymous: how 4chan's army conquered the web*. New York: The Overlook Press, 2011.

VIJGEN, Bram. The listicle: an exploring research on an interesting shareable new media phenomenon. *EPHEMERIDES*, v. 59, n. 1, p. 103-122, jun. 2014.



## **O sexo, a cidade e a grife que não sai de moda<sup>1</sup>** Uma análise do consumo em “Sex and the City: O filme”

Karine Karam<sup>2</sup>  
Maria Carolina Medeiros<sup>3</sup>

### **Resumo**

Este artigo tem como propósito analisar *Sex and the City: O Filme*/*Sex and the City* (EUA, 2008) e como sua narrativa elabora uma representação e uma perspectiva de entendimento sobre o consumo. Investigar o filme usando uma abordagem antropológica é uma forma de buscar sair da visão moralista do consumo como responsável por mazelas da sociedade e por desequilíbrios sociais, como algo fútil e superficial. O consumo é visto aqui como um sistema de significação, cujo universo simbólico é fundamental para a construção de identidades.

### **Palavras-chave**

Consumo; sistemas de significação; construção de identidade; código cultural.

Este artigo tem como propósito analisar *Sex and the City: O Filme*/*Sex and the City* (EUA, 2008) e como sua narrativa elabora uma representação e uma perspectiva de entendimento sobre o consumo. Aqui, o consumo será considerado como um sistema de significação, cuja dimensão simbólica será revelada para discutir questões pertinentes à sociedade contemporânea. O consumo surge como fenômeno social capaz de explicar estilos de vida, comportamentos, valores e símbolos através dos quais o homem moderno constrói sua identidade, ou seja, questões de extrema importância para decifrar os significados culturais contemporâneos.

*Sex and the City: O Filme* é uma produção americana lançada em 2008, baseada na série homônima, com direção de Michael Patrick King e produção de Darren Star. As quatro amigas protagonistas são interpretadas pelas atrizes Sarah

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 05- Práticas de Entretenimento e Consumo, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação pela PUC-Rio. Email: [karineakaram@gmail.com](mailto:karineakaram@gmail.com)

<sup>3</sup> Mestranda em Comunicação pela PUC-Rio. Email: [mariacarolinamedeiros@gmail.com](mailto:mariacarolinamedeiros@gmail.com)

Jessica Parker (Carrie Bradshaw), Kim Cattral (Samantha Jones), Kristin Davis (Charlotte York) e Cynthia Nixon (Miranda Hobbes). A série foi exibida de 1998 a 2004 pelo canal HBO nos Estados Unidos e foi baseada no livro de mesmo nome, da jornalista norte-americana Candace Bushnell. O Filme foi um enorme sucesso de bilheteria.

Sex and the City: O Filme se enquadra no gênero cinematográfico comédia romântica. Apesar de ser uma categoria amplamente consumida e render alto retorno financeiro aos estúdios de produção, o gênero é frequentemente desqualificado entre acadêmicos e críticos da indústria cultural. A abordagem do consumo como algo superficial e o pré-conceito de que comédias românticas são rasas pode permear a cabeça do leitor ao longo do texto, o que torna duplamente desafiador escrever este artigo. Um olhar distraído pode julgar a produção cinematográfica em questão como um estereótipo do filme de “mulherzinha”, que fala sobre quatro mulheres desesperadas para casar, fúteis e desocupadas, que só pensam em comprar. Ao final deste artigo, esperamos que o leitor perceba que o filme trata de quatro mulheres bem-sucedidas em suas carreiras, que têm sim dilemas amorosos, mas com questões que refletem as angústias da mulher moderna, inseridas em uma sociedade contemporânea repleta de significados através do consumo.

### **Análise do filme**

Para analisar este filme como um fenômeno cultural, podemos usar várias abordagens. Alguns estudos utilizando a narrativa da série Sex and the City já foram realizados no Brasil. Este artigo será diferente deles por analisar o primeiro filme em vez da série, e também pela lente utilizada para fazer a interpretação.

Neste artigo abordaremos o universo simbólico do consumo e suas relações como elemento fundamental para a construção de identidades. Como as escolhas, conscientes ou inconscientes, que fazemos constroem uma narrativa sobre nós mesmos. De que forma um corte de cabelo, uma roupa ou uma marca podem expressar nosso gosto e representar nossa individualidade. De acordo com Rocha (2006), o consumo é um sistema simbólico que articula coisas e seres humanos, e

através dele classificamos objetos e pessoas, elaboramos semelhanças e diferenças. Os motivos que governam nossas escolhas não seriam desejos, instintos ou necessidades, mas sim relações sociais que falam de identidades e grupos, produtos e serviços.

Conhecer o significado do fenômeno do consumo passa pelo aprofundamento de sua relação com a cultura (Rocha, 2006). É fundamental entender como a cultura constrói essa experiência na vida cotidiana e como funcionam os códigos culturais que dão coerência às práticas. Neste sentido, somente em um lugar onde exista um grande repertório e diversidade de cultura material seria possível fazer escolhas e selecionar objetos que traduzam códigos culturais. Se estivéssemos em uma comunidade ribeirinha da Amazônia, não poderíamos dizer que a moda e os objetos ajudam a construir estilos, gostos, perfis e identidades, mas em uma sociedade industrial, capitalista e de consumo, estes elementos passam a compor um código que, olhado à distância, parece invisível, mas que se analisado com cuidado, revela que cada objeto e cada detalhe elaboram uma narrativa entre si e evidenciam características sobre a identidade.

Existem duas forças opostas que dirigem a sociedade moderna: de um lado, o poder globalizante e homogeneizante. De outro, a força de individualização da sociedade. No primeiro, com a globalização e a transmissão de informações geradas pela internet, cada vez mais as culturas e as sociedades passam a se parecer, na medida em que incorporam características umas das outras - é o que Hall (2011) chama de crise de identidade. À medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados com um sem número de identidades possíveis. Nesse caso, a ideia difundida é que o eu contemporâneo é aberto e flexível, e que as pessoas estão regularmente engajadas no processo de recriar a si mesmas, adotando e trocando de identidades e estilos de vida da mesma maneira fácil e casual com que trocam de roupa, o que parece ser uma resposta à crise de identidade e também como uma atividade que, na realidade, serve somente para intensificar essa crise (Campbell, 2006).

De outro lado, o poder individualizante, onde cada ser humano está em busca do seu “eu” verdadeiro, o que já foi estudado por vários acadêmicos (Bauman, 2001; Giddens, 1991; Lash, 1999; Taylor, 1997; entre outros). Aqui, iremos colocar luz sobre a segunda modernidade defendida por Beck (2001), que trata do conhecimento reflexivo do sujeito que, ao apoiar-se em Giddens (1991), defende um mundo de crescente individualização em busca do “eu” verdadeiro que pode ser guiado pelo *ethos* da originalidade. Giddens argumenta que, atualmente, o sujeito constrói a sua identidade pessoal por meio do consumo de estilos de vida e afirma ainda que “não temos escolha, senão escolher”. Beck diz que a ética da autorrealização predomina no mundo atual. Para ele, “indivíduos que escolhem, decidem, modelam e que aspiram ser os autores de suas vidas, os criadores de suas identidades, são os personagens centrais do nosso tempo”. A nova configuração das identidades passa pela construção de um “estilo de vida”, considerado aqui como “um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular de autoidentidade” (Giddens, 1991).

Por ser entendido como um código através do qual são traduzidas relações sociais, e que por isso pode sempre ser inclusivo. Como afirma Douglas (2006), “os bens são neutros, seus usos são sociais; podem ser usados como cercas ou como pontes”. Segundo a autora, os bens funcionam como bandeira: na medida em que tenho um determinado bem, posso ser mais valorizado ou menos no jogo social. Neste contexto, as coisas cuja posse significa riqueza não são necessárias por elas mesmas, mas pelas relações sociais que sustentam. Além disso, Douglas diz que o consumo nunca é individual, pois mesmo o desejo individual de consumir já é reflexo da expectativa de pertencer a um grupo. O conceito de bens como marcadores sociais será usado neste artigo para pensar o consumo de objetos de luxo como elementos que definem um grupo e agregam os indivíduos que dele partilham (as pontes), ao mesmo tempo em que permite analisar o que os separam, tornando-os únicos (as cercas), e que utilizam uma gama de critérios distintivos que expressam gostos e aptidões específicas (Bourdieu, 1983). Para Rocha (2010), pelo consumo os objetos

diferenciam-se diferenciando e trazem um universo de distinções. São antropomorfizados para levarem aos seus consumidores as individualidades e universos simbólicos que a eles foram atribuídos.

*Sex and the City*: O filme narra a história de quatro mulheres independentes, amigas entre si, que consomem tudo o que há de mais luxuoso em Nova Iorque – cidade que oferece essa diversidade de cultura material, possibilitando atribuição de código cultural aos objetos. Podemos analisar a identidade destas mulheres através do consumo. Alguns objetos as aproximam e as tornam em um grupo; são as pontes. Ao mesmo tempo, a singularidade de cada uma também pode ser explicada pelo que elas consomem; são as cercas. A cidade de Nova Iorque é uma personagem muito importante no filme, já que acomoda e possibilita comportamentos relacionados ao consumo. É um ícone da moda, de estilo e tendências, repleta de lojas de grife, por si só é uma das principais influenciadoras do consumo.

### **A mulher em *Sex and the City***

É importante lembrar os modelos do feminino existentes na mídia. Alguns pesquisadores fazem referência à mulher heroína, representada de forma positiva. Outro perfil comum é o da mulher melodramática que tenta se desvencilhar de situações difíceis, o que ajuda a modelar uma mulher que é vítima de forças que ela não consegue superar.

A mulher de trinta e poucos anos se desprende da imagem das mulheres da geração anterior. Essas mulheres, diferentes de suas mães, conquistaram a liberdade sexual e uma vida que vai além do casamento. Elas têm seus próprios nomes, construídos através do seu trabalho, sua personalidade e seu estilo, não precisando mais do sobrenome dos seus maridos. *Sex and the City: O Filme* representa o movimento cultural de uma geração que cresceu tendo escolhas e, por isso, pode construir a vida que desejar. A jornada dessa mulher contemporânea fala sobre autoconhecimento e empoderamento pessoal mais do que qualquer outra coisa. Ao apresentar a vida de solteira como uma escolha de Samantha, por exemplo, o filme retrata uma mulher que pode tudo: pode comprar aquilo que almejar, pode transar



com quem desejar, pode se divertir onde e quando quiser, frequentar lugares badalados, usar roupas de grife, trabalhar por prazer e decidir se vai casar ou ter filhos. Muito diferente da mulher heroína e melodramática, a mulher retratada em *Sex and the City* dirige sua vida e é autora de sua própria história. Apesar do poder e da liberdade, as protagonistas têm dilemas afetivos, e cada uma os resolve à sua maneira: Samantha opta por ficar solteira, Miranda procura a ajuda de uma terapeuta de casal para superar a traição do marido, Carrie perdoa Big por tê-la deixado no altar e Charlotte tenta superar o medo de perder sua felicidade. Todas lidam com suas dores de forma bastante humana, não romantizada ou vitimizada. Talvez por isso haja tamanha identificação com a audiência feminina.

Um fato bastante relevante é que nenhuma delas tem uma referência familiar ou uma religião, há um rompimento com as tradicionais instituições sociais (exceto pela mãe de Steve que é citada muito discretamente). A família é representada pelas quatro amigas que se apoiam, se aconselham e se amparam. Fica clara a falta de vínculos familiares e isso pode estar associado à própria cidade de Nova Iorque, que aglutina pessoas de todas as partes do mundo. Os vínculos familiares são criados pelas amigas e também pelo companheiro que cada uma delas tem. Com exceção de Carrie, todas têm um cachorro. A felicidade, no filme, é retratada como algo que deve ser construído o tempo todo, e que a vida é repleta de ciclos. O desfecho é marcado pela narrativa de muitos recomeços: Samantha opta por ficar solteira com 50 anos, Carrie se casa com Big, Charlotte consegue engravidar e Miranda retoma o casamento com Steve, lidando com o fantasma da traição.

### **O universo simbólico do consumo**

Uma demonstração de que o consumo hierarquiza e que através de um objeto pode-se construir uma identidade, é o caso da bolsa Louis Vuitton alugada que Louise usava na entrevista com Carrie. Podemos pensar o luxo como uma categoria que se estende a diferentes grupos consumidores, das classes mais abastadas até as menos privilegiadas, pois este se converte numa atribuição de valor de excesso, que marca a divisão entre classes, promove a hierarquização e define papéis sociais (Lipovetsky,

2005), consolidando esferas de poder entre comunidades. Por Carrie já ter em mente um perfil para mulheres que usam Louis Vuitton, ela questiona a candidata: “Como uma garota desempregada, que divide apartamento com três amigas, pode comprar um bolsa Louis Vuitton?”. Este é um exemplo do poder classificatório do consumo. Por outro lado, há um desejo da classe média por mobilidade social, tomando o consumo de bens usualmente consumidos por classes mais abastadas como possível marcador de ascensão social. Este mesmo serviço de marcação é identificado quando Miranda está em busca de um apartamento e segue um homem branco com um bebê, por acreditar que se há um lugar onde ela possa morar, certamente é onde aquele homem semelhante a ela está.

McCracken (2003) aponta que as observações de Diderot ajudam a sugerir que os bens de consumo, de modos complementares, são interligados por uma certa comunalidade, sendo esta harmonia complementar entre os produtos. O primeiro vestido de noiva de Carrie era tão simples que Anthony fala sobre uma hierarquia de valor, dizendo que o convite será mais chique que o vestido, sugerindo que isso não deveria acontecer. Quando Carrie ganha o vestido de Vivienne Westwood, o casamento ganha outro significado e ela precisa contratar tudo diferente, porque nada mais combina com o vestido assinado por uma estilista famosa. Por isso, decide fazer o casamento na elegante Biblioteca Pública de Nova Iorque, e o número de convidados salta de 75 para 200 pessoas. Carrie descobre um novo uso para a Biblioteca, deslocando seu significado.. É disso que se trata a complementaridade; com o novo vestido tudo faz sentido na lógica dos bens: uma mulher bem-sucedida, moradora de uma cobertura em Manhattan, que faz um ensaio de moda para a Vogue, não pode se casar em uma cerimônia simples usando um “vestido de ninguém”. Esta nova narrativa é mais coerente do que a anterior, segundo Carrie “o vestido aumentou a aposta”.

No ensaio sobre dádivas, Mauss (2000) postula um entendimento da constituição da vida social por um constante dar e receber. Mostra ainda como, universalmente, dar e retribuir são obrigações. Daí a importância de entendermos como as trocas são concebidas e praticadas no filme. É fato que elas podem tomar

formas variadas. Na narrativa, a troca de presentes se dá em vários momentos, cada um deles com seu significado. Carrie usa vestidos de várias marcas no ensaio da Vogue, finaliza com o vestido de Vivienne Westwood e surpreende-se ao recebê-lo em casa como um presente da estilista, dizendo o vestido parecia ter sido feito para ela. Sob o ponto de vista mercadológico, esta foi uma estratégia muito inteligente, embora não desinteressada, da estilista, que escreveu ela mesma o bilhete que aparece no filme. Temos também o anel que Samantha não conseguiu arrematar no leilão e que ganhou de Smith, que o viu como prova de amor. Para ela, olhar o anel significava mais uma vez ter o companheiro maior do que si mesma, enquanto compra-lo significaria reafirmar o poder e a força da sua independência. Provavelmente, se Charlotte tivesse ganhado o anel de Harry, adoraria tê-lo recebido como prova de amor. A troca de presentes entre Carrie e Louise no Natal é mais uma cena a ser explorada. Carrie compra uma bolsa Louis Vuitton para Louise, segundo ela foi o dinheiro mais bem gasto de toda sua vida. Louise lhe agradece dizendo que Carrie fez dela “Louise Vuitton”, e dá à chefe um DVD do filme *Meet me in St Louis*, em um trocadilho com o fato de ela própria ser de St Louis. Carrie dá a bolsa como signo de gratidão, enquanto Louise o recebe como uma credencial para outra esfera social. Ao ganhar o presente, adquire um status social diferente do que tinha antes, o que é confirmado na sua fala “agora não preciso mais alugar”.

Várias passagens do filme demarcam grupos, como na fala de Carrie: “os 20 anos são para se divertir, os 30 para aprender lições e os 40 para pagar os drinques”. Inclusive, os 40 anos aparecem como um marco para o não consumo, quando a editora da Vogue diz a Carrie que esta é a idade limite para usar um vestido de noiva. Outra passagem que marca este estruturalismo é quando Miranda faz uma analogia às fantasias disponíveis para mulheres no Dia das Bruxas, apenas gata sexy e bruxa. Los Angeles também se mostra como antagonista à cidade de Nova Iorque na visão de Samantha, além da decepção de Carrie quando descobre que seu novo código de área é 347; ela diz que sempre foi uma garota 917 e sente-se sem identidade com o novo código de área, em uma clara relação de identidade – você é onde você mora. Ao

contrário dela, Samantha enxerga a novidade como algo positivo e vibra: velha ou nova, pelo menos é Nova Iorque.

Os objetos também ganham enorme significado. Carrie, por exemplo, desconstrói o conto de fadas das histórias infantis ao ser pedida em casamento com um sapato encaixando em seu pé em vez de um anel em seu dedo, ao mesmo tempo que alude à Cinderela. O sapato assume um significado simbólico, deslocando o sentido e colocando o anel de noivado e o sapato na mesma categoria. Em outro momento, Carrie procura por uma escrivainha e deixa claro que ela tem papel fundamental para que ela retome a inspiração para escrever.

Antes do rompimento com Big, Carrie e ele procuram um local para morarem juntos e buscam a área nobre de Manhattan, com prédios tradicionais onde os porteiros usam uniforme. Charlotte também mora em um prédio assim, ao contrário de Miranda, que é retratada como a menos abastada do grupo. O apartamento transcende a função literal de ser um local para morar. A localização deve transmitir o status e o nível social de quem mora lá. Ao ver a cobertura, Carrie relaciona o tamanho do apartamento à felicidade de quem o habita. Em sua visão, um casal que more em um apartamento tão bem localizado e de tamanha estrutura não pode ser infeliz. O apartamento é um signo de felicidade, de status e de prosperidade. Porém, quando vê o tamanho do closet, afirma que não é possível uma mulher ser feliz com tão pouco espaço para suas roupas. A partir daí, entende o divórcio dos moradores antigos.

Um marco no entendimento do contexto como impulsionador do consumo é o fato de nenhuma das quatro personagens terem carro em Nova Iorque. Todas andam de taxi, a pé e de metrô. Isto acontece não porque elas não possam comprar o bem, mas sim porque a cidade não propicia a posse de carro, já que reconhecidamente tem muitos prédios sem garagem, trânsito intenso e é difícil estacionar. Apenas Big tem carro, com motorista. O carro não diferencia as pessoas naquele contexto, já que pessoas da mesma condição social podem ou não possuir um veículo. No entanto, quando Samantha se muda para Los Angeles, aparece com um modelo GLK da Mercedes-Benz, ou seja, em outro contexto o carro torna-se necessário. Apesar disso, a placa dela tem escrito com “eu amo Nova Iorque”, o que lhe dá uma identidade e

mostra de onde ela é, dando a Samantha um sentido de pertencimento à Nova Iorque, ao mesmo tempo em que a afasta de Los Angeles, cidade a qual ela claramente nunca se adaptou.

### **O consumo como construção de identidade individual: as cercas**

Ao analisarmos o figurino de cada personagem, podemos automaticamente fazer uma narrativa sobre quem elas são. Se olhássemos um vestido de Carrie, por exemplo, dificilmente conseguiríamos imaginá-lo em uma das outras três protagonistas. A identidade de cada uma é construída através dos objetos.

Carrie é irreverente e eclética, e seu estilo influenciou mulheres mundo afora. Vai para a cama de calcinha, camiseta e colar de pérolas. A marca registrada de Carrie é combinar diferentes estilos, tecidos e peças de forma sofisticada e original. Há uma clara predileção por elementos *vintage* e acessórios inusitados. O perfil marcante, ousado e excêntrico faz de Carrie uma pessoa ambivalente. O tom ambíguo da sua indumentária reflete sua personalidade, que poderíamos chamar de descolada e extrovertida e, apesar de avessa a moralismos, demonstra alguns pensamentos bastante conservadores quando, por exemplo, se recusa a contar para as amigas qual é sua frequência sexual com Big. Carrie tem um celular nada moderno e demonstra certa aversão por tecnologia, o que fica claro quando diz que não sabe usar o iPhone que Samantha lhe empresta, além de ter no telefone residencial (representado por um modelo antigo, com fio) seu principal meio de comunicação, e não o celular.

Após o abandono no casamento, a escritora toma duas decisões com o intuito de fazer nascer uma “nova Carrie”. A primeira é mudar a cor dos cabelos de loiros para castanhos, na tentativa de, com a mudança exterior, mudar seu interior. Além disso, como o fracasso do casamento foi noticiado, a mudança serve também como um disfarce para que ela não seja reconhecida nas ruas. O consumo está presente na necessidade de se diferenciar dela mesma, acreditando que a mudança lhe dará forças para superar o término. A segunda decisão é redecorar seu apartamento, crendo que com a nova decoração será mais fácil modificar sua vida e iniciar uma nova fase. Carrie mostra que seu cabelo está relacionado ao seu estado de espírito, o novo cabelo



também é símbolo de certo luto ou tristeza, pois na primavera ela está loira novamente, maquiada e com apartamento redecorado, mesmo sem ter voltado para Big. Isto parece indicar que ela se recuperou da dor vivida.

Charlotte York é a mais romântica das quatro personagens, chega a ser um pouco ingênua e sempre demonstra desconforto com as narrativas sexuais das amigas. No início do filme é mostrada uma cena da série, onde ela diz que procura seu príncipe encantado desde os quinze anos. “Onde ele está?”, questiona, com sofrimento. Trabalhava em uma galeria de arte na série, mas resolve dedicar-se ao casamento com um médico, acreditando finalmente ter encontrado seu príncipe. Entretanto, disfunções sexuais do rapaz, que além de tudo era totalmente controlado pela mãe, frustram seu sonho de “felizes para sempre” e ela se divorcia. Acaba se casando novamente com o advogado Harry e vivem felizes, apesar de ele ser careca e aparentemente desengonçado (ela sempre deu muita importância à aparência). Descobre que não pode ter filhos e adota uma menininha chinesa, Lilly. Charlotte só existe na ideia de família onde haja um marido forte que trabalhe para prover o sustento, enquanto a mulher cuida da família e da casa. Tem uma beleza delicada, cabelos longos, escuros e lisos, e usa roupas discretas, com bom corte e elegantes. Tem um visual bastante romântico e bem comportado, usando majoritariamente cores neutras. Seu apartamento na Park Avenue tem localização e decoração tradicionais, como móveis clássicos e paredes em tons pasteis.

Se Charlotte é romântica e sonhadora, a relações-públicas Samantha Jones é a típica mulher poderosa: loira fatal, exuberante, com acesso a qualquer lista VIP. Nada romântica, certamente entre as quatro é a que tem o maior número de parceiros ao longo da série, incluindo envolvimento com uma mulher (a atriz brasileira Sonia Braga interpreta este papel), sexo oral em desconhecidos, uso de brinquedos eróticos e todo tipo de tabu relacionado a sexo. Se Charlotte busca amor, Samantha busca sexo pelo sexo, apesar do longo relacionamento Smith Jerrod, jovem modelo/ator que ela lança ao estrelato e com quem ela se muda para Los Angeles. Samantha é autoconfiante, decidida, ousada, desinibida, ativa, assertiva, prática, sedutora,

provocante e faz o estilo *femme fatale*. Seus objetos expressam toda a sua força e poder. Ela abusa nos decotes e roupas justas.

Samantha nega que o feminino só exista a partir da descrição masculina, terminando um relacionamento com um bonitão mais jovem que ela que, ainda que sem querer, faz com que se sinta à sua sombra. Ela se irrita após esperá-lo para jantar, pois se dá conta que não nasceu para viver à margem de ninguém e que sua independência é um valor que dirige não só sua vida, mas sua felicidade. Isso sinaliza uma inversão dos papéis tradicionalmente desempenhados pelo homem e pela mulher dentro da sociedade. A compra da cachorra é uma forma de direcionar seu desejo reprimido, já que não trair é contrariar sua natureza. O consumo aparece com forma de repressão de sentimentos. Ela não aceita ser reprimida, é uma mulher longe do amor romântico e das convenções sociais.

Apesar de ser uma mulher moderna e distante da representação social do feminino, decide não trair seu parceiro e desloca este desejo reprimido para comer e comprar. Ela engorda oito quilos e compra muito, até que encontra a cachorrinha castrada, uma analogia a ela própria que foi tolhida do direito de ser sexualmente livre. Cria ainda uma identificação com o masculino, na imagem do vizinho, referindo-se a ele como “eu era assim”, já que o vizinho transava todos os dias com uma pessoa diferente e ela se via nele. Uma cena que marca bastante o lado masculino de Samantha é quando ela é a única mulher numa roda de homens (com Big, Smith e Harry) fumando charuto fora do restaurante, no jantar de ensaio. Sem dúvidas, o charuto é um símbolo masculino. Apesar de aparentemente pouco afeita às emoções, Samantha se emociona quando vê Carrie vestida de noiva para o ensaio da Vogue, e trata a amiga de forma muito carinhosa quando ela está fragilizada, dando-lhe comida na boca no resort no México.

Miranda Hobbes aparece mais feminina no filme do que era na série, usando mais vestidos do que usava antes. Apesar disso, suas roupas combinam com seu estilo mais sóbrio. Ela é pragmática, criteriosa, racional, independente, objetiva, individualista, cética, prática, o que fica explicitado no filme através dos seus cabelos curtos, roupas de executiva, uso de tons neutros e escuros, valorizando o conforto.

Seus vestidos são sempre recatados, com comprimento até o joelho e sem decotes, como o de tom metalizado que usa na primeira cena do filme, o modelo que usa no leilão e o de mangas compridas que usa no jantar de ensaio de Carrie. Raramente faz uso de acessórios que a deixariam mais feminina. Quando descobre a traição de Steve, Miranda passa a usar roupas mais despojadas, “largadas”, possivelmente para demonstrar a fase de descontentamento que vive. Claramente a menos abastada dentre as amigas, Miranda, após separar-se de Steve, se muda para um bairro longe dos que costuma frequentar. Isso fica claro quando telefona para Carrie na noite de Ano Novo e recusa a visita da amiga, dizendo que mora longe. Carrie insiste e vai até ela, mas fica explícito que não tem a menor familiaridade com as redondezas.

Miranda é advogada, sempre focada em sua carreira, e seu celular *blackberry* reforça esta característica. Em diversos momentos da série e também do filme ela argumenta que não pode fazer isso ou aquilo (inclusive sexo) porque tem que trabalhar. Enquanto Charlotte e Samantha (que também trabalha) acompanham Carrie no ensaio vestida de noiva, Miranda se ausenta porque está trabalhando. Com o passar do tempo e o casamento com Steve, Miranda torna-se mais feminina e é assim que aparece no filme, apesar de manter o estilo sóbrio se comparado ao das demais amigas. Independente, acaba cedendo a uma vida familiar tradicional e se muda para fora de Manhattan, a fim de criar o filho com mais espaço no Brooklyn. No filme Miranda no filme é mal humorada, fica seis meses sem transar com o marido, não se depila e usa o trabalho como justificativa para suas ausências como mulher. Miranda também tem uma grande proximidade com o *ethos* masculino ao valorizar esporte e política, além de colocar o trabalho à frente da família.

### **As pontes entre as amigas e a cidade**

Apesar de cada uma ter seu estilo e sua singularidade, as quatro amigas fazem parte de um grupo. Neste momento, o consumo também aparece como um amálgama que dá contorno ao grupo, diferenciando-o de outros. As amigas sempre tomam as mesmas bebidas: champanhe, quando Samantha as encontra no apartamento de Carrie; margaritas no resort no México, quando inclusive Samantha pede ao garçom

sem consultar nenhuma delas, reforçando que têm o mesmo gosto; e o famoso Cosmopolitan, drinque que as quatro beberam muito ao longo da série e que usam para brindar aos 50 anos de Samantha. Na véspera do casamento de Carrie, todas estão na casa de Charlotte e usam o mesmo pijama de seda cinza, exceto a menina Lilly que usa um modelo rosa para marcar a diferença entre as adultas e a criança, que talvez um dia seja como elas. Lilly passa o filme perto das quatro mulheres como se estivesse debutando, como uma aprendiz da mulher nova-iorquina.

A magreza é algo comum entre as quatro mulheres, que estão sempre dando preferência a comidas leves, isso quando aparecem comendo. No parque, inclusive, Carrie e Miranda comem sanduíches da rede Pret a Manger, uma espécie de fast food de comida orgânica e saudável que existe em vários países do mundo, inclusive nos Estados Unidos. Quando Samantha engorda, sofre o duro julgamento do amigo gay Anthony e de suas amigas.

A cidade de Nova Iorque tem papel de destaque na série e no filme, é a quinta protagonista. As amigas refletem a cidade. É como se elas só existissem, existindo em Nova Iorque. O sentimento de pertencimento é explícito e, ao entender cada uma das protagonistas, desconstruí-las e decifrá-las, entende-se também um pouco mais do que representa consumir, em todos os aspectos, em Nova Iorque. Se para alguns é a Big Apple, para outros é a “cidade que nunca dorme”, aposto dado em função da agitada vida econômica, social e cultural que Nova Iorque possibilita vinte e quatro horas por dia, em versos cantados e imortalizados por Frank Sinatra na canção “New York, New York”.

Nas cenas finais do filme, nova interpretação para o consumo. Ao contrário dos objetos luxuosos consumidos durante o filme, Carrie casa-se com Big no cartório, usando o vestido “de ninguém” que havia comprado na loja *vintage* e seus sapatos azuis (usados no pedido de casamento), sem penteado glamuroso e nem muita maquiagem. Em seguida, o casal comemora em um restaurante simples, ao contrário dos lugares que frequentam ao longo da narrativa, tendo a companhia das amigas, seus respectivos maridos e filhos, o casal de amigos gays (Stanford e Anthony, que acabam se unindo também) e a cachorrinha de Samantha. Todos felizes, sem exibição

de grifes de luxo, em uma possível mensagem de que o consumo é menos importante do que os prazeres simples da vida, como quando se tem amores e amigos.

Em seguida, as quatro amigas seguem sozinhas, sem seus parceiros, para um restaurante, reafirmando o poder feminino sem a necessidade da companhia masculina. Todas bem vestidas, entram em um restaurante badalado, com seguranças na porta. Elas tomam seus drinques Cosmopolitan e comemoram os 50 anos de Samantha. Se, por um lado, reforçam o consumo de luxo, por outro, retornam ao amor romântico na declaração de Carrie: estão vestidas da cabeça aos pés da única grife que nunca sai de moda, o amor.

### Referências bibliográficas

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel (1999), *L'Analyse des Films*. Nathan, 2a Ed., [original, 1988].

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (orgs). *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

BECK, Ulrich. *World risk society*. Oxford: Blackwell, 2001.

BOURDIEU, Pierre. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge, 2000.

BRUSCHI, Michel. *As narrativas das gotas d'água pós-modernas: Sex and the City e o fantasma do amor romântico*. 2009

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens – Para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

GIDDENS, Anthony. *Modernity and self-identity*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1991.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

KOPP, Juliana. *Análise da representação feminina em Sex and the City*. UFBA, 2006.



LASH, Scott. *Another modernity, a different rationality*. Oxford: Blackwell, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero – a moda e seus destinos na sociedade moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

MAUSS, Marcel. *Ensaio sobre a dádiva*. Cosac Naify, 2003.

McCRACKEN, Grant. *Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MESSA, Márcia. *As mulheres só querem ser salvas: Sex and the City e o pós-feminismo*. PUC-RS, 2006.

ROCHA, Everardo. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. São Paulo: Brasiliense, 2010.

\_\_\_\_\_. *A sociedade do sonho: Comunicação, Cultura e Consumo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

\_\_\_\_\_. *Representações do consumo: estudos sobre a narrativa publicitária*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Mauad, 2006.

TAYLOR, Charles. *The ethics of authenticity*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1997.

VANOYE, Francis; GOLLIOT-LÉTÉ, A. *Ensaio sobre a Análise Fílmica*. Campinas: Papirus, 1994.

## **#VaiSafadão<sup>1</sup>**

### **Rastros de subjetividade dos fãs do forró eletrônico nas redes virtuais**

Kermesson Carlos do Nascimento Magalhães<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Esse trabalho faz um diálogo entre autores sobre o campo da subjetividade em torno das novas tecnologias, e analisa as práticas culturais entre os fãs do forró eletrônico nos sites e aplicativos *mobile* de redes sociais. A partir da *netnografia* e revisão bibliográfica sobre o tema, como bases metodológicas, analisamos tal cultura de fãs a partir das relações com o cantor *Wesley Safadão*, atual referência popular do gênero em destaque. A análise parte da premissa de que se deve considerar as ligações, os gostos, as atitudes e os prazeres do fã como uma atividade, mesmo imersos no ambiente virtual. Sob a ótica da descrição histográfica e sociológica do forró, e os conceitos e argumentações teóricas no âmbito dos Estudos Culturais, pretende-se trazer a reflexão sobre os fortes laços de sociabilidade entre estes fãs nos dispositivos digitais em questão, onde possivelmente são instituídas práticas de consumo e distribuição de conteúdo, e de envolvimento com o coletivo.

#### **Palavras-chave**

Subjetividade; Estudos Culturais; Cultura de fãs; Novas Tecnologias; Forró eletrônico.

#### **Reflexão sobre subjetividade e novas tecnologias**

O desenvolvimento dos meios digitais nos últimos anos inaugurou novas formas de produção de sentidos, de significados, de símbolos, além de ser responsável por alterar significativamente a relações humanas. Sem dúvida, o virtual, atravessado pela tecnologia digital hoje é um dos fatos mais discutidos na academia nas mais variadas vertentes do conhecimento, por, além de apresentar novos territórios de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando na Escola de Comunicação da UFRJ pela linha de pesquisa Mídia e Mediações Socioculturais. Email: [keocarlos@gmail.com](mailto:keocarlos@gmail.com)

sensibilidade e imaginação a serem explorados, construir subjetividade (ou subjetividades). Como define inclusive Martín-Barbero: “A tecnologia é, hoje, uma das metáforas mais potentes para compreender o tecido – redes e interfaces – de construção da subjetividade.” (MARTIN-BARBERO, 2008: p. 20)

Desde da década de 1990, muitos pesquisadores já vêm trabalhando a noção da subjetividade e virtual em suas concepções sobre as transformações do mundo, mesmo que sob ótica distinta, e contribuído para não limitar o termo a definições como “um modo de ser particular”, mas propor um diálogo onde se discute novas possibilidades de subjetividades e virtualização da cultura.

Félix Guattari, ao analisar a subjetividade operada pelas novas tecnologias, já alertava para um movimento paralelo e simultâneo, de “homogeneização universalizante e reducionista da subjetividade, e uma tendência heterogenética, quer dizer, um reforço da heterogeneidade e da singularização de seus componentes” (GUATTARI, 1992: p. 15). Já Pierre Lévy (1996) acreditava que estávamos seguindo em direção a uma nova forma de reprodução da espetacularização e da massificação, bases fundamentais para o consumo de um capitalismo globalizado e contemporâneo. Além disso, apontou para a possibilidade de acompanharmos:

“as tendências mais positivas da evolução em curso e criamos um projeto de civilização centrado sobre os coletivos inteligentes: recriação do vínculo social mediante trocas de saber, reconhecimento, escuta e valorização das singularidades, democracia mais direta, mais participativa, enriquecimento das vidas individuais, invenção de formas novas de cooperação aberta para resolver os terríveis problemas que a humanidade deve enfrentar, disposição das infra-estruturas informáticas e culturais da inteligência coletiva.” (LÉVY, 1996: p. 118)

Trazendo para uma outra perspectiva, Michel Maffesoli (1998) aborda sobre a importância de refletirmos sobre a questão a partir do ponto de vista da sensibilidade, que conforme as épocas se constituem, predomina-se um tipo de estilo destinado a especificar as relações que estabelecemos uns com os outros. Ou seja, em tempos de novas tecnologias, há também a construção de novos modos de escutar, olhar, sentir e

conhecer o outro, alterando suas sensibilidades, modos de percepção e formas de conhecer e escutar o mundo e a vida (PEREIRA: 2009).

Martín-Barbero, por sua vez, afirma que enquanto o sujeito emerge, hoje, de um ambiente fortemente imaginal e emocional, a casa, e em parte e sobretudo a escola ainda o prende a uma racionalidade que, em nome do princípio de realidade, ejeta o emocional do sujeito por sua sensibilidade, forma-se alguém dotado de conceitos que decide onde quer viver, com quem quer viver e como quer viver, seja em grupos, pares, bandos, turmas, guetos, seitas, entre outros. “Os jovens nos falam hoje através de outros idiomas: dos rituais de vestir-se, tatuar-se, adornar-se e, também, do emagrecer para se adequar aos modelos de corpo que propõe a sociedade” (2008, p. 21). Desses lugares, tais sujeitos ouvem e olham íntima e estruturalmente mediados por suas interações pela e com as tecnologias. É nas interações entre sujeitos onde, hoje, as mediações tecnológicas revelam seu potencial alternativo, por mais que, para os apocalípticos, estas significam o contrário: a tendência ao ensimesmamento, tornando-se um vício que os isolam e os desvinculam da realidade.

E isso não tem nada a ver com fetichização da tecnologia, nem com a aceitação dos determinismos tecnológicos que andam de mãos dadas como os imobilismos políticos. Se não sabemos aonde nos conduz a tecnologia, temos o conhecimento, ao menos, do que dela podemos esperar: que, por si só, não vá solucionar os problemas sociais, renovar a democracia, nem nos imortalizar. Não há potência na tecnologia que não seja moldada, mediada, pelas tendências sociais profundas, tanto as que voltam a emancipação quanto as que destinam à dominação e à exclusão. É uma sociedade estruturalmente excludente a que neutraliza as possibilidades de conexão e inclusão que a tecnologia digital implica, fazendo dela um meio de agravamento da desigualdade social. (Idem, p. 23)

Para Priscila Arantes e Lúcia Santaella, “os meios de nosso tempo (...) estão nas tecnologias digitais (...), abrindo ao artista horizontes inéditos para a exploração de novos territórios da sensorialidade e sensibilidade” (2008, p. 36). E nenhum meio digital é mais representativo para a contemporaneidade do que a internet.

Silverstone pensa que “podemos começar a ver a tecnologia como cultura: ver que as tecnologias (...) são objetos e práticas simbólicas e materiais, estéticos e funcionais” (1999, p. 50).

Já Yudice (2008) afirma que as novas tecnologias dispõem diferentes práticas ou estado de recepção e percepção. Por exemplo, as redes virtuais de fãs proporcionam novos espaços para a música e colaboram para identificação de novas práticas de produção e distribuição. Portanto, são gerados novos modelos de consumo que criam novos ritos, que associam diferentes comunidades interpretativas e atores sociais, e contribuem para produção de uma nova ideologia do consumo.

Nessa composição, é importante destacarmos aqui os estudos recentes sobre as cenas virtuais, por Will Straw, Simone Pereira Sá e Jeder Jannoti Jr., que abrem a discussão para compreender o meio digital com forte impacto na distribuição e recepção de conteúdo musical e na construção de sociabilidade.

A proposta de tipologia das cenas é uma das poucas tentativas de sistematizar a discussão, incorporando o impacto da cultura digital no início do novo século. Entretanto, construída antes da consolidação do modelo da web 2.0 – baseado nas plataformas musicais e redes sociais – ela nos parece pouco produtiva para lidar com a complexidade das articulações das cenas no ambiente das redes virtuais na atualidade, uma vez que estabelece fronteiras estanques entre as cenas “off-line” e “online” que não fazem nenhum sentido na contemporaneidade. Além disto – e este é o meu maior incômodo com a perspectiva – eles ignoram a materialidade do meio digital, desconsiderando a mediação que a cultura digital produz. Dito de outra maneira, minha premissa é a de que, ao se transportar para o ambiente digital, qualquer cena vai ser convocada a considerar as especificidades – estéticas, técnicas, econômicas – deste novo ambiente. Trata-se, assim, de um processo altamente complexo, que pode deixar marcas e transformar de maneira definitiva a própria “identidade” de uma cena “local” ou translocal. (SÁ, 2012)

É a partir disto, que este artigo fará uma breve reflexão sobre como o imaginário da cena do forró eletrônico, que envolve sonoridades, letras de canções e performances, vivenciadas nas relações presenciais e particulares, ultrapassam o virtual. Além de produzir novas sensações e promover a construção de novas subjetividades, sejam estas individuais ou coletivas.



Albuquerque Júnior (2009) aborda que as músicas do forró, por sua onipresença nas paisagens sonoras na atualidade, principalmente no Nordeste, é responsável pela formação do regime de escuta, pela formação do gosto musical, da sensibilidade sonora de toda uma geração, ou seja,

suas canções e o universo cultural em que transitam propõem modelos de sujeito, modelos de subjetividade, para serem subjetivados por aqueles que ouvem suas músicas e vão aos seus shows, ou mesmo por aqueles que não são necessariamente aficionados. As canções como agregados sensíveis têm a capacidade de afetar a quem as escuta, tem a capacidade de produzir afetos, de interpelar e mobilizar subjetivamente os corpos e mentes aos quais se dirigem. Elas se constituem em matérias e formas de expressão capazes de ser agenciadas no momento em que dados corpos, em que dados entes precisam se constituir como sujeitos, como seres, precisam se dizer, precisam elaborar e assumir uma dada identidade. As canções, as personagens que estas criam, assim como a própria vida dos membros destas bandas oferecem modelos de subjetividade, aparecem como lugares de sujeito a serem desejados e ocupados por aqueles que ouvem as canções e comparecem aos shows. Modelos de como ser homens e mulheres, modelos de como ser nordestino hoje, modelos de como obter sucesso, de como ser um vencedor, modelos de viver e modelos de pensar.

Esta percepção reforça a ideia de que as músicas participam do processo de construção do imaginário social e moldam a subjetividade dentro da cena musical, incluindo a cena virtual. Inclusive, Hennion (2005) destaca que as músicas normalmente mostram sua capacidade de exprimir subjetividades e de construir novas identidades, gerações, grupos, modos e estilos de vida. Por isso, a importância de analisar os lugares e cenários, dispositivos e as condições concretas da performance e da escuta musicais como partes integrantes da música. Tal mudança no tipo de análise procura incorporar as materialidades, as mediações e as diferentes audiências na forma como observa os estudos sobre música e sua circulação.

Tudo isto reforça a compreensão para entender o ambiente tecnológico como estratégico, como um movimento de sociabilidade tão natural que faz parte, cada vez mais, da corporeidade, mobilidade e cognição, neste caso dos fãs.

## **#VaiSafadão: Forró, performances e afetos em rede**

As representações do Nordeste no imaginário compartilhado da região são alvo de contínuo reprocessamento, que é articulado por vários agentes. O forró talvez seja um dos elementos mais importantes dessas negociações. ( TROTTA: 2014, p. 21)

Em um resumo sobre histografia do forró, o renomado “Rei do Baião”, Luiz Gonzaga, foi ator fundamental no processo de inserção do gênero no Sudeste – na época a região de forte ascensão econômica e fluxos migratórios – por volta dos anos 1940, abasileirando um ritmo que até hoje é marcado por representar o Nordeste. Atuando como uma música dançante e, ao mesmo tempo, com uma estratégia de sonoridade discursiva da relação de identificação dos nordestinos com sua região, o forró tornou-se memorável entre os nordestinos, porque estes assimilaram e a configuraram à sua maneira, “inserindo-a em sua conversação, em sua língua habitual e nas coerências que estruturam seu saber anterior.” (CERTEAU: 1996, p. 338) Segundo Costa (COSTA: 2012, p. 125), tal destaque fez com que a indústria do forró avançasse. Além disso, fez de Luiz Gonzaga um fenômeno de massa, parte da geração de artistas da chamada música popular brasileira, afinal sua música tinha o rádio como principal veículo de divulgação e se destacava “não por ser feita pelas camadas populares, mas para as camadas populares” (Idem). Gonzaga gravou cerca de 1.538 gravações de 633 canções em mais de 60 anos de carreira (RAMALHO: 2009, p. 49), e viajou por todo o Brasil tocando em trio – ele com a sanfona, um zabumbeiro e um tocador de triângulo. Esse processo de instituição também envolveu a fusão de diversos elementos, tais como o jeito de cantar e a composição do figurino com gibão<sup>3</sup>, chapéu de couro em formato de meia-lua, sandálias de couro e cartucheira, inspirado nos trajes de Lampião<sup>4</sup>.

Trazendo para um contexto mais atual da cena atual do gênero, o cantor Wesley Safadão, atual referência popular do forró eletrônico em destaque, iniciou sua

<sup>3</sup> Vestimenta de couro usada pelos vaqueiros.

<sup>4</sup> Apelido dado à Virgulino Ferreira da Silva, o líder do movimento revolucionário chamado de Cangaço brasileiro.

carreira musical em 2007 com a Banda Garota Safada – projeto criado por sua família que aos poucos foi ganhando notoriedade no mercado musical da cidade de Fortaleza, no Ceará. Neste mesmo ano, Wesley Safadão foi apresentado a Luiz Augusto Nóbrega, o diretor da Luan Promoções e Eventos e do Vila Forró. De um encontro informal durante show da banda no Vila Forró, durante o São João de Campina Grande, surgiu a parceria que foi para a banda um divisor de águas. A partir disto, Wesley Safadão e Garota Safada passaram a fazer parte da empresa, tendo Renan Nóbrega como empresário até hoje. Logo, conquistaram todos os outros estados do Nordeste, se tornando a referência do novo jeito de fazer forró. Atualmente, o artista é destaque sozinho e garante uma média mensal de 25 apresentações. No mês de Junho, período dos festejos juninos no Nordeste, esse número ultrapassa a marca dos 40 shows. O reconhecimento nacional veio com as primeiras apresentações do cantor nos programas de televisão aberta e pelos Estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Além disso, o Sudeste atualmente é uma das regiões de forte atuação de Wesley Safadão. “Camarote”, “Eu vou pagar pra ver”, “Sou ciumento mesmo” e “Eu tô de boa” são algumas das canções de sucesso do cantor que tem repercutido no Brasil. O clipe da música “Camarote”, lançado no dia 19 de janeiro de 2015, já rende mais de 15 milhões de visualizações no *Youtube*<sup>5</sup>. Além disso, o cantor tem forte envolvimento nos sites e aplicativos *mobile* de redes sociais, onde consegue se relacionar com seus fãs, disponibilizar materiais, imagens, registros fotográficos, notícias e agenda de shows. É a partir desse ambiente virtual, que podemos evidenciar também a existência de fãs e a construção de coletivos.

É a partir desta contextualização, que evidenciamos a consolidação de uma cultura popular construída a partir de raízes de uma tradição regional, e atuando em um processo de identificação e/ou assimilação, num constante diálogo entre os compositores do forró e seu público ouvinte que se perpetua até hoje. Tal enredo, evidencia o forró como forma particularmente efetiva no estabelecimento de laços

---

<sup>5</sup> Dados fornecidos pelo *Youtube* no dia 10 de agosto de 2015.

identitários e na imaginação de pertencimento compartilhado, que se molda com as novas tendências, as épocas.

A análise empírica deste artigo, que tem como base os estudos sobre subjetividade, abordados neste artigo, nas rede virtuais, irá destacar algumas práticas dos fãs, através das suas vivências a partir da cena musical presencial e virtual como processo de hibridação, e das materialidades disponíveis para a construção de coletivos, a fim de compartilhar e reunir práticas culturais individuais. Tal investigação seguiu dois caminhos de evidência: o primeiro nas redes sociais digitais *Facebook* e *Instagram* e os aplicativos para *smarthphones* *Whatsapp* e *Periscope*, para confirmar a abrangência do temática em questão, quanto como fonte de declarações e depoimentos. Este espaços virtuais de relacionamentos se configuram, hoje, como uma interessante fonte de dados devido ao fácil acesso e à possibilidade de se analisar o perfil de cada participante; e o segundo caminho, busquei participar presencialmente dos eventos (shows) de Wesley Safadão – onde reuniria todo o universo virtual analisado – em Maceió, Recife, Aracaju e Salvador no período de maio a agosto de 2015. Tal articulação entre as redes de sociabilidades virtuais e presenciais me levou a contribuir com os estudos sobre *netnografia*<sup>6</sup> e etnografia tradicional, e assim compreender alguns fenômenos em torno desta cena musical.

### *Hibridação*

Nos shows *Garota Vip*, o projeto de espaço sónico-musical atual de Wesley Safadão, os fãs foram estimulados a postarem fotos, na rede social digital *Instagram*<sup>7</sup>, antes e durante o evento com as *hashtag* #VaiSafadão #GarotaVip com o intuito de

---

<sup>6</sup> No livro *Métodos de pesquisa para internet* de Suely Fragoso, Raquel Recuero e Adriana Amaral, o Neologismo foi criado no final dos anos 1990 (net + etnografia) para demarcar as adaptações do método etnográfico em relação tanto à coleta e análise de dados, quanto à ética de pesquisa. Relacionado aos estudos de comunicação com abordagens referentes ao consumo, marketing e aos estudos das comunidades de fãs. (2011, p. 198-201)

<sup>7</sup> Rede de sociabilização entre pessoas a partir da publicação de imagens.

aparecer no telão do palco principal, reforçando um forte processo de hibridização do virtual para o presencial, reciprocamente.



**Imagem 1 – Wesley Safadão divulgando o Garota Vip Maceió – 30 de maio de 2015 – e convidando os fãs a postarem fotos durante o show.**  
(Imagens da rede social digital Instagram)

Durante o evento, muitos fãs foram protagonizados ao verem suas imagens sendo compartilhadas no centro de todas as atenções: o palco, juntamente com o artista, levando a experiência musical além do imaginável.



# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## Imagem 2 e 3 - Garota Vip Maceió – 30 de maio de 2015 (Antes e depois)

(Imagens da rede social digital Instagram)

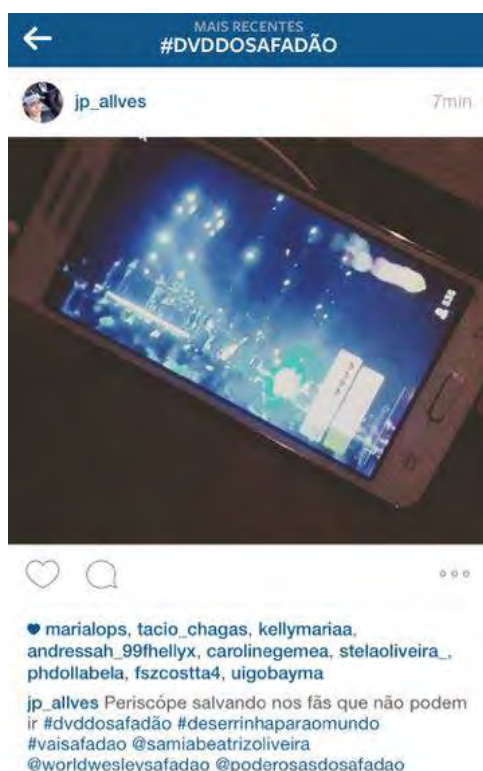
Vale ressaltar que a hashtag #vaisafadão e #safadãoadverte entre 2014 e 2015, foram frases inseridas em mais de 500 mil publicações de indivíduos com perfis na rede social digital *Instagram*. Além disso, nos shows presenciais os gritos de “Vai Safadão,

Vai



Safadão” é muito comum e praticamente fazem parte do repertório.

Em agosto de 2015, o cantor gravou seu novo DVD no estacionamento do Estádio Mané Garrincha, em Brasília, e reuniu mais de 40 mil pessoas de todo o Brasil<sup>8</sup>. Para os que não puderam estar presente, foi disponibilizado pelo aplicativo social para dispositivo móvel *Periscope*<sup>9</sup>, a transmissão em tempo real da gravação. Tal ação, fez com que o número de acessos chegasse ao seu limite.



**Imagem 5 – Fã evidenciando a importância do aplicativo Periscope para acompanhar a gravação do DVD de Wesley Safadão.**  
*(Imagens da rede social digital Instagram)*

Tais processos de hibridação tem marcado a cena e buscado, além de se aproximar cada vez do seu público, se modernizar.

### *Construção de coletivos virtuais*

<sup>8</sup> Número divulgado pela Assessoria do cantor e nos principais sites de notícias. Disponível em: <http://pernambuco.ig.com.br/cultura/2015/wesley-safadao-reune-40-mil-fas-para-gravacao-de-dvd>

<sup>9</sup> Rede social para transmissão de vídeos ao vivo.

Outros fatores evidentes dentro da cena virtual do forró eletrônico é a constituição de coletivos, a partir de apropriações criativas e imaginativas do individual, que atuam nas mediações entre os modos de escuta, as sociabilidades e os gêneros musicais no contexto da cibercultura.

Wesley Safadão tem mais de 100 comunidades virtuais de fãs. Uns com foco local como @garoteirosdesp (Fãs do cantor em São Paulo no Instagram), e geral como a @centraldefasdesweleysafadao. O intuito da construção dessas redes é compartilhar informação sobre o cantor, repertório, fotos, eventos, comercializar produtos com a marca de Wesley Safadão, divulgar links na internet para download gratuito dos shows recentes, entre outras práticas.

Entretanto, a fim de estreitar mais o relacionamento entre os fãs, os coletivos tem arregimentado vários fãs para participar de grupos no aplicativo Whatsapp<sup>10</sup>.



**Imagem 6 – Fã clube convidando os componentes do coletivo para participar do grupo de Whatsapp para compartilhar pensamentos e informações de Wesley Safadão.**

*(Imagens do Instagram)*

**Imagem 7 – Fã inserida no grupo dialogando com outros fãs.**

*(Imagens do Whatsapp)*

<sup>10</sup> Um aplicativo *mobile* de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens.

Tais amostras em evidenciam que os fãs pode dominar, em tese, “todo o processo criativo, criando sua comunidade de usuários, estabelecendo vínculos abertos entre eles, neutralizando a intermediação e interagindo diretamente com o mercado” (LEMOS, 2007, p.125).

### **Considerações Finais**

Os casos abordados neste artigo reforçam a ideia de que qualquer tipo de prática cultural é caracterizado como forma de relação social. Nesta perspectiva, o consumo está associado à criação de um universo inteligível, numa relação entre o consumo, o processo de apropriação e uso sociocultural dos produtos, sendo analisados enquanto comportamento social.

Além disso, é inegável que o consumo da música relaciona-se com as tendências sociais que, década a década, caracterizam uma cultura popular. A música sempre ditou épocas e explorou novos conceitos a cada desafio que a inteligência humana proporcionava com suas inúmeras reconfigurações para levá-la a dimensões nunca antes alcançadas, onde cada geração consegue escrever a trilha sonora dos seus dias com uma nova linguagem, por intermédio de novas práticas sociais e das novas tecnologias.

Por fim, as práticas culturais e as as estratégias utilizadas pelos fãs da forró eletrônico, especificamente do cantor Wesley Safadão, transformam o apreço pela música/artista pelo senso comum, tantos pelas tradicionais esferas de legitimação cultural, como também pelas esferas sociais do virtual. Além disso, promove a construção de subjetividades, sejam estas individuais ou coletivas, à medida que épocas se moldam as tendências, e reforça o quanto devemos estudá-las para construir novas formas de comunicação através delas.

### **Referências Bibliográficas**

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2009.



\_\_\_\_\_. “O nordestino de Saia Rodada e Calcinha Preta ou as novas faces do regionalismo e do machismo no Nordeste” In: **Arte & Pensamento: a reinvenção do Nordeste**. André Queiroz (Org.) Fortaleza: Serviço Social do Comércio, 2010, p. 44-65.

AMARAL, Adriana. “Categorização dos gêneros musicais na internet” In: FREIRE FILHO, João; HERSCHMANN, Micael (orgs.). **Novos Rumos da Cultura da Mídia**. Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2007, pp. 161-188.

\_\_\_\_\_. **Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop**. Revista ECO PÓS – Revista da Pós Graduação em Comunicação da UFRJ, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, 2014. Disponível em: [http://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/viewFile/1769/pdf\\_51](http://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/1769/pdf_51). Acesso em 15 de janeiro de 2015.

ARANTES, Priscila; SANTAELLA, Lucia (org.). **Estéticas. Tecnológicas: Novos Modos de Sentir**. São Paulo: Educ, 2008.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

\_\_\_\_\_. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4.ed. São Paulo: Edusp, 2013.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GUMBRECHT, Hans. **Produção de Presença**. Rio de Janeiro, RJ: Editora PUC, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2014.

HENNION, Antoine. **Gustos Musicales: de una sociologia de la mediacion a una pragmática del gusto**. Comunicar – Revista Científica de Educomunicacion, n. 34, v. XVII, pp. 25-33, 2010.

\_\_\_\_\_. **Pragmática do Gosto**. Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio, nº 8, 2011. Disponível em: [http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/artigo10\\_8.pdf](http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/artigo10_8.pdf). Acesso em 15 de março de 2015.



JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KUSEK, David; LENHOARD, Berd. **The future of the music**. Boston: Berklee Press, 2005.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens**. In: BORELLI, S. H.; FREIRE FILHO, J. (orgs). *Culturas juvenis no século XXI*. São Paulo: EDUC, 2008.

ORTIZ, Renato. **Mundialização da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PEREIRA, Vinicius; POLIVANOV, Beatriz. **Entretenimento como linguagem e materialidades dos meios nas relações de jovens e tecnologias contemporâneas**. In: Lívia Barbosa. (Org.). *Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo*. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2012, v. 1, p. 78-96.

TROTTA, Felipe. **No Ceará não tem disso não: nordestinidade e macheza no forró contemporâneo**. Rio de Janeiro: Folio Digital (Letra e Imagem), 2014.

VASCONCELOS, Cláudia Pereira. **A construção da imagem do nordestino/sertanejo na constituição da identidade nacional**. II ENECULT (2006). Disponível em: [http://www.cult.ufba.br/enecul2006/claudia\\_pereira\\_vasconcelos.pdf](http://www.cult.ufba.br/enecul2006/claudia_pereira_vasconcelos.pdf). Acesso em 17 de junho de 2015.

VERLINDO, Jorge Augusto Silveira. **O imaginário social na sociologia brasileira contemporânea (1984-1993)**. Caxias do Sul: Educs, 2004.

VIANNA, Letícia. C.R. **O rei do baião: uma outra história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico e as perspectivas do tempo real**. Tradução de Paulo Roberto Pires. Rio de Janeiro :Ed. 34, 1993.

YÚDICE, George. **Nuevas tecnologías, música y experiencia**. Barcelona: Gedisa, 2007.

## **Uma atmosfera específica<sup>1</sup>** Sentido e presença no som do Clube da Esquina

Leandro Aguiar<sup>2</sup>

### **Resumo**

O artigo se propõe a analisar os recursos expressivos, estéticos e performáticos presentes na música “Ao que vai nascer”, do álbum “Clube da Esquina”, de 1972, assinada por Milton Nascimento e Fernando Brant. Considerando que a busca pelo sentido não é suficiente por si só para alcançar muitas das questões inerentes ao texto, será investigada a maneira como as tensões, disputas e valores emergem na canção através da oscilação entre “efeitos de presença” e “efeitos de sentido”, conforme teoriza Hans Gumbrecht. A análise se pautará numa descrição de como os recursos explorados em “Ao que vai nascer” cooperam na produção de uma *atmosfera* que diz de um tempo, um lugar e de sentimentos específicos.

### **Palavras-chave**

Clube da Esquina; ditadura militar; música popular massiva; *Stimmung*; produção de presença.

### **Introdução**

Gravado em 1971 e lançado em 1972 pela EMI-Odeon, uma das gigantes da indústria fonográfica internacional, o álbum “Clube da Esquina” é obra de um coletivo de músicos, em sua maioria belo-horizontinos, cujos principais membros foram os irmãos Márcio e Lô Borges, Milton Nascimento, Ronaldo Bastos, Fernando Brant, Beto Guedes, Wagner Tiso, Flávio Venturini, Toninho Horta e Tavinho Moura. Trata-se de um álbum situado entre o que se convencionou chamar de MPB e a música experimental. Além de ser o primeiro disco duplo de estúdio prensado em

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT5 – Práticas de Entretenimento e Consumo, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando pela UFF. Email: [aguiarff@hotmail.com](mailto:aguiarff@hotmail.com)

terras brasileiras, “Clube da Esquina” ficou conhecido por uma sonoridade que fundia elementos do samba, do *jazz*, do *rock* inglês e da psicodelia de fins dos anos 1960, das cantigas de roda e da música folclórica mineira, da música sacra barroca, da bossa nova, do chorinho e da *nueva canción* latinoamericana. Linguagens e gêneros musicais diversos, originários de diferentes partes do mundo e que transitam do erudito ao popular, estabelecem diálogo no disco.

Inserido no universo da música popular massiva<sup>3</sup>, o álbum encerra canções que tratam de temas como o amor e a melancolia (“Um gosto de sol”, por exemplo), que remetem a um imaginário mineiro e interiorano (“Paisagem da janela”), que se valem de uma atmosfera fantástica, alucinante e misteriosa (“Os povos”, “Estrelas”), que abordam os primórdios da exploração do interior do Brasil, ao mesmo tempo que fazem referência aos movimentos migratórios nacionais do século XX (“Saídas e Bandeiras”, nº 1 e 2), além de composições instrumentais e intimistas (“Clube da Esquina Nº 2” e “Lília”). Cabe lembrar o contexto no qual o disco foi gravado, quando o Brasil passava por um dos períodos mais violentos da ditadura militar estabelecida em 1964, o que forçou vários artistas a se exilarem no exterior, como foi o caso de Geraldo Vandré e Chico Buarque. Canções presentes no disco como “Pelo amor de deus” e “San Vicente”, seja pelas histórias intrincadas que narram ou pela ambiência desesperançada e trágica que instituem, refletem também este momento.

Partindo de um entendimento da cultura, mais especificamente da música, como texto onde se inscrevem tensões e disputas simbólicas, e considerando que a busca pelo sentido não é suficiente por si só para alcançar muitas das questões inerentes ao texto, será investigada a maneira como essas tensões, disputas e valores emergem na música “Ao que vai nascer” por meio da oscilação entre “efeitos de presença” e “efeitos de sentido”, conforme teoriza o filósofo alemão H. Gumbrecht. A questão é a seguinte: como os diversos recursos materiais, estéticos e performáticos explorados

---

<sup>3</sup> Explica o pesquisador Jelder Janotti: “A ideia de música popular massiva está ligada às expressões musicais surgidas no século XX e que se valeram do aparato mediático contemporâneo, ou seja, instrumentos eletrificados, técnicas de gravação e circulação, tanto em suas condições de produção bem como em suas condições de reconhecimento”. (2005, p.2).

pela canção cooperam na produção de uma *atmosfera* que diz de um tempo, um lugar e uma série de sentimentos específicos?

Três passos serão fundamentais para esta reflexão: situar “Ao que vai nascer” no panorama mais amplo da indústria fonográfica, da música brasileira e da música popular massiva, buscando, nos termos de Bruno Latour, os “conectores” de seu lugar na MPB e das apropriações promovidas por ela entre elementos tidos como “globais/locais” e “eruditos/populares”; a busca por um entendimento mais detalhado de seu momento de produção; e uma descrição de seus elementos materiais, estético-musicais e performáticos.

### **A música entre a presença e o sentido**

Bruno Latour, Clifford Geertz e Hans Gumbrecht fornecem chaves de leitura instigantes para a investigação da música. A teoria Ator-Rede (LATOUR, 2012), da qual Latour é o mais famoso representante, interessa na medida em que problematiza os significados de “local” e “global”, chama a atenção para os processos que moldam o social e às “coisas” não propriamente humanas neles envolvidas (pense no papel cultural da gravação em 5 canais tornada popular desde “Sgt. Peppers” ou na resistência ao uso da guitarra pelos bossa-novistas brasileiros nos anos 1960, por exemplo) e diz da busca pelas controvérsias, rastros e conectores dos textos que conformam e são conformados nesse conjunto de relações.

“Clube da Esquina” surge num momento em que os “padrões das relações sociais” (GEERTZ, 1998) brasileiras passavam por uma reordenação econômica, política, comportamental e ideológica; assim sendo, e seguindo o entendimento de Geertz, reordenavam-se também as “coordenadas do mundo experimentado”. A atenção do antropólogo estadunidense ao “mundo experimentado” e seus “símbolos significantes” – a matéria prima da música-, enfim, sua visão da cultura como “legado social do indivíduo” onde tensões, valores e disputas simbólicas se inscrevem, auxilia

na investigação da potência da música e do lugar por ela ocupado no campo de embates da cultura.

Gumbretch, por fim, embora não apresente um método específico para se abordar a questão da produção de presença na música, faz uma série de provocações sobre os limites da hermenêutica. O conceito de *stimmung* trabalhado pelo autor, numa tradução literal algo como “ambiência” introduzida pelo texto, pretende considerar não só a dimensão do sentido de que é ele, o texto, é dotado, mas também sua capacidade de produzir presença:

“A palavra ‘presença’ não se refere (pelo menos, não principalmente) a uma relação temporal. Antes, refere-se a uma relação espacial com o mundo e seus objetos (...) ‘produção de presença’ aponta para todos os tipos de eventos e processos nos quais se inicia ou se intensifica o impacto dos objetos ‘presentes’ sobre corpos humanos” (GUMBRECHT, 2010, p.13)

José Miguel Wisnik, ao tratar em “O Som e o Sentido” da organização temporal da música, acaba por nos fornecer uma ilustração dessa oscilação entre “efeitos de sentido” e “efeitos de presença”:

“Desiguais e pulsantes, os sons nos remetem no seu vai-e-vem ao tempo sucessivo e linear mas também a um outro tempo ausente, virtual, espiral, circular ou informe, e em todo caso não cronológico, que sugere um contraponto entre o tempo da consciência e o não-tempo do inconsciente. Mexendo nessas dimensões, a música (...) atravessa certas redes defensivas que a consciência e a linguagem cristalizada opõem à sua ação e toca em pontos de ligação efetivos do mental e do corporal, intelectual e do afetivo. Por isso mesmo é capaz de provocar as mais apaixonadas adesões e as mais violentas recusas.” (WISNIK, 1989, p.28)

Quando fala dos “pontos de ligação efetivos do mental e do corporal, intelectual e do afetivo”, Wisnik se refere a uma relação entre elementos tidos, por certa tradição cartesiana, como contrapostos: de um lado o mental e o intelectual, faculdades tipicamente associados ao sentido, isto é, filtrados pela interpretação e por contextos culturais específicos; do outro, o corporal e o afetivo, meios que muitas vezes extravasam o sentido e que justamente por isso não podem ser captados por uma leitura interpretativa da letra de uma canção, por exemplo. Trata-se, na música, do não semântico, dos “componentes materiais dos textos” (GUMBRECHT, 2010, p. 89)



– as afetações que nos causam o timbre da guitarra, as convenções que constituem os gêneros musicais, as modulações da voz do cantor, o ritmo, a cadência da bateria-, daquilo sem o qual a música não seria capaz “de provocar as mais apaixonadas adesões e as mais violentas recusas”.

Gumbrecht nos fornece direções para caracterizar aquilo “que o sentido não consegue transmitir” (2010): enquanto para uma cultura de sentido predomina o pensamento, na da presença prevalece o corpo; o conhecimento, assim, na dimensão do sentido é fruto da interpretação, ao passo que na dimensão da presença é algo que se revela, que ocupa sem prévio aviso um determinado espaço, algo dotado de intensidade e que arrebatava aquele que defronta. Ou seja, se o sentido é produto em constante mudança de um conjunto de práticas sociais que moldam as ferramentas de interpretação, a presença é um “vir do nada” (2010), uma revelação súbita que não depende das situações culturais específicas daquele que a experimenta. Mais do que contrapor sentido e presença, contudo, Gumbrecht vê na oscilação entre os dois a fonte da potência da experiência estética:

“Podemos dizer que a tensão/oscilação entre efeitos de presença e efeitos de sentido dota o objeto de experiência estética de um componente provocador de instabilidade e desassossego.” (GUMBRECHT, 2010, p.137)

Teórico das materialidades do texto, o filósofo alemão propôs em “Atmosfera, ambiência e *Stimmung*” (2014) um estudo que leve em conta a produção de um *stimmung* pelo texto, isto é, a produção de uma “atmosfera” específica resultante dessa oscilação instável entre presença e sentido. Em um dos ensaios do livro, o autor trata da importância da voz do cantor para a ambiência criada por determinada canção. Ele se referia à voz de Janis Joplin em “Me and Mrs. Mcque”, mas o mesmo se aplica ao canto de Milton Nascimento:

“O drama da música e seu poder sobre os ouvintes dependem muito menos de palavras e imagens do que podemos pensar. O drama se desenvolve, acima de tudo, nas modulações e metamorfoses da voz do cantor”. (GUMBRECHT, 2014, p. 125)

“Muitas vezes percebemos um potencial ambiente do texto”, arremata Gumbrecht no mesmo livro, “a partir da irritação ou do fascínio que uma palavra ou um pormenor nos provoca – o palpite de uma diferença de tom ou de ritmo” (2014, p. 29). Será buscando esses pormenores que analisarei a música “Ao que vai nascer”, procurando entender qual atmosfera eles instituem e quais são os elementos que aí cooperam. A escolha da faixa se pautou pelas pontes que ela estabelece com elementos da música modal e pelo modo como se conecta, através de uma atmosfera tensa e fantástica, ao momento vivido pelo país no início da década de 1970.

### **Angústia e tensão em “Ao que vai nascer”**

“Ao que vai nascer” inicia tensa. Acordes dissonantes dedilhados ao violão se fazem ouvir sob o ruído agudo e contínuo do órgão tocado por Wagner Tiso, enquanto Milton Nascimento canta, ao mesmo tempo em que declama, versos misteriosos dedicados à posteridade: “teu corpo crescendo, salta do chão / e eu já vejo meu corpo descer”. Última canção de um álbum-conceito<sup>4</sup> duplo (o primeiro a ser gravado em estúdio no país<sup>5</sup>), “Ao que vai nascer” está presente no Lado Quatro do LP, a seção mais sombria, por assim dizer, de “Clube da Esquina”. Nela também constam a psicodélica “Pelo amor de Deus”, “Lília”, música instrumental que leva o nome da mãe adotiva de Milton e traz influências de ritmos afro-americanos, dos tambores de Minas e do *jazz* modal, a canção pop-rock “Trem de doido”, sobre as ratazanas e o pavor que infestam as cidades, e a profética “Nada será como antes”. Se tomarmos “Ao que vai nascer” como um recado – e de fato várias canções do disco,

---

<sup>4</sup> Tal qual no “Sgt. Peppers...” dos Beatles, no “Dark Side...” de Pink Floyd ou no “Ziggy Stardust...” de David Bowie, “Clube da Esquina” apresenta certa unidade estética e recorrência temática em suas canções. Isso, junto da disposição das canções no LP, de seu processo de composição e gravação e das informações contidas em seu encarte, permite tratá-lo como “álbum conceito”. Este tema e suas implicações serão tratados em artigo futuro.

<sup>5</sup> “Fatal”, disco de Gal Costa lançado em 1971, costuma ser apontado como o primeiro álbum duplo produzido no Brasil. Trata-se, contudo, de um disco ao vivo, não tendo sido, portanto, gravado em estúdio.

como “Tudo que você podia ser” e “Saídas e bandeiras”, indagam diretamente uma audiência imaginada- trata-se de um recado no início precário e angustiado. Isso fica claro não só na letra, mas na maneira como são tocados o violão e o órgão: eles soam desarmônicos e parecem prestes a desaparecer; o que sustenta a música em sua primeira estrofe (que termina com a frase “não sei o que vou contar...”) é a voz e a performance de Milton.

Pesquisador das interfaces entre comunicação, música e experiência estética, Jorge Cardoso Filho chama atenção para a necessidade de uma abordagem que trate “os fenômenos estéticos como reveladores e constituidores de sentidos sociais partilhados” (2010, p.13). De forma talvez mais determinista, Umberto Eco diz, em “A Obra Aberta”, de uma certa reflexão no nível da música das estruturas da organização social: no novo-mundo burguês do século XVIII e XIX, afirma ele, “baseado na ordem hierárquica, na noção absoluta de autoridade, na presunção mesma de uma verdade imutável e unívoca (...), a música clássica fornece uma representação do mundo e das relações deste com o homem” (1976, p. 138). A premissa destas afirmações concorda com a dos escritos de Gumbrecht sobre o *stimmung*: “Ambientes e atmosferas variadas –e em constante mutação- condicionam nosso comportamento e nossas sensações na existência do dia a dia” (2014, p. 19).

“Ao que vai nascer” se insere num cenário em que o Brasil, e de forma particular a juventude brasileira à qual se dirigia e da qual faziam parte os membros do Clube da Esquina, vivia um momento incerto. Acirravam-se os ânimos tanto por parte da ditadura civil-militar quanto de seus opositores, falava-se em modernização do país, em comunismo, industrialização e “americanização”, de rock, revolução, sequestros e tortura; músicos eram exilados por suas posições políticas, as grandes gravadoras se firmavam cada vez mais e as ideias de “identidade nacional” e “música popular brasileira”, entre outras, estavam em jogo. Ao mesmo tempo, países como Argentina, Chile e Uruguai passavam por situações que guardam semelhanças com a brasileira, e também entravam em questão ideias como as de “América Latina” e “Terceiro Mundo”. É este parte do ambiente que “condicionava” as “sensações” dos engajados Milton Nascimento e Fernando Brant dos primeiros anos da década de

1970, e é a partir deste material que eles buscavam “revelar” e “constituir”, em “Ao que vai nascer”, “sentidos sociais partilhados”.

“Respostas virão do tempo...”, prossegue Milton na segunda estrofe. Os acordes, como antes, seguem cumprindo funções harmônicas sinuosas, numa aproximação com a música modal. Apresentam, explica Wilson Lopes, professor do departamento de Música da UFMG, amigo e atualmente guitarrista da banda de apoio de Milton, “maior ligação com o caminho melódico do que com o próprio encadeamento de acordes ou cadências” (2010, p. 38); ligam-se, portanto, à voz do cantor.

Em sua dissertação de mestrado em Música sobre a “especificidade” sonora do álbum “Clube da Esquina” (2005, p. 77), a pesquisadora e musicista Thais Nunes fala sobre a circularidade temporal de “Ao que vai nascer”. Recorrendo à Wisnik, ela aponta que os motivos repetitivos e desiguais do violão, do baixo que então entra na segunda estrofe e do órgão, somados ao caminho melódico do canto, conferem um caráter polirrítmico à música “permitindo tomar cada elemento ora como figura em primeiro plano, ora como fundo” (NUNES apud. WISNIK, p. 77). A tensão que uma harmonia onde “o esperado não ocorre” (GOMES, 2010, p. 50) institui é, como diria Luiz Tatit, “um efeito físico que o ouvinte, antes de compreender, já sente” (1989, p.7).

A tensão esvanece por um momento no final da segunda estrofe, quando os acordes se resolvem harmonicamente, o violão deixa de ser dedilhado e passa a ser tocado de maneira mais rasgueada e Milton canta “e é como te encontrar...”. Mas ela é logo retomada na segunda parte da música.

“Um espelho feria meu olho e na beira da tarde / uma moça me vê”, declama no começo da terceira estrofe, de maneira teatral, Milton. Ocorre então o que na música é conhecido por “dobramento melódico” (NUNES, 2005 p. 86): violão e voz (sendo que é o próprio Milton quem realiza o contracanto que serve de fundo), de modo não sincronizado, passam a circular a melodia principal. É um recurso que remete ao onírico, ao mundo dos sonhos e dos pesadelos. À música, que já vinha tensa, é acrescentada um elemento fantástico, que na letra é personificado na figura da mulher

que “queria falar de uma terra com praias no norte / e vinhos no sul” – terra que, como admitiu Fernando Brant<sup>6</sup>, é naturalmente o Brasil.

Cardoso Filho comenta em sua já citada análise de “*The Dark Side of the Moon*”, disco antológico da banda inglesa Pink Floyd lançado em 1973, que no cerne da contracultura, à qual de certa forma os integrantes do Clube da Esquina se vinculavam, estava “a exploração da percepção sensorial humana por meio de experiências radicais com objetos expressivos” (2010, p. 99). Próximos que eram à cultura hippie, que encontrava tardiamente seu lugar no Brasil, e ao movimento estudantil e artístico de oposição à ditadura, os mineiros do Clube da Esquina buscavam explorar em seu som, como fica patente nas aproximações com o *jazz* modal e com o *rock* psicodélico, a “percepção sensorial humana”. Contracanto, falsete, dobramentos melódicos, a organização pouco usual do tempo, o uso de eco na voz e a melodia harmonicamente ambígua cooperam nesse sentido. Isso, somado à letra intrincada que refere ao sonho e ao sobrenatural, constrói uma ambiência que poderia ser classificada como “fantástica”<sup>7</sup>.

O fantástico que se impõe, ao “investir contra uma série de percepções condicionadas”, como escreve Nuno Manna em sua dissertação de Mestrado em Comunicação sobre o lugar da narrativa fantástica no saber moderno, desafia “uma realidade em que não há espaço para conexões rebeldes e significações desconformes, não há liberdade para o devir” (2012, p. 60).

“Acabou a festa, guardo a voz e o violão / ou saio por aí / raspando as cores para o mofo aparecer”, conclui Milton ao final da terceira estrofe.

Como se sabe, era costumeira durante a ditadura a intromissão do governo nos assuntos artísticos. Geraldo Vandré, Gal Costa, Chico Buarque, Gilberto Gil, Maria Bethânia, Tom Zé, Raul Seixas e Elis Regina, entre tantos outros, foram alguns dos sofreram com as restrições impostas pelo regime. Se na maioria dos casos a atenção

---

<sup>6</sup> A declaração pode ser lida no artigo “Os quarenta anos do álbum Clube da Esquina”, publicado em junho de 2012 na revista digital *Histórica*, vinculada ao Arquivo Público do Estado de São Paulo.

<sup>7</sup> Nuno Manna, pesquisador da Comunicação, entende a emergência do sobrenatural e do fantástico nos textos como “um pretexto para descrever coisas que não se ousaria mencionar em termos realistas” (2012, p. 22), o que faz pleno sentido em “Ao que vai nascer”, se temos em mente que a canção tinha de passar pelo crivo dos censores da ditadura antes de ser veiculada.



dos censores se voltava para o conteúdo das letras, contudo, o episódio da tentativa de censura do disco de Milton “Milagre dos Peixes”, lançado um ano após “Clube da Esquina”, demonstra que a materialidade da música – no caso, a voz do cantor – também preocupou os generais. Nas palavras de Márcio Borges, um dos principais companheiros de composição de Milton:

“Acharam que a voz estava agressiva demais. Eu lembro disso, impressionante. Censuram as palavras, você [Milton] disse “tudo bem, eu canto sem palavras”, aí acharam que tinha ficado mais forte e quiseram censurar a voz” (BORGES, 1998, cap. 15)

Não por menos. Como coloca Cardoso Filho, “a qualidade única da experiência estética não está no seu significado (...) mas em sua capacidade de clarificar e concentrar sentidos contidos de forma dispersa e fraca no material de outras experiências” (2010, p. 54). Assim, é possível imaginar a voz de Milton – que na quarta e derradeira estrofe admite caminhar “com pedras na mão”- como o ponto de convergência de outras vozes, as vozes dos insatisfeitos. O crítico literário Paul Zumthor, tratando em “A Letra e a Voz” da poesia cantada do período medieval, explica essa potência do intérprete da música:

“A identidade de um intérprete manifesta-se com evidência tão logo abre a boca: ele se define em oposição às outras identidades sociais, que com relação à sua são dispersas, incompletas, laterais, e as quais assume, totaliza, magnífica” (ZUMTHOR, 1993, p. 68)

No final da música, em que Milton, acompanhado por seu contracanto, estende a última sílaba de “corro a te encontrar...”, introduzem-se elementos novos: a percussão de Robertinho Silva e Luiz Alves, a guitarra de Toninho Horta, o piano de Wagner Tiso. Parafraseando a análise de Luiz Tatit (1989, p. 23) de “Amarra o teu arado a uma estrela”, de Gilberto Gil, se a melodia de “Ao que vai nascer” nos toca no *corpo* pelos canais sensitivo e tátil, sua letra e os sentidos que ela engendra nos atinge a *mente* por esses mesmos e por outros canais sensitivos. Reside aí, diria Gumbrecht, um encontro, uma imediatez.

## Conclusão

“[concebemos] a experiência estética como uma oscilação (às vezes, uma interferência) entre ‘efeitos de presença’ e ‘efeitos de sentido’” (GUMBRECHT, 2010, p. 22)

Este artigo representa uma tentativa primeira de aproximação por parte deste autor com as teorias de Gumbrecht sobre a produção de presença. Certo de que muito resta a falar e de que a abordagem metodológica carece talvez de mais precisão, retomarei o assunto em artigos futuros. Procurei, através da análise dos elementos históricos, estético-musicais, ideológicos, materiais e performáticos da canção “Ao que vai nascer”, mostrar como estes elementos cooperam, numa oscilação entre efeitos de presença e efeitos de sentido, na produção de uma *atmosfera* que diz do tempo angustiante e tenso da ditadura militar brasileira; mais do que demonstrado na letra da canção (que, talvez para driblar a censura, pode parecer carregada de certo hermetismo), esta atmosfera se faz presente nos componentes materiais da música, “condições que contribuem para a produção de sentido, sem serem, eles mesmos, sentido” (GUMBRECHT, 2010, p. 28).

Como foi colocado anteriormente, a presença trata-se de algo que ocupa sem prévio aviso um determinado espaço, algo dotado de intensidade e que arrebatava aquele que defronta – um solo de Jimi Hendrix, o batidão de funk, a nona de Beethoven-; essas “fontes” de presença, contudo, existem dentro de contextos culturais específicos que são marcados por práticas de escuta e convenções de gênero que, embora sejam constantemente quebradas, conformam de uma maneira ou de outra a experiência com a música. Por isso (mas não só por isso), elas são fontes também de sentido. Perceber essa oscilação conflituosa é perceber a dinâmica da experiência estética, é apreender a “condição existencial de ‘estar-lançado’” (GUMBRECHT, 2014, p. 19).

## Referências bibliográficas:

BORGES, Márcio. *Coleção Milton Nascimento – Uma Travessia de Sucessos*. In: especial *Seleções Reader's Digest*, 1998. Entrevista disponível em:

<http://www.museuclubedaesquina.org.br/museu/depoimentos/milton-nascimento/>

CARDOSO FILHO, Jorge. *Práticas de escuta do rock: experiência estética, mediações e materialidades da comunicação*. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, UFMG, Belo Horizonte.

CANTON, Ciro. “Nuvem no céu e raiz”: *romantismo revolucionário e mineiridade em Milton Nascimento e no Clube da Esquina (1970-1983)*. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, UFSJ, São João del-Rei.

COAN, Emerson. *Os quarenta anos do álbum Clube da Esquina*. In: *Histórica*, jun. 2012. Disponível em:

<http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/anteriores/edicao54/materia02/>

ECO, Umberto. *Obra Aberta*, São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro. LTC Editora. 1989.

GUMBRECHT, Hans. *Produção de presença: O que o sentido não consegue transmitir*. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Puc, 2010.

\_\_\_\_\_. *Atmosfera, ambiência, Stimmung: sobre um potencial oculto da literatura*. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Contracanto, 2014.

LATOUR, Bruno. *Reagregando o Social – Uma Introdução à Teoria Ator-Rede*. Salvador, UFBA, 2012.

LOPES, Wilson. *Novena, Crença e Gira Girou de Milton Nascimento e Márcio Borges*. 2010. Dissertação (Mestrado em Música) – Curso de Mestrado da Escola de Música da UFMG, Belo Horizonte.

MANNA, Nuno. *Crises do homem sério: Narrativa fantástica e mise en scène discordante do saber moderno*. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UFMG, Belo Horizonte.

NUNES, Thaís. *A Sonoridade Específica do Clube da Esquina*. 2005. Dissertação (Mestrado em Música) - Programa de Pós-Graduação em Música, UNICAMP, Campinas.

TATIT, Luiz. *Elementos para a análise da canção popular*. In: *Cadernos de estudo: análise musical*, n.1, São Paulo, Atravez, 1989.

ZUMTHOR, Paul. *A letra e a voz*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

WISNIK, José Miguel. *O som e o sentido*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

## **DISCOGRAFIA**

NASCIMENTO, Milton; BORGES, Lô. *Clube da Esquina*. Rio de Janeiro: EMI-Odeon, 1972.

## **Lembrança do Ceará<sup>1</sup>** **O Étnico e o Típico no Mercado Central de Fortaleza**

Liana Viana do Amaral<sup>2</sup>  
Leandro Silva de Lima<sup>3</sup>

### **Resumo**

A partir dos conceitos de culturas populares e identidade cultural, busca-se investigar a dinâmica social do Mercado Central de Fortaleza - mercado que, por sua origem e trajetória, é referência histórica e sociocultural da cidade. Pretende-se, por um lado, ressaltar a importância histórica do espaço como condensador dos significados simbólicos da cultura cearense. Por outro, busca-se compreender a inserção deste Mercado no contexto da globalização, de modo a investigar a atualização de tradições enquanto possibilidades de resistência aos signos globais difundidos nas sociedades contemporâneas, permitindo a configuração de outras práticas de consumo cultural ancoradas na pluralidade e na negociação dos usos do espaço.

### **Palavras-chave**

Culturas populares; Identidade; Tradição; Globalização.

### **Introdução**

Caminhar pelo Mercado Central de Fortaleza é admirar as vozes, os gestos e as cores vibrantes que somente os mercados populares podem nos fornecer. É observar o jeito apressado dos comerciantes querendo vender seus produtos em contraste com o olhar calmo dos turistas ao apreciar os artigos em couro (sandálias, sapatos, chapéus, bolsas e malas), rendas e bordados em roupas e em peças de cama, mesa e banho,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 - Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará (UFC|2005) e professora Associada I da Universidade Federal do Ceará (UFC), com ênfase em pesquisas nas áreas de Comunicação, Globalização e Cultura Pop. Email: [lianaamaral@yahoo.com](mailto:lianaamaral@yahoo.com)

<sup>3</sup> Graduado em Comunicação Social (UFC|2014), hoje atua como Analista de Content Marketing na agência Carbone Digital. Tem experiência na área de comunicação digital com ênfase em redes sociais, planejamento de comunicação e assessoria de imprensa. Email: [leandrolima.ce@gmail.com](mailto:leandrolima.ce@gmail.com)



rendas de bilro, camisetas, lembrancinhas como garrafas de areia colorida, cestarias, cerâmica; tudo comercializado sob o signo de artesanato cearense e tendo o espaço como principal vitrine.

Como cita Mott (2000), os mercados podem ser considerados “espécie de vitrine da produção local, do artesanato, da população, da cidade, da região” (MOTT, 2000, p.14). É um lugar, portanto, com uma lógica complexa e que ultrapassa a função de abastecimento e relação compra e venda.

Nesse sentido, as reflexões desenvolvidas no decorrer da presente pesquisa buscam elucidar como as culturas populares são traduzidas no contexto da globalização, especificamente na relação do global com o local no famoso Mercado Central de Fortaleza.

### **Nos corredores do Mercado: articulações sobre as Culturas Populares**

Tendo em seu entorno o comércio informal pulsante, típico dos grandes centros urbanos, o percurso desse trabalho se inicia por um espaço que julga oferecer o “Melhor Artesanato do Norte e Nordeste”: o Mercado Central de Fortaleza.

Se em um dia ele fora voltado apenas para o comércio de carnes, frutas e verduras, hoje o Mercado se constitui como um grande polo turístico do Ceará, que foi se reinventando e se adequando às transformações das novas relações entre cidade, economia e cultura do Estado. Como afirma Filgueiras (2006), o discurso sobre os mercados gira, principalmente, em torno de três temáticas:

- (i) sua regulamentação, via leis orgânicas e planos diretores, para o estabelecimento de diretrizes e normas técnicas de funcionamento; (ii) a promoção e o discurso turístico sobre os mercados, em sua maioria discursos que enfatizam seu caráter histórico e cultural e, assim, convidam o destinatário (da mensagem) a visitá-los; e (iii) temas relativos à gastronomia e aos regionalismos. Este último relaciona-se e, de certo modo, confunde-se com os dois primeiros, na medida em que abarca tanto a retórica turística quanto questões relativas à segurança alimentar e à vigilância sanitária. (FILGUEIRAS, 2006, pág. 45).

Canclini (1983) complementa o pensamento anterior ao considerar que “os mercados locais se transformaram em pontos-chaves para a articulação da economia

camponesa com o sistema capitalista nacional e internacional” (CANCLINI, 1983, p. 94). Desse modo, é importante entender o Mercado como um espaço em que as manifestações populares já não pertencem apenas aos seus protagonistas. Elas são também do interesse dos grupos midiáticos, de turismo, de entretenimento e de tantas outras organizações sociais, culturais e econômicas.

E qual a relação entre o Mercado Central de Fortaleza e as culturas populares? Não sendo possível nem pertinente para os objetivos dessa pesquisa destacar todos os significados do termo cultura popular, optou-se por evidenciar as visões de Renato Ortiz, Néstor García Canclini e de Jesús Martín-Barbero. Nesse sentido, a cultura popular aqui será examinada sob uma abordagem multidisciplinar, focando em aspectos que auxiliam na compreensão desse fenômeno.

Ortiz (1992) ao falar dos românticos e positivistas, afirma que eles consideravam cultura popular um elemento de extrema importância para a formação da identidade nacional. Portanto, sendo parte da construção do Estado-Nação, o popular simboliza o caminho para a resistência colonial.

Com uma perspectiva tão mais aberta do conceito de cultura popular em comparação a alguns estudiosos que optaram por temer o desaparecimento das práticas populares frente aos novos contornos econômicos produzidos pela industrialização desenfreada, é de se esperar que do repertório analítico de Canclini seja possível também extrair subsídio para tentar localizar as culturas populares no contexto da modernidade. O autor considera que “hoje existe uma visão mais complexa sobre as relações entre tradição e modernidade. O culto tradicional não é apagado pela industrialização dos bens simbólicos” (CANCLINI, 2006, p. 22).

O popular, agora segundo a perspectiva de Barbero, não deve ser analisado como externo ao processo histórico de ascensão das massas e da presença dela no meio social, mas intrínseco a isso. Desse modo, ele considera a cultura popular como:

Um *resto*: memória da experiência sem discurso, que resiste ao discurso e se deixa dizer só no relato. Resto feito de saberes inúteis à colonização tecnológica, que assim marginalizados, carregam simbolicamente a cotidianidade e a convertem em espaço de uma criação muda e coletiva. E um *estilo*, esquema de operações, modo de caminhar pela cidade, habitar a

casa, de ver televisão, um estilo de intercâmbio social, de inventividade técnica e resistência moral. (BARBERO, 1997, pág. 115).

Nesse sentido, refletir sobre a cultura popular não é uma atividade simples, uma vez que a cultura popular está inserida no âmbito das manifestações sociais, políticas e econômicas. Diferente dos que acreditam que ela estava estagnada no tempo, podemos observar que ela está se modificando e adquirindo novos significados. Ou seja, sendo influenciada e influenciando as manifestações sociais.

Desse modo, com relação ao Mercado Central de Fortaleza, observa-se que o espaço, hoje turístico, funciona como um canal de reprodução cultural. Ele está vinculado à ideia de resgate da memória e da identidade local, buscando dar visibilidade às tradições populares. Ele é visto como o signo do apreço pela diversidade e singularidade dos produtos negociados.

Como afirma Filgueiras (2006), os mercados, sobreviventes de tantas transformações urbanas, mobilizam elementos da história do lugar que se tornam estratégicos na produção do espetáculo e na valorização econômica da cidade. Canclini (1983) avalia que a cultura popular se encontra dispersa, “compreendendo o que o povo faz, o que se vende nos mercados e boutiques e os espetáculos através dos quais os meios de comunicação de massa transfiguram a nossa vida cotidiana” (CANCLINI, 1983, pág. 12).

Neste imaginário contemporâneo do Mercado, a diversidade e a singularidade dos produtos, seu caráter tradicional e popular; os aspectos relacionados às práticas do mundo rural e seu caráter de síntese cultural do Estado aliam-se à concepção do Mercado como um lugar ecumênico, de convivência entre diversos tipos sociais e onde todos, a princípio, se sentiriam à vontade; um espaço marcado pela simplicidade, pela “bagunça”, pela abundância de cores, cheiros e gostos e pelo encontro com os amigos. (FILGUEIRAS, 2006, pág. 106).

Segundo Canclini (1997), o desenvolvimento econômico não teria sufocado as culturas populares; estas se desenvolveram e também se transformaram. Elas podem não ter sido incorporadas às políticas culturais do Estado, mas foram se integrando parcialmente nos círculos do artesanato e turismo, por exemplo. Desse modo, o Mercado Central de Fortaleza incorpora a tradição e o novo em permanente

transformação. O importante, então, não seria buscar o que não muda. Mas porque muda, como muda e interage com a modernidade.

Assim se continua o passeio pelo Mercado Central, buscando-se compreender a ideia de região Nordeste e a construção de ícones da identidade da região.

### **Um espaço de Identidades e Negociações**

Quando se fala de Nordeste vem à mente um repertório de signos que evocam imagens relacionadas a características físicas, sociais, culturais e econômicas. Dessa forma, pode-se perceber que uma região não é uma delimitação natural nem cultural. Ela é, antes, uma construção imaginária ancorada a partir de interesses de grupos que disputam entre si o poder para conquistar um espaço, atribuindo-lhes identidade.

Portanto, as representações do Nordeste estão construídas no complexo campo das identidades. Como afirma Albuquerque Jr. (1999), as linguagens foram edificando discursos de uma comunidade imaginada, sendo as diversas formas de comunicação – literatura, teatro, música, artesanato, etc. – exemplos que além de representarem o real, o instituíram como o mesmo. No campo das representações, no qual é fundamental a relação entre conhecimento e reconhecimento, está em jogo à capacidade de elaborá-las e impô-las ao coletivo estabelecendo um sentido de unidade.

Nesse sentido, pode-se observar como o artesanato do Nordeste se estabelece como um fator que restaura e amplifica o sentimento de unidade da região, ao apresentar e afirmar que alguns personagens - lampiões, rendeiras, sertanejos, jangadeiros, bumba-meu-boi, paisagens em areias coloridas - são autênticos signos da região.

Assim a construção da identidade cultural nordestina pode ser concebida a partir do que Hall denomina “narrativa da nação”, isto é, uma das várias produções culturais – história, literatura nacional, cultura popular, entre outras – que fornecem “uma série de histórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou representam as experiências partilhadas, as perdas, os

triunfos e os desastres que dão sentido à nação” (HALL, 2004, p. 52). Nota-se, portanto, que pertencer a uma nação é fazer parte de um jogo simbólico. Canclini afirma que:

Estabeleceu-se que ter uma identidade equivalia a ser parte de uma nação, uma entidade espacialmente delimitada, onde tudo aquilo compartilhado pelos que a habitam – língua, objetos, costumes – os diferencia dos demais de forma nítida. Esses referentes de identificação, historicamente mutáveis, foram embalsamados pelo folclore em um estágio “tradicional” de seu desenvolvimento, e foram declarados essências da cultura nacional. Ainda hoje são exibidos nos museus, transmitidos nas escolas e pelos meios de comunicação de massa [...]. (CANCLINI, 1999, p. 145).

Embora as “narrativas de nação” construam uma identidade nacional, não se pode acreditar que elas sejam unificadoras e capazes de anular toda a diferença que uma cultura comporta. A dimensão dessa identidade cultural tão cambiante se amplia para além das fronteiras geográficas com o artesanato; agora o território nordestino se expande, e o consumidor ao adquirir algum desses objetos leva esse território consigo.

Nota-se que o consumo do artesanato atua como elemento de interação entre a cultura nordestina e a cultura do consumidor. Como bem afirmou Canclini (1983), são essas interações com os objetos que nos dão um sentimento de pertencimento à cultura, afinal, os bens funcionam como uma parte visível e material da cultura, inserido em um contexto marcado por rituais simbólicos. Portanto, os significados dos bens não nascem junto com eles, sendo, assim, estabelecidos por meio da cultura. Sobre isso, Hobsbawn (1997) nos fala que:

O elemento da invenção é particularmente nítido nesse caso, já que a história que se tornou parte do candel de conhecimento ou ideologia da nação, Estado ou movimento não corresponde ao que foi realmente conservado na memória popular, mas àquilo que foi selecionado, escrito, descrito e popularizado e institucionalizado por quem estava encarregado de fazê-lo. (HOBSBAWN, 1997, pág. 21).

Canclini (1989) afirma que não há como analisar as manifestações culturais, referentes ao erudito ou popular, sem enxergar “as hibridações das tradições de classes, etnias, nações que se dão em novas modalidades de organização da cultura” (CANCLINI, 1989, p. 283).



Deste modo, no mundo globalizado, com fluxos de informações cada vez mais tênues, há uma influência recíproca que incide sobre esses objetos. Esse movimento, percebido por diversos autores, se apresenta como uma tendência de amenizar as características mais marcantes dos objetos para que estes sejam mais facilmente reconhecidos e consumidos pelos turistas. Constituindo-se, assim, um duplo movimento de identificação e “desidentificação”. Canclini diz que:

A necessidade de homogeneizar e ao mesmo tempo manter a atração que o exótico exerce dilui a especificidade de cada povoado, não no denominador comum do étnico ou do indígena, mas na unidade (política) do estado, sendo que os estados também acabam por diluir-se na unidade política da nação. (CANCLINI, 1983, p. 87).

No entanto, hoje se percebe que há contradições entre a realidade e a representação desses personagens. As características, que anteriormente serviram de referência para a elaboração das peças de artesanato, já não são facilmente identificadas no campo real.

Os índios, por exemplo, são retratados a partir de um conjunto de imagens e crenças amplamente disseminadas pelo senso comum: eles são considerados os donos da terra e aqueles que sabem conviver com a natureza sem depredá-la. Embora muitas vezes vistos como parte de um passado bem distante, eles em sua maioria já não se mantêm tão afastados das transformações socioculturais que acontecem nas sociedades contemporâneas.

Outro exemplo dessa distância entre o real e o estampado no artesanato se dá com os vaqueiros. Estes, geralmente, representados se locomovendo a cavalo e trajando sua indumentária de couro, hoje utilizam a moto como meio de transporte. Esta é uma imagem recorrente no interior do Ceará.

Nos exemplos citados, nota-se que eles incorporaram novos valores e costumes. Isto pode ser fruto de um universo de conhecimentos integrados, com fortes ligações com o meio em que vive e se desenvolve. Assim se percebe o quanto a realidade dos personagens envolvidos é dinâmica e está em contínuo processo de transformação, tradução e hibridação.

Como já foi dito assimilar valores cearenses para um consumidor de fora da região se torna mais fácil quando se utilizam signos de um repertório que ele já conhece, pois segundo Canclini (1983):

A cultura nacional não pode ser reconhecida por um turista tal como ela é se ela é, mostrada como um todo compacto, indiferenciado, se não é dito como é que vivem os grupos que a compõem nem são narrados os combates com os colonizadores (e entre as próprias etnias) que estão na base de muitas danças e de muitos desenhos artesanais. A unificação sob as cores e símbolos nacionais, que num certo sentido é positiva, [...], se torna distorcida e despolitizada quando omite as diferenças e contradições que de fato existem. (CANCLINI, 1983, p. 87).

A partir dos exemplos aqui explicitados entende-se que o Mercado não pode ser compreendido apenas a partir da questão histórica, mas também em consonância com questões de ordem culturais e político-econômicas, uma vez que o espaço, além de patrimônio histórico-cultural da capital cearense, é também uma atração turística da região. Por mais que o turismo ajude a reforçar imagens generalistas, observa-se que no Mercado Central existem outras representações implícitas dos cearenses, por exemplo: o jeito de falar do vendedor para atrair o público.

Aqui se pode compreender como as culturas populares revelam aspectos imagéticos decorrentes do arcabouço qualitativo para se compreender a ideia de região Nordeste e as relações signícas e reais existentes. Pode-se também ocultar aspectos da realidade e remeter a configurações já definidas pelo senso comum. Assim os produtos comercializados trazem em seu bojo aspectos que podem contribuir para a compreensão da cultura e identidade nordestinas, envolvendo a relação dos personagens representados no artesanato com a região.

Desse modo se encontra no Mercado Central uma dissolução do étnico ao típico, em que o típico se apresenta como uma consequência da supressão da diferença, da sujeição a um tipo comum dos traços peculiares de cada comunidade.

## **Um Mercado Global**

Quem vê na fachada do Mercado o título “Melhor Artesanato do Norte e Nordeste”, possivelmente, imagina que só encontrará produtos do universo cearense. Mas não é bem assim. Hoje com as fronteiras culturais mais fluídas e o intercâmbio de signos, o que se pode enxergar é um verdadeiro hibridismo entre as culturas local e global.

Ressalta-se o fato de que não se pode tender ao universalismo e excluir o local, como também não se pode tender ao localismo, abstraindo deste o universal, dado que tanto um como outro existem simultaneamente num mesmo tempo e espaço. Embora o local embora traga em seu bojo traços que o diferenciam do geral, do universal, isso não o impede de pertencer ao universal e vice-versa. O global e o local, em termos culturais, jogam uma dialética onde nenhum elemento faz subsumir o outro.

Como afirma Canclini (2003): “Se misturam indiscriminadamente peças oriundas de diversas culturas, no mercado os objetos artesanais adquirem seu significado através da sua proximidade com outros produtos [...]” (CANCLINI, 2003, p. 96). Complementando esse pensamento, recorrem-se as palavras de Méndez (2009):

Entre globalização e cultura, no geral relacionamento global/ local, a comunicação está na complexa concepção do simbólico. Está na análise de materiais simbólicos que viajam do global ao local através de uma lógica de troca, mas que, em um segundo processo, o de consumo cultural, o local se apropria desses materiais simbólicos: assimila, transforma ou resiste a elas desenvolvida entre mistura, contradições ou harmonias forçando novas formas simbólicas e culturais. (MÉNDEZ, 2009, p. 47).

A estratégia de adaptar o regional, o típico, o local para o gosto do turista é também utilizada pelos restaurantes e lanchonetes do Mercado. No restaurante Tina's self-service, identifica-se a tradicional tapioca feita de diversos sabores, como: tapioca com cheddar, tapioca a base de curry e tapioca a moda indiana. Pode existir certo estranhamento com relação a essa mistura toda, mas essa mescla de culturas através da gastronomia é bastante comum no Mercado Central de Fortaleza. O que se observa segundo Canclini (1983) é um processo de ressignificação do típico para se adequar ao gosto e desejos dos turistas. Para o autor:

A política hegemônica não apenas ressemantiza os objetos ao muda-los de meio ambiente e de classe social, ela também modifica [...] as

comunidades tradicionais e os consumidores urbanos para coloca-los em sintonia no interior de uma estrutura global. O ajuste entre a oferta e a procura não é o resultado de uma imposição da produção sobre o consumo nem de uma adaptação dos produtores ao gosto dos consumidores, mas sim uma consequência da homologia funcional e estrutural que comanda todas as áreas de uma formação social. (CANCLINI, 1983, p. 101).

Como foi dito, as culturas populares passam por processos de ressignificação para se manterem vivas, incorporando elementos estrangeiros, como a prática do self-service, para reforçar sua identidade e serem reconhecidas.

Esse fenômeno pode ser exemplificado por meio das palavras de Canclini (2008), o qual considera que o processo de globalização afeta diretamente as culturas locais trazendo a hibridização. Ele ainda complementa que a hibridização leva a dois processos: desterritorialização e reterritorialização. Estes correspondem, respectivamente, “a “perda da relação ‘natural’ da cultura com os territórios geográficos e sociais e, ao mesmo tempo, certas realocações territoriais relativas, parciais, das velhas e novas produções simbólicas” (CANCLINI, 2008, p. 309).

Embora se possa considerar o Mercado Central de Fortaleza como um espaço aberto e fluído, ele também precisa fixar elementos que o diferencia para os que estão passeando por ele, como os turistas. Tal reflexão leva a crer que embora haja: “[...] intercâmbios da simbologia tradicional com os circuitos internacionais de comunicação, com as indústrias culturais e as migrações, não desaparecem as perguntas pela identidade e pelo nacional, pela defesa da soberania, pela desigual apropriação do saber e da arte”. (CANCLINI, 2008, p. 326).

Isso pode ser exemplificado por meio das famosas camisas de humor, que se utiliza de logomarcas de marcas famosas, como *BMW* e *Tommy Hilfiger*, para fazer uma releitura a partir da linguagem cearense. Enquanto se caminha pelo Mercado é comum ver turistas utilizando essas camisas humorísticas.

Por meio do conceito de cultura internacional-popular de Ortiz (2006), pode-se compreender esse fenômeno. Com a globalização, a memória nacional se difunde para além das fronteiras regionais, através de ícones que passam a ser reconhecidos em diferentes partes do mundo. Assim surge a memória global. O autor diz que:

Afirmar a existência de uma memória internacional-popular é reconhecer que no interior da sociedade de consumo são forjadas referências culturais mundializadas. Os personagens, imagens, situações, veiculadas pela publicidade, histórias em quadrinhos, televisão, cinema constituem-se em substratos dessa memória. [...] A memória Internacional-popular contém os traços da modernidade-mundo, ela é seu receptáculo. Esses objetos-souvenir são carregados de significado e, ao se atualizarem, povoam e tornam o mundo inteligível. Daí, ao contemplá-los, esta sensação de familiaridade que nos invade. (ORTIZ, 2006, p.126).

Enquanto para um turista a imagem da rendeira possa causar algum estranhamento, a estampa da camisa, mesmo que seja vendida como uma paródia, teria maiores chances de ser reconhecida. Isso se deve ao fato das marcas serem difundidas mundialmente, fazendo parte da cultura internacional-popular.

Pensando nessa lógica, encontram-se no Mercado outros exemplos de como as culturas populares vão sendo incorporadas ao capitalismo. Como a produção e venda de castanha, rapadura, doces de frutas, manteiga da terra, cachaças e paçoca de forma industrializada, embalados em pacotes prontos para consumo imediato. Antes de o Mercado Central de Fortaleza ser transformado em espaço turístico, esses produtos eram vendidos em grandes sacos no chão, de modo bem rústico. Hoje isso já não é mais possível, pois afastaria os turistas, seria anti-higiênico.

Nesse sentido, Canclini (1983) ajuda a entender essa dinâmica ao afirmar que os objetos artesanais sintetizam os principais conflitos da sua incorporação ao capitalismo. “A reelaboração do artesanato em lugares díspares permite captar a estratégia de descontextualização e ressignificação que a cultura hegemônica cumpre diante das subalternas”. (CANCLINI, 1983, p. 92).

Partindo dessa citação, são identificados outros exemplos no Mercado Central de Fortaleza como os boxes que vendem redes, dentre esses um se destaca: o Redes Dragão do Mar, onde o cliente tem a opção de customizar a sua rede no ato da compra. Estas, antes utilizadas pelos indígenas para dormir, com o tempo passaram por um processo de refuncionalização do seu uso prático para signo estético-folclórico do Nordeste. Para Canclini (1983):

Esta diversificação das funções socioculturais do artesanato mostra, também, variedade de níveis e estratégias sociais que envolvem a sua utilização, e em que medida a sua circulação hoje ultrapassa o significado



antigo de objetos indígenas produzidos conforme uma finalidade prática ou cerimonial para comunidades de auto-subsistência. (CANCLINI, 1983, p. 103).

A possibilidade de customização<sup>4</sup> é uma das muitas mudanças na produção e circulação que aconteceram na esfera do consumo nas sociedades contemporâneas. Pode-se acreditar que essa customização também é resultado da concorrência cada vez mais complexa decorrentes da expansão do comércio artesanal e da afeição dos turistas sedentos por signos folclóricos. Desse modo o que se observa no referido box é a variação e rusticidade dentro da padronização industrial.

Com isso, percebe-se que a globalização não configura essencialmente a aniquilação das culturas locais. Mesmo que haja momentos onde as coisas pareçam bastante semelhantes, existe uma fascinação pela diferença, um novo olhar sobre o local e as culturas populares.

O que é preciso entender com relação ao Mercado Central é que em um mundo com as conexões cada vez mais tênues entre as sociedades, é necessário contextualizar as culturas populares numa dimensão transnacionalizada que toma “as fronteiras como laboratório para o global”. (CANCLINI, 2003, p. 31). As diferentes formas de subordinação econômica e política dos grupos étnicos aos interesses hegemônicos têm exigido desses grupos uma reestruturação. Nesse sentido as culturas populares não ficariam imunes às consequências da globalização, mas passariam por atualizações, modificações.

Em um primeiro momento se pode pensar que a influência de signos globais no Mercado possa acarretar certa descaracterização, no entanto se observa que a singularidade deste lugar emerge, sobretudo, pela forma como incorpora elementos tipicamente modernos e contemporâneos à lógica do tradicional e folclórico,

---

<sup>4</sup> A customização teve esse termo definido em 1987, por Stanley Davis, como uma habilidade para fornecer produtos projetados individualmente para cada cliente a partir de processos de grande agilidade, flexibilidade, adaptabilidade e integração (GILMORE e PINE, 1997). O conceito de flexibilidade relaciona-se com a possibilidade de adapta-se à demanda e viabilizar a produção de uma ampla variedade de produtos. A adaptabilidade diz respeito à equipe de projetos que está relacionada ao lançamento de produtos fundamentados nos pré-requisitos definidos pelos clientes. A integração é conexão existente entre empresa e cliente para se obter um bom produto customizado.

atualizando as tradições que o caracterizam e que fazem dele um dos maiores pontos turístico de Fortaleza.

Em seus corredores, lojas que vendem artigos mais artesanais convivem com outras que vendem réplicas de grifes, a cachaça tradicional com as latinhas de cerveja, a rapadura com os hambúrgueres típicos de fast-food, etc. Os corredores do Mercado constituem, assim, um jogo de cenários entrecruzados que revelam diferentes momentos da evolução das técnicas e do consumo, incorporados no lugar.

Neste processo de hibridização vê-se que a identidade cearense se estende, de modo a dialogar com os signos padronizados do consumo contemporâneo. Absorção que, por sua vez, implica um processo criativo de apropriação e de ressignificação destes padrões ao contexto do lugar e à memória popular.

Assim, no Mercado, o contemporâneo e o tradicional muitas vezes se confundem numa mistura peculiar que também já se tornou marca desse lugar. Este permite problematizar, portanto, a ideia generalizada de que as tradições “autênticas” são necessariamente estáticas. Porém, com a observação das práticas de consumo, revela-se que os diversos elementos encontrados no espaço se complementam e é esta dinamicidade que permite ao Mercado Central de Fortaleza sobreviver e preservar sua força cultural no imaginário dos cearenses e turistas.

### **Considerações finais**

A análise do Mercado Central de Fortaleza possibilitou desvendar um universo complexo e, ao mesmo tempo, delicado marcado pela articulação entre o tradicional e o contemporâneo. Em Fortaleza, especialmente, este confronto ganha contornos particulares, dada sua experiência turística, caracterizada por rupturas sucessivas em busca de uma modernidade espetacular colocada sempre adiante, e pela censura do passado e da cultura tradicional, tidas como entraves à instauração do novo e do progresso. Hoje, paradoxalmente, a memória e o passado se apresentam como estratégia de interesses hegemônicos.

Tornou-se, então, imprescindível a problematização das relações entre global e local. Esta hibridização de processos se torna necessária mediante o reconhecimento das manifestações populares no âmbito global, que pode ser expressa nos usos, práticas, etc. Importante ressaltar que estas noções não se referem a processos necessariamente distintos, mas incidem sobre os mesmos. Desse modo, na análise aqui esboçada o Mercado Central se revelou para além da heterogeneidade de atividades, como um lugar que, ao permitir múltiplas apropriações e sentidos possíveis, amplifica as contradições que caracterizam a inserção das culturas populares na globalização e contribuindo para a construção de significados.

No contexto atual desse espaço, pode-se identificar um tenso campo de negociações pela apropriação de seus sentidos, a (re)construção da memória local, bem como a legitimidade de signos do consumo global. Se, por um lado, trata-se da valorização da cultura local, de sua história, tradições e particularidades, de modo a preservar a identidade cearense, deve-se atentar para os elementos que ajudam a homogeneizar os produtos artesanais para não causar estranhamento.

Portanto antes de oferecer respostas, essa pesquisa visa trazer elementos que permitam refletir e problematizar essas questões. Coloca-se o desafio de ir além dos modelos explicativos e determinações estruturais e reconhecer a multiplicidade de práticas e formas pelas quais as sociedades contemporâneas se apropriam das culturas populares, constroem e reafirmam suas identidades. Exercício que pretende ao investigar as negociações de usos e significados, buscar outras interpretações possíveis para além do diagnóstico de causa-efeito que incide sobre as culturas populares e a globalização. Portanto, este não é um estudo fechado, no qual se busca chegar a afirmações definitivas, mas, sim, uma tentativa de refletir sobre um processo repleto de mutações.

## **Referências bibliográficas**

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. *A invenção do Nordeste e outras artes*. São Paulo: Cortez, 1999.

CANCLINI, Néstor García. *Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade*; 4 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

\_\_\_\_\_. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. Trad. Heloísa P. Cintrão e Ana Regina Lessa. 2.ed. São Paulo: Edusp, 1997.

\_\_\_\_\_. *As Culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

\_\_\_\_\_. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 7. ed. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2008.

CIDADE, Editoria. Novo Mercado Central será inaugurado hoje. *Diário do Nordeste*. Fortaleza, p. 14-14. 19 jan. 1998.

FILGUEIRAS, Beatriz Silveira Castro. *Do mercado popular ao espaço de vitalidade: o Mercado Central de Belo Horizonte*. 2006. 172 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na Pós-modernidade*. Trad.: Tomas Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 9ª. Edição, Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

\_\_\_\_\_. Pensando a Diáspora: reflexões sobre a terra do exterior. In: \_\_\_\_\_ *Da Diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HOBSBAWM, E. J.; RANGER, T. O. *A invenção das tradições*. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

MOTT, Luiz. Feiras e Mercados: Pistas para pesquisa de campo. In: FERRETTI, Sérgio (Org.). *Reeducando o olhar: estudos sobre feiras e mercados*. São Luís: UFMA/ PROIN(CS), 2000.

## **Lady Gaga Goddess of Love<sup>1</sup>**

Um estudo sobre a sacralização do consumo na música pop

Lívia Boeschstein<sup>2</sup>

### **Resumo**

Durante o século XX, com a expansão da cultura de massas, as celebridades ganharam espaço no cotidiano popular. Socialmente reconhecidas como líderes, essas figuras célebres e carismáticas tornam-se responsáveis pela disseminação de diversas ideologias entre seus seguidores. A aceitação do papel dessas personas como verdadeiros ídolos verifica-se na mídia, à medida que lhes atribui títulos honoríficos, tais como “Rei”, “Diva”, “Papa”, etc. O objetivo deste artigo é analisar a sacralização do consumo na música *pop*, mais especificamente em relação à cantora Lady Gaga em seus videocliques e ações sociais. A metodologia utilizada será a de análise de conteúdo, tendo como fonte uma série de matérias jornalísticas, declarações em redes sociais, performances e material audiovisual.

### **Palavras-chave**

Consumo; Música *pop*; Sacralização; Iconoclastia; Cultura de Fãs.

A música pop, desde o surgimento de meios de comunicação de massa como o rádio e a televisão, impôs novas formas e padrões musicais. A música diferenciada e a veiculação em formato eletrônico revolucionaram o meio musical: a inovadora possibilidade de mover a música e levá-la para a casa, para o quarto, em uma caminhada, ou seja, não depender mais de uma orquestra ou apresentação musical para experienciá-la e obter o fator socializante. Essa mobilidade muda a maneira como a música é produzida, propagada e consumida, dando chance a diversos novos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela PUC-Rio. Email: [liviabstein@gmail.com](mailto:liviabstein@gmail.com)



estilos ao longo do século XX, e dando também origem aos “fenômenos” do mundo *pop*. Os artistas “fenomenais” são seguidos e cultuados, e chegam a ocupar o lugar anteriormente ocupado por divindades em sistemas religiosos tradicionais. Para nortear esta argumentação serão utilizadas noções a respeito da música pop de Simon Frith, Will Straw e John Street (2001) e as teorias de “Representações Sociais” de Stuart Hall (1997), Émile Durkheim (1970) e Serge Moscovici (2003); o conceito de “líder carismático” de Max Weber (1982), que será explorado para basear o pensamento a respeito da influência das celebridades no cotidiano da cultura de massa; e as teorias da antropologia do consumo formuladas por Mary Douglas e Baron Isherwood (2009) e Everardo Rocha (1995), que serão cruciais para o entendimento da esfera do sagrado e sua relação com a sociedade de consumo. O objeto analisado será a cantora Lady Gaga, por sua clara aproximação com a esfera do sagrado no material artístico que produz. O objetivo deste artigo é analisar a sacralização do consumo como possível técnica de expansão da fama e as representações sociais na mídia de ícones da música *pop* que movimentam significativamente populações ao redor do mundo, além da revisão bibliográfica, composta por a análise de conteúdo e análise interpretativa das Representações Sociais em matérias jornalísticas, videocliques, performances, declarações em redes sociais e letras de músicas.

### **O Pop**

Para iniciar a análise desse conceito, primeiramente deve-se partir de uma fonte primária e básica: o dicionário. O termo *pop* se populariza na metade do século XX e, segundo o Dicionário Oxford, tem origem na abreviação de “popular” no fim do século XIX, referindo-se à “música popular comercial; música melodiosa de um estilo popular desde a década de 1950 e, por vezes, contrastada com rock, soul, ou outras formas de música popular.” A palavra *pop* começa a ser difundida por volta dos anos 1950, e é nessa década que emergem os ritmos como o Rock’n’Roll, o *Jazz* e o *Boogie* (ritmo dançante derivado do *Blues* e comum entre os jovens da referida década). Hatch e Millward (1987) enfatizam o *pop* como um estilo musical derivado de “canções de famílias”. Os autores verificam os elementos musicais compartilhados

como sequências de acordes, composição de letras, técnicas vocais, padrões rítmicos que reúnem estilos e performances, até então, aparentemente extremamente diferentes e distantes. Os autores utilizam o termo “música *pop*” para se referir a “um corpo de música que é distinguível de popular, jazz e músicas folclóricas, apesar de obviamente ter conexões com todos esses no seu desenvolvimento” (HATCH & MILLWARD, p.1, 1987). A música *pop*, para os autores, é uma resultante híbrida, sem ritmo ou melodia pré-definidas, uma bricolagem de estilos musicais diferentes, que se tornou popular com a difusão dos aparelhos de rádio a partir da década de 1920, nos Estados Unidos.

Umberto Eco (2010 [1964]) fala da música *pop* como um fenômeno decorrente da invenção dos meios de difusão massiva da informação, especialmente o rádio. Para ele, o aparelho teria inventado uma nova maneira de se fruir a música, sem total atenção. Diferentemente do que ocorria nos teatros, salas de concerto ou rodas íntimas, para ele o *pop* se apresenta como massa sonora indistinta que serve de trilha e de companhia para os afazeres cotidianos. Assim, a música *pop* teria surgido como um gênero que “se presta ao uso”, que possui uma função específica. É fundamental que, para cumprir com o seu dever, segundo o autor, ela seja previsível e repita padrões - a música inesperada, complexa ou repleta de elementos originais, que exigisse a plena atenção do ouvinte, não estaria cumprindo corretamente o seu propósito. A música *pop* é aquela em que “a fórmula se antepõe à forma” (ECO, 2010, p.298), que gera o prazer da repetição de um padrão conhecido, assim como as séries de TV ou os romances policiais.

Talvez justamente por esse caráter padronizado, repetitivo – semelhante ao dos ritos –, e também por seu caráter massivo, a música *pop* se presta à criação de modelos de comportamento, de valores e de conduta – a criação de “mitos”, segundo Eco (2010, p. 311). Esse processo torna-se mais eficiente na medida em que se faz imperceptível. O autor cita jovens de 1964 que, segundo as pesquisas, acreditavam na espontaneidade de seus gostos e valores, que na verdade haviam sido retirados do ambiente da música *pop*. Pela ausência de outros modelos disponíveis, os da música

*pop* se tornam onipresentes, e, por isso, invisíveis como modelos e percebidos como mera realidade dada. Além disso, Eco apresenta o exemplo da cantora Rita Pavone. Ela teria se tornado o mito da adolescência da década de 1960, e fornecido todos os seus elementos constitutivos - paixão, intensidade, rebeldia, rejeição do mundo adulto - no seu repertório de canções (ECO, 2010, p. 312).

### **O Fantástico Mundo do *Pop***

Na sociedade contemporânea, o assédio às celebridades da TV é o tema central de diversos veículos de comunicação. O foco de atenção são personalidades da música, do teatro, do cinema, ou até mesmo aquelas que se tornam célebres “por consequência”, como as chamadas “subcelebridades”, que acabam estampando as páginas repletas de estrelas, seja por namorarem um ator famoso ou por subirem no palco de um *show* de *rock*. Há sites, revistas, tabloides, jornais e uma variada quantidade de mídias exclusivamente dedicadas ao assunto das celebridades. O que vestiram, onde tomaram o café da manhã, quem namoram, quantos quilos perderam na dieta, quanto gastaram em uma festa e, até mesmo, quantos litros de determinado champanhe<sup>3</sup> que foram servidos e quanto gastaram com flores decorativas<sup>4</sup>. Esses fatos alimentam consumidores vorazes por notícias sobre as personalidades que mais admiram ou sobre as que mais desgostam. O *pop* parece ter uma atmosfera própria, ser um mundo à parte. É o lugar em que vestir-se com um vestido feito de bifes de carne de boi ultrapassa os limites do razoável, mas é perfeitamente aceito por quem está inserido nessa esfera ou por seus simpatizantes. Afinal, chocar faz parte do *show business*. Edgar Morin (1989) relata, desde a década de 1940 e até o final da década de 1960, alguns casos de excentricidades “toleradas”, no sentido de que nenhuma

<sup>3</sup> Para o casamento do cantor Naldo com a *funkeira* Moranguinho, a Revista Quem detalha em quantidades exatas todos os itens que compunham o casamento. Retirado de <http://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2013/09/mais-segurancas-do-que-garcons-muito-perfume-e-50-garrafas-de-vodca-os-impressionantes-numeros-do-casamento-de-naldo.html> - acessado em 23/05/2015.

<sup>4</sup> Para o casamento da real inglesa de Príncipe William e Kate Middleton, ocorrido em 2011, o jornal australiano The Herald Sun estima que tenham sido gastos mais de 800 mil dólares australianos em flores, mais de 32 milhões em segurança e aproximadamente 500 mil dólares para o vestido e as joias. Retirado de: <http://www.heraldsun.com.au/news/breaking-news/royal-wedding-is-low-key-but-not-low-cost/story-fn888sz0-1226045867880> - acessado em 23/05/2015.

estrela de Hollywood foi diagnosticada com doenças de origem neurológica ou "interditada" após alguma aparição ou atitude com propósito de afrontar o *status quo*. No mundo *pop* tudo (ou quase tudo) é possível.

### **O sagrado, o profano e suas representações**

As definições de sagrado são bastante variadas e o foco, aqui, parte de diversas análises<sup>5</sup> sobre o conceito, dos mais variados campos de estudos acadêmicos. Definir a noção de "sagrado" não é tarefa simples. Os dicionários vernaculares trazem definições circulares ou bastante óbvias ("que foi consagrado" ou "relativo à religião"<sup>6</sup>), e as Enciclopédias de Ciências Sociais não se saem melhor, muitas vezes aliás evitando o verbete. Eis a razão pela qual, na presente pesquisa, optou-se por seguir-se a definição de "sagrado" a partir dos estudos sobre o fenômeno religioso e religião empreendidos por Émile Durkheim (2009).

Para Durkheim (2009), o sagrado pode estar em uma infinidade de coisas, mas, para que haja distinção entre o sagrado e o profano, há uma série de características gerais definidoras. Apesar de frequentemente serem classificadas as coisas sagradas como aquelas que são superiores em dignidade e em poderes às coisas profanas, não basta haver uma subordinação de um objeto em relação a outro para que o primeiro (subordinado) seja profano e o segundo (superior), sagrado. Assim, Durkheim recorre à heterogeneidade das coisas para, então, classificá-las e distingui-las. O sagrado e o profano são duas esferas radicalmente opostas e absolutas. Não há meio termo. São esferas hostis e rivais uma da outra, mas isso não impede a transição de um objeto profano para o sagrado ou o contrário. Para que tal passagem aconteça, porém, é preciso que o objeto retire-se totalmente do profano para se tornar o completo oposto: "As coisas sagradas são aquelas que as proibições protegem e isolam: as coisas profanas, aquelas a que se aplicam essas proibições e que devem permanecer à distância das primeiras." (DURKHEIM, 2009, p.24)

<sup>5</sup> Eliade, Mircea. O sagrado e o profano – São Paulo: Martins Fontes, 1992; Douglas, Mary. Pureza e Perigo. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2012.

<sup>6</sup> iDicionário Aulete– Dicionário da Língua Portuguesa na Internet. Disponível em: <http://aulete.uol.com.br/sagrado> - acessado em 23/05/2015.

A religião, para o autor, é um sistema dotado de certa unidade, e constituído por um conjunto de crenças e de ritos correspondentes, além de deter uma pluralidade de cultos a coisas sagradas, com certa autonomia. Quando comparamos a esfera do sagrado à prática do consumo, é possível perceber elementos de proximidade ora com a magia, ora com a religião, embora possuam em comum o cultivo de mitos e dogmas, Durkheim as distingue por duas razões: pelo fato de ambas se hostilizarem, e também pelo fato de a magia profanar as coisas sagradas. Feitas tais distinções, já temos os elementos para uma comparação entre narrativas e práticas da sociedade de consumo e a esfera do sagrado – seja do totemismo, rituais, mitos, sacrifícios, trocas simbólicas ou magia.

### **O sagrado na sociedade de consumo**

O estudo antropológico do consumo, inaugurado na década de 1980 por Mary Douglas e Baron Isherwood (2009), e seguido por estudiosos como Everardo Rocha (1995), Daniel Miller (2002) e Collin Campbell (2001), se baseia no olhar do "estranhamento", relativizando interpretações moralistas, biológicas ou utilitaristas sobre essa prática. Há, além disso, um traço comum em todos esses estudos: por ângulos diversos, o consumo é sempre aproximado à esfera do sagrado.

Douglas e Isherwood (2009) legitimaram a antropologia do consumo como campo de estudo das ciências sociais, e foram os primeiros a indicar a proximidade entre o consumo e as práticas rituais. Para os autores, o consumo é um "processo ritual", cuja função é conferir sentido ao "fluxo incompleto dos acontecimentos". Um ritual confere significado a uma sociedade. Se o consumo é similar a um ritual, consumir confere significado ao que nós somos. Rocha (1995) também faz a aproximação entre o sagrado e o consumo quando identifica um sistema totêmico a elementos mágicos nos anúncios publicitários, tais como animais falantes ou milagres promovidos por determinados produtos. A publicidade é o intermédio entre esfera da produção e a do consumo, é a narrativa da sociedade de consumo. Duas outras perspectivas que complementam o embasamento teórico necessário para os estudos



do consumo são as de Collin Campbell (2010), que analisa como o *day-dream*, o devaneio, elemento oriundo do romantismo literário burguês, foi crucial para desencadear as práticas de consumo e alavancar o capitalismo no século XVII. Para o autor, consumo se dá quando o devaneio e o desejo se reúnem para almejar condições sociais mais abastadas, produtos de luxo. O hábito de devanear era comum à época em que se vivia apenas para contemplar as criações de Deus, e o trabalho era realizado sempre que necessário. Uma vez que o devaneio se volta para algo relacionado ao consumo, temos, mais uma vez, uma evidência de que a experiência de consumo perpassa a esfera do sagrado. Outro estudo relevante foi empreendido por Daniel Miller (2002), que, ao estudar o comportamento de donas de casa londrinas, pôde estabelecer uma relação entre certas práticas quotidianas, como idas ao supermercado, e o zelo pela família, comparando-os a pequenos atos sacrificiais religiosos dirigidos à divindade.

A partir desse conjunto de ideias, pode-se identificar, no comportamento do fã e também da mídia, em relação aos artistas *pop*, a reunião de aspectos estudados por essas teorias. Eles estariam presentes em elementos como o sacrifício, o devaneio, os rituais e a atribuição de um novo significado sagrado ao que antes era profano. A figura pública de Michael Jackson, por exemplo, ganhou diversos significados ao longo da sua carreira, iniciada como cantor mirim no grupo *Jackson's 5*. De criança prodígio a “Rei do *Pop*”, morto por overdose acidental de tranquilizantes utilizados para anestesia geral, MJ, como é chamado por seus fãs, ainda estava sob acusações de pedofilia e diagnósticos de distúrbios psicológicos que preocupavam a toda a nação de fãs. Sua cerimônia fúnebre foi televisionada tal qual um espetáculo de premiação da indústria cultural, em um grande teatro, cuja plateia estava repleta de ganhadores de *Grammys*<sup>7</sup> e *Oscars*<sup>8</sup>. Milhares de fãs migraram das mais diferentes e distantes cidades dos Estados Unidos, viajaram por horas, abdicaram de família, trabalho e compromissos para estar presentes e testemunhar o início da cerimônia de sepultamento de seu maior ídolo. Preces, flores, velas acesas foram deixadas à porta

<sup>7</sup> É a maior premiação da indústria da música comercial e ocidental.

<sup>8</sup> Grande prêmio do cinema, principalmente da indústria cinematográfica de Hollywood.

da mansão em que morava o astro. Dias após a morte, talvez a maior perda do *pop* em anos, os canais de televisão, os jornais, revistas, portais de notícias, faziam um grande apanhado de homenagens ao “Rei do *Pop*”.

### **As representações sociais**

Para tentar compreender o conceito de “representações sociais” e também como se dá o processo de atribuição de significados a determinados elementos “estrangeiros” a uma cultura, utilizaremos a teoria das Representações Sociais de Serge Moscovici (2003), teórico romeno e fundador da nova Psicologia Social, que se baseia em ideias anteriores de Émile Durkheim (1970) para abordar as questões em torno deste fenômeno. O autor romeno conceitua as representações sociais como produtos de uma tentativa de familiarização daquilo que é estranho, a fim de abarcar, e portanto prever, o que é exterior, estrangeiro, àquela sociedade. É possível verificar, dessa maneira, a proximidade do discurso de Moscovici em relação ao assunto abordado nesta pesquisa: a forma como a mídia, principalmente o discurso publicitário, apropria-se de determinados conceitos para tratar do que lhe parece estranho e inusitado. De acordo com o autor, as representações sociais têm um caráter móvel, circulante, elas são como suportes para palavras ou ideias. Seus significados e estruturas são dinâmicos e podem ser deslocados por outros completamente distintos, e mesmo opostos, aos anteriores. Em alguns casos, significados e estruturas podem mesmo desaparecer. Para o teórico, a importância das representações sociais “continua a crescer, em proporção direta com a heterogeneidade e a flutuação dos sistemas unificadores – as ciências, religiões, ideologias oficiais – e com as mudanças da vida cotidiana e se tornar parte da realidade comum” (MOSCOVICI, 2003, p. 48). De acordo com Moscovici, existe uma necessidade contínua de reconstituir o senso comum, ou seja, as representações sociais são modos de recriar a realidade sem a qual nenhuma coletividade operaria. Já para Durkheim (1970), a quem Moscovici atribui a base de sua teoria, o conceito abrange o coletivo, pois um único indivíduo não poderia criar tais circunstâncias e crenças sozinho. É um “fenômeno real”, criado por uma comunidade ou um povo, e é imposto aos indivíduos. As representações coletivas são, portanto, coercitivas, já que o coletivo prevalece sobre o individual. De acordo com o

sociólogo, quanto menos percebidas, maior é o poder de influência das representações coletivas.

Ainda de acordo com as ideias do escritor romeno, os sistemas de representação são formas diferentes de classificar conceitos e agregar características determinadas. Uma cultura pode ser vista a partir do compartilhamento massivo de mapas conceituais, ou seja, mapas mentais de um conjunto de ideias e sistemas de representações. Isto é, se uma grande quantidade de indivíduos compreende os mesmos significados a partir das mesmas representações sociais, eles dividem uma mesma identidade. A representação é, em suma, o processo que liga as coisas, conceitos e signos.

De forma similar, vemos que é essa a ação da mídia sobre uma cultura: reforçar o senso comum, inserir uma ideia compartilhada massivamente por uma representação social e possibilitar a criação de uma identidade que reúne pessoas, de maneira que elas dividam um mesmo conjunto de ideias. Novamente, ao retomar o exemplo do “Rei do *Pop*”, Michael Jackson se tornou, após sua morte, uma espécie de mito: uma figura a quem é atribuída, pela unanimidade da crítica musical e dos incontáveis fãs espalhados pelo mundo, a máxima habilidade de fazer a música *pop*, a precisão na coreografia, a inovação e o talento musical. Um ídolo tal como este Rei, afirma-se, será difícil de ser formado. Da mesma maneira que com as figuras míticas ou sagradas, a mídia e os fãs colaboram para estabelecer uma distância inalcançável entre os “simples mortais” e esses “seres especiais”. Quando a mídia compara ou indaga sobre um artista *pop* tão talentoso que poderia ser o próximo Michael Jackson, a ira despertada em seus fãs é comparável, em escala reduzida, no entanto, aos ânimos exaltados pela declaração de John Lennon, quando afirmou que os Beatles eram “mais populares que Jesus”, e que só foi perdoada pela Igreja Católica quarenta anos depois.

A partir das ideias expostas acima serão abordados processos de construção da representação social dos artistas tanto por iniciativa própria quanto por atribuição da mídia. Os representantes do mundo *pop* serão aqueles de maior destaque no meio

musical e que apresentem comparações simbólicas a conceitos divinos ou sacros, conforme explorado anteriormente.

### **As estrelas: divas, deuses, rainhas e reis**

Edgar Morin (1989) faz um profundo estudo sobre as “estrelas” do cinema como mito moderno. Ele as analisa desde o surgimento dos astros de cinema, no início do século XX, até o fim da década de 60. O antropólogo compara as estrelas a semideuses, argumentando existirem similitudes tais como o fato de não sucumbirem ao tempo, não terem o rosto “real” conhecido (em suas aparições, as estrelas sempre usam maquiagem, lenços, óculos escuros etc.), ou viverem em um patamar diferente da sociedade “mortal”. As estrelas vivem uma vida mítico-real, morando em mansões excêntricas de Hollywood, construídas com o intuito de serem verdadeiros templos com piscinas de mármore; a realidade na qual estão inseridas aparenta ser distante da realidade “real”, não apenas fisicamente; elas não se submetem ao poder máximo, driblam leis, não esperam em filas ou não se curvam perante a realeza.

A invenção da câmera e o advento da indústria cinematográfica são os responsáveis pela criação dessas semidivindades, segundo Morin. O teórico define mito como “um conjunto de condutas e situações imaginárias” que podem ser protagonizadas por personagens sobre-humanos, heróis ou deuses, conforme acontece no mito de Édipo, de Apolo etc. Os heróis míticos são denominados semi-deuses, pois são “mortais em processo de divinização” (Morin, 1989, p.26). As histórias românticas foram as de maior sucesso nas carreiras dos atores que atuaram em filmes do gênero. E, para Morin, este é um fator que catalisa a divinização. “O amor por si só é um mito divinizador: amar é idealizar e adorar.” O amor faz do ator/atriz adorado um objeto mítico. Essa última afirmação não é válida apenas para os artistas do cinema, mas para todas as categorias de artistas que movem e comovem fãs. Um dos fatores divinizadores dos astros é a sua beleza impecável, que aparentemente não sucumbe ao tempo. Outro é a bondade exibida por seus personagens nas narrativas cinematográficas – bondade esta que deve ser mantida na vida privada. Elas não podem ser descuidadas, desatentas, apressadas com seus fãs. Essa idealização das

estrelas implica um processo de espiritualização. Essas estrelas são vistas como figuras naturalmente boas, quase como canonizadas. Ator e personagem se tornam indissociáveis: se o ator é o mocinho, ele deverá agir publicamente sempre como um mocinho.

### **Goddess of Love**

A história de vida de algumas estrelas, por vezes, é tratada como se fossem mitos, além de se repetirem diversas vezes com estruturas diferentes – ocorrência bastante comum nas estruturas míticas. A história do *Rei do Rock*, Elvis Presley, é bastante semelhante à de Lady Gaga – a qual, aliás, se diz uma deusa, uma recriadora da *arte pop* e a quem a mídia conferiu o título de “a próxima Madonna” ancorando e comparando (MOSCOVICI, 2011) a novata à uma figura *pop* já conhecida. Gaga e Elvis vivenciaram o fracasso antes de serem descobertos e alcançarem a grande fama. Ambas as histórias, assim como a de várias outras celebridades ou “exemplos de vida”, contam como é importante investir no próprio talento, nos sonhos, batalhar pelo que se quer, as virtudes do trabalho, etc. Lady Gaga coloca-se como líder de engajamento social de maneira explícita e direta. A cantora possui uma fundação de combate a todas as formas de discriminação e de *bullying*, a *Born This Way Foundation*. Por sua luta e seu contato zeloso com o público serem demasiadamente intensos, ela deu a si própria o codinome *Mother Monster* (Mãe Monstro), com o intuito de que seus fãs, a quem de *little monsters* (monstrinhos), pudessem ter uma maneira própria, uma linguagem de grupo para se referir a ela, diferente do linguajar usado pela mídia. Suas músicas, como *Born This Way* e *Scheisse* contêm trechos que estimulam a luta em favor das minorias. Não apenas em atos artísticos ou humanitários, Gaga também evitou o suicídio de um garoto em depressão, afetado pelo *bullying* que sofria diariamente na escola: convidou seus fãs nas redes sociais a mandarem mensagens positivas e dedicou a ele uma canção. Seus esforços foram bem sucedidos não apenas para o garoto em questão, mas para toda uma geração de jovens ao redor do mundo.



Influenciada pela “realeza” do *pop* Michael Jackson e Madonna e, também, por Andy Warhol, artista mais popular do movimento estético-artístico conhecido como *pop art*, Lady Gaga faz diversas referências – em suas roupas, maquiagens e coreografias – a estes que foram seus maiores ídolos. Não obstante, ela também se empenha em utilizar elementos considerados sacros ou religiosos em suas aparições – poses de uma santa, crucifixos, coroas, entre outros, de forma bastante intensa. Após o lançamento de seu segundo álbum, *The Fame Monster*, Lady Gaga começou a fazer uso de estilos ligeiramente monstruosos (Figura 1), por exemplo ao exibir falsos implantes na maquiagem, cabelos despenteados, dentaduras etc. Além disso passou a utilizar a computação gráfica para alterar sua imagem nos videocliques, fazendo-a parecer um ser humano deformado, com ossos protuberantes, quase como chifres ou barbatanas. Trata-se de uma provocação: ao se apresentar como um ser sobrenatural ou como uma pessoa com deformidades, a cantora chama atenção para a luta contra o *bullying*, e reforça sua imagem de partidária da “beleza verdadeira”, contrária à discriminação de pessoas que não atendam ao padrão de beleza vigente, quer seja por questão de cor, origem, tamanho, gênero, orientação sexual, religião, etnia ou condição física.



Figura 1 - Lady Gaga durante entrevista em 2011. Aparência monstruosa para evidenciar sua causa.

Na canção e single de seu terceiro álbum, *Born This Way*, que se tornou hino em prol dessa causa e também da luta a favor dos direitos gays:

Minha mãe me disse quando eu era jovem / Que todos nós nascemos super estrelas (...)/ "Não há nada de errado em amar quem você é" / Ela dizia, "pois Ele te fez perfeita, querida" / "Então levante a sua cabeça, garota, e você irá longe / Me escute quando eu digo" / Eu sou bonita do meu jeito / Pois Deus não comete erros / Estou na trilha certa, baby / Eu nasci desse jeito/ Não se cubra de arrependimentos / Apenas ame a si mesma e você estará bem (...) (Lady Gaga - *Born This Way*, 2012)

Gaga, no videoclipe da canção em questão, apresenta, durante a introdução, um discurso que ela mesma chama de “O Manifesto da Mãe Monstro” (*The Manifesto of Mother Monster*). Faz-se necessário esclarecer que, durante o segundo álbum, Lady Gaga intitulou a si própria como *Mother Monster* (“Mãe Monstro”) como *little monsters* (“Mostrinhos”) frente. No Manifesto, Lady Gaga conta a história de um território extraterrestre em que um dia se deu “o nascimento infinito e de proporções mágicas e magníficas”, onde “nasce, por meio de mitose uma nova raça humana, dentro da mesma humanidade que não faz julgamentos e não possui preconceitos; somente possui a liberdade sem limites”. Prossegue a cantora: no mesmo dia, no entanto, conforme “a mãe eterna” (é eterna por parir eternamente esses seres infinitos) “pairava no multiverso” (uma versão plural do universo), “um nascimento aterrorizante ocorreu: o nascimento do mal”. Em seguida, a artista conta que a mãe-eterna se encontra em um dilema: como proteger sua prole tão perfeita de algo terrível, sem fazer o mal.

Este discurso é apresentado com uma série de jogos de imagens espelhadas que simbolizam a “mitose” citada, e parece retratar um dilema que se espelha nas diversas causas sociais a que a artista se dedica: como combater *bullies*, preconceituosos e segregadores sem, no entanto, apelar para nenhum tipo de violência. A nova raça de Gaga, que é livre, que não sofre, seria aquela composta por seus *little monsters*, representados no vídeo por pequenas cabeças da cantora ainda em formação. É pelos socialmente oprimidos que Lady Gaga baseia todo seu engajamento social. A cantora, em diversas aparições públicas e em seus videoclipes faz menções a rituais e estéticas associadas à esfera do sagrado. Como no videoclipe da música “Venus”, a cantora aparece como um anjo negro, caído dos céus, abatido

por flechas de homens de ternos correndo atrás de notas de dinheiro. Em outro videoclipe (Figura 2), Gaga encarna uma figura divinizada: Vênus ou Afrodite, deusas do amor, como uma verdadeira divindade grega.



Figura 2 - Lady Gaga no videoclipe *Venus*, colocando-se como a deusa do amor.

Apesar dos óbvios e claros esforços de Lady Gaga em ser vista como e figura divinizada e uma líder carismática (WEBER, 1982) de um povo, os *little monsters* – sua legião de seguidores, a artista não é tão admirada pela mídia especializada como uma verdadeira “diva”. Suas polêmicas e o uso de técnicas pouco convencionais acabam gerando interpretações negativas por parte da imprensa. Em outras palavras, é possível constatar que os esforços para transferir os atributos da esfera do sagrado para a esfera do consumo, mais especificamente, na música *pop*, são extremamente eficazes. As estrelas e celebridades são idolatradas por seus fãs, possuem uma causa política e lutam por uma minoria. Dessa forma é possível dizer, então, que as Divas, Rainhas, Reis e Deuses de fato são venerados e adorados, tais como figuras sagradas. Por eles são feitos sacrifícios (compras de ingressos, abstinência), a eles são conferidas expectativas (uma causa) e deles recebem a graça (canções e discursos motivadores, agradecimentos e declarações de amor aos fãs).

### Referências

- CAMPBELL, Collin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Ed. Perspectiva, SP: 2010.
- DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

\_\_\_\_\_. *Representações sociais e representações coletivas in: Sociologia e Filosofia*. Rio de Janeiro: Editora Forense-Universitária, 1970.

FRITH, Simon; STRAW, Will; STREET, John. *Cambridge Companion to Pop and Rock*. Cambridge: University Press, 2001.

HATCH, David; Millward, Stephen. *From Blues to Rock: An Analytical History of Pop Music*. Manchester: University Press, 1987.

HOBBS, Thomas. *Leviatã*. In: Os Pensadores. São Paulo, Abril Cultural, 1983.

JAY-Z, *Decoded*. New York: Spiegel & Grau, 2010.

MAUSS, Marcel. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

McCracken, Grant. *Cultura e consumo*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2010.

MILLER, Daniel. *Teoria das compras*. São Paulo: Nobel, 2002.

MORIN, Edgar. *As estrelas - Mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2011.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

WEBER, Max. *Ensaio de Sociologia*. LTC, Rio de Janeiro: 1982.

#### **Matérias jornalísticas e sites consultados - acessados em 22/08/2015**

“Deusa Monstro” <http://rollingstone.uol.com.br/edicao/57/lady-gaga-deusa-monstro>

“Lady Gaga at The Tonight Show” <http://www.nbc.com/the-tonight-show/classic/jay-leno/photos/lady-gaga-gallery>

“A Morte do Rei do Pop” <http://ultimosegundo.ig.com.br/michaeljackson/>

“Lady Gaga explica por que veste roupas de carne” <http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/lady-gaga-de-biquini-de-carne-a-vestido-de-alface>

“Vatican forgives Lennon for ‘more popular than Jesus’” <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/3497623/Vatican-forgives-Lennon-for-more-popular-than-Jesus-remark.html>

“Jamey Rodemeyer Honored By Lady Gaga In Tribute Song To Fight Bullying” [http://www.huffingtonpost.com/2011/09/25/jamey-rodemeyer-lady-gaga-bullying\\_n\\_980144.html](http://www.huffingtonpost.com/2011/09/25/jamey-rodemeyer-lady-gaga-bullying_n_980144.html)

“Madonna Above the Buzz: Pop Queen”

<http://www.mtv.com/news/1681693/madonna-above-the-buzz-pop-queen>

“Elvis, The King” <http://www.elvis.com/about-the-king/> - acessado em 23/05/2015.

“Lady Gaga has the potential to be the next Madonna” <http://www.mtv.com/news/articles/1634041/lady-gaga-has-potential-be-next-madonna-director.jhtml> - acessado em 23/05/2015.

## **A construção de idolatria no futebol brasileiro e sua relação com a Indústria Cultural<sup>1</sup>**

Lucas Lopes Albuquerque Bastos<sup>2</sup>

### **Resumo**

O objeto de pesquisa do artigo é o processo de construção midiática de idolatria de um jogador de futebol no Brasil. Para investigar esse objeto é preciso um percurso conceitual que perpassa as definições de mito, herói, estrelas e celebridade. Após o delineamento do ídolo esportivo contemporâneo, investiga-se se há relação entre a construção dessa idolatria com os conceitos de Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo. Em seguida analisa-se de que forma as aparições midiáticas dos ídolos do futebol interferem no cotidiano do torcedor.

### **Palavras-chave**

Indústria Cultural; Sociedade do Espetáculo; Estrelas; Celebridade; Cotidiano.

### **Introdução**

O futebol é o esporte mais popular do Brasil. A modalidade, originada na Inglaterra, chegou ao país no fim do século XIX. Até o início do século XXI, o esporte relacionou-se de diversas maneiras diferentes com a sociedade brasileira, seguindo algumas etapas: a prática puramente esportiva e voltada ao lazer, até a década de 30; o início da profissionalização, a popularização dentro da sociedade e criação das grandes ligas e clubes, cenário até a década de 70; daí para a frente deu-se a complexificação do mundo esportivo, com aumento das cifras envolvidas, inserção de novos profissionais relacionados à prática esportiva, como médicos, empresários, comentaristas, etc. (RODRIGUES; SILVA, 2006).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando no Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano pela UFF, bolsista CAPES e graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela UFF. Email: [lucas.llab@gmail.com](mailto:lucas.llab@gmail.com)



O futebol brasileiro desenvolveu-se praticamente de maneira simultânea à sociedade brasileira e durante esse processo estreitou laços com a cultura popular. O estádio do Maracanã, os grandes ídolos como Pelé, Garrincha, Zico, esquadrões geniais como a seleção tricampeã do mundo em 1970, esses e outros elementos estão inseridos no imaginário popular<sup>3</sup> do brasileiro sobre o que é o futebol.

Para o brasileiro, o futebol tem relação direta não apenas com a construção de seu imaginário social, suas memórias ou sua própria identidade cultural, mas também com a própria comunicação de massa desenvolvida em território nacional. Apenas para ilustrar a afirmativa anterior: segundo pesquisa realizada pelo IBOPE, o tempo de transmissão de eventos esportivos na tv aberta cresceu 53% entre 2007 e 2013 - um salto de 35.727 horas para 54.555, e 63% desse período foi dedicado apenas à transmissão de programação relacionada à futebol, o que configurou-se um aumento de 73% em relação ao mesmo, chegando ao um total de 34.119 horas em 2013 (IBOPE MEDIA, 2014a); outro dado interessante apontado pelo IBOPE é o de que 94% dos brasileiros utilizavam a televisão para se manter atualizado sobre as notícias do futebol. Também é válido ressaltar que esse mesmo estudo apontou que 42% da população brasileira se diz "super-fã" de futebol, ou seja, acompanhando com bastante atenção e regularidade o esporte. (IBOPE MEDIA, 2014b).

Esse imaginário social do que seria o futebol brasileiro não é permeado apenas por conquistas ou resultados extraordinários, mas também por grandes jogadores. O torcedor brasileiro é capaz de lembrar de grandes atletas que se destacaram em âmbito nacional e internacional, desde Pelé, maior artilheiro a seleção nacional, até o capitão do esquadrão nacional na Copa América de 2015, Neymar. Essa ligação especial com ídolos é tão importante para o desenvolvimento e popularização do futebol quanto que para qualquer outro evento de massa, pois essas figuras são capazes de mover o espetáculo, gerando identificação entre torcedores e os atletas atuantes (HELAL,

---

<sup>3</sup> Neste trabalho utiliza-se o termo "imaginário social" a partir da definição de Dênis de Moraes : "conjunto de relações imagéticas que atuam como memória afetiva de uma cultura, um substrato ideológico mantido pela comunidade (...) é o depósito da memória que os indivíduos e os grupos (enquanto elementos sociais que compartilham modos de ser, pensar e agir) recolhem de seus contatos com o cotidiano, bem como as percepções de si mesmos e dos outros" (2009, p.29).

2014). Afinal, segundo Damo, no futebol a questão da representação é muito forte, pois o jogador do meu time ou da minha seleção me representa dentro de campo contra um outro jogador que representa o "outro do outro". (DAMO, 2014).

Então, parece seguro afirmar que o futebol procura constantemente criar e manter ídolos capazes de promover a prática esportiva e atrair fãs. Mas qual é o conjunto de valores ou traços que um jogador tem de adquirir para ser considerado um ídolo? Diversos autores vão se debruçar sobre essa questão, tentando esmiuçar o que é capaz de alçar um atleta a esse posto: carisma, performance esportiva, visibilidade midiática, etc. Apesar dessa ser uma questão relevante, o objetivo desse trabalho é outro: compreender o que é esse ídolo esportivo na atualidade, quais são suas características, os traços que o delineiam.

Nos noticiários esportivos relacionados à futebol (não só neles, mas principalmente), é comum encontrarmos alguns termos associados a um atleta de destaque. Alguns dos que podemos destacar seriam mitos, heróis, estrelas e celebridades. Nesse contexto por vezes esses substantivos são utilizados como sinônimos, ou seja, são escolhidos e inseridos nas crônicas e análises esportivas como possuidores do mesmo significado: o de colocar um determinado jogador em posição de destaque em relação aos demais. Entretanto, conceitualmente, Mito, Herói, Estrela e Celebridade são termos distintos, e um percurso detalhado pela origem de cada um e suas definições e aplicações contribui para compreendermos o perfil do ídolo futebolístico contemporâneo.

## **O Mito**

Dos conceitos analisados a partir de agora, talvez o Mito seja o de raízes mais antigas na história da humanidade. Sociedades antigas, como a Grega e Romana, comunidades tribais e sociedades arcaicas possuem mitologias próprias (ELÍADE, 2011). Isso se dá porque o próprio mito, invariavelmente, diz respeito às origens do mundo e da realidade da comunidade que partilha desse conhecimento. Partindo dos

estudos de Mircea Eliade, seguimos a tentativa de definição do historiador do que seria um mito.

o mito conta uma história sagrada; ele relata um acontecimento ocorrido no tempo primordial, o tempo fabuloso do "princípio". Em outros termos, o mito narra como, graças às façanhas dos Entes Sobrenaturais, uma realidade passou a existir. (ELÍADE, 2011, p.11).

Eliade apresenta também durante sua investigação uma espécie de quadro que define tanto a estrutura quanto a função dos Mitos para os agrupamentos humanos: o mito constitui a história desses seres sobrenaturais criadores; essa história é sempre verdadeira e sagrada para os povos que nela creem; os mitos constituem paradigmas de todos os atos humanos significativos, pois narram a história de como algo surgiu, seja um comportamento ou uma instituição; o conhecimento do mito, alcançado através da ritualização do mesmo, torna o indivíduo conhecedor capaz de manipulá-lo e até repeti-lo; o indivíduo que conhece esse mito acaba por "vivê-lo", pois é impregnado por sua essência sagrada. (Idem, Ibidem, p.21-22). Uma outra observação pertinente sobre os mitos é a de que os Entes Sobrenaturais que os protagonizam, independente de serem Deuses, Heróis miraculosos ou qualquer outras criaturas, estes são sempre personagens afastados do cotidiano (Idem, Ibidem, p.15). Ou seja: os protagonistas dos mitos não podem ser encontrados no dia-dia, apenas podem ser invocados em rituais específicos com intuito de reproduzir o instante criador, por exemplo.

Alguns desses atributos apresentados no quadro explicativo de Eliade podem ser vistos em ídolos futebolísticos. Deslocando momentaneamente o eixo de análise do futebol brasileiro para o do esporte praticado em nosso país vizinho, Argentina, basta lembrarmos de que o gol de mão marcado por Maradona nas quartas-de-final da Copa do Mundo de 1986 contra a Inglaterra foi chamado de "Mão de Deus" pela imprensa argentina (HELAL, 2014). A "divinização" do astro não ficou restrita aos tabloides: em 2002, um grupo de mais de 400 fanáticos cultuava o "Dio" Maradona na recém-criada Igreja Maradoniana. O dia 22 de junho, data de aniversário do histórico gol de mão, era uma data festiva para os fiéis, uma espécie de Natal para a sua

religião. (BBC, 2002). A partir deste exemplo seria plausível supor que jogadores de futebol podem tornar-se verdadeiros mitos, no sentido proposto por Elíade?

A partir do momento que as ações exercidas por estes atletas, principalmente seus gols ou lances decisivos, são associados à origem de um movimento maior dentro da história da nação e são repetidos por diversos torcedores com intuito de atualizar, ainda que emocionalmente, o feito, não seria um absurdo considerá-los aptos à encaixar-se nessa categorização. Por outro lado, parece que o ídolo esportivo contemporâneo não pode ser reduzido apenas ao conceito do mito, haja visto que alguns atributos muito importantes que o compõe acabariam por ficar sem uma análise mais profunda. Um desses, e precisamente o qual esse trabalho pretende discutir a fundo em um momento posterior, é a influencia da mídia de massa na construção dessa idolatria.

## **O Herói**

Outra alcunha recebida por futebolistas de destaque é a de Herói, e também esse conceito requer uma análise mais profunda. A figura do herói assemelha-se ao mito com relação ao seu potencial de realização de feitos e criação de novos paradigmas dentro de uma sociedade. Entretanto, a saga do herói tem ligações um pouco mais fortes com o cotidiano de um povo ou grupo específico. Analisaremos a trajetória do herói pela perspectiva do historiador Joseph Campbell.

Existe um ciclo, proposto pelo autor, que o próprio denomina de "unidade nuclear do monomito". (CAMPBELL, 2007, p.36). Segundo ele, o herói recebe um chamado para a aventura, devendo assim partir para uma terra distante na qual deve provar seu valor. Através de inúmeros desafios, encontros com entidades sobrenaturais e penetração em algum tipo de poder desconhecido, o herói revela seu verdadeiro caráter e retorna a sua terra natal dotado da capacidade de trazer benefícios aos seus semelhantes. Essa jornada pode ser descrita de maneira mais sintética pela fórmula separação-iniciação-retorno. (Idem, Ibidem, p.36-40).

A partir dessa análise, é possível afirmar que talvez mais até do que o do mito, o conceito de herói seja mais diretamente associável aos grandes jogadores de futebol da história do Brasil. O ex-jogador Ronaldo, por exemplo, pode ter sua carreira pela seleção brasileira narrada por esse mesmo esquema da jornada do herói: da primeira experiência em Copas do Mundo como reserva em 1994 (o chamado para a aventura na forma de escalação no esquadrão nacional), ao protagonismo em 1998 seguido de seu problema de saúde e consequente derrota na final para a França (a primeira prova à qual o herói é submetido), suas constantes lesões durante as eliminatórias para a copa de 2002 (outros desafios) até a triunfante volta por cima (o contato com o poder sobrenatural, nesse caso a superação e motivação por jogar com a camisa da seleção, por exemplo), coroada com a artilharia do torneio mundial e a conquista do pentacampeonato (o benefício para seus semelhantes, ou seja, os brasileiros. (HELAL, 2014).

Apesar das relações pertinentes estabelecidas entre o ídolo esportivo contemporâneo e à categorização do herói, este último conceito ainda deixa sem investigação suficiente a relação dos ídolos com a mídia e os meios de comunicação de massa.

### **As estrelas**

O próximo conceito investigado é o de Estrela. Edgar Morin estudou a fundo o desenvolvimento do *star-system* no cinema e a consequente criação das vedetes ou estrelas cinematográficas. O modelo teve seu apogeu na década no início da década de 50 e alguns atributos principais dessas estrelas podem ser destacados: a confusão entre ator e personagem, tornando difícil precisar quem exercia mais influência sobre quem; a separação entre o fã e a estrela, tornando o ator ou atriz uma entidade quase divina, a ser idolatrada de maneira intermediada por algum meio de comunicação, seja cartas, revistas, o próprio cinema, etc.; a transformação da estrela em mercadoria, através da comercialização da sua imagem e criação de diversos itens de consumo associados ao seu nome e imagem; a linha cada vez mais tênue entre vida pública e



privada da estrela; a aura sobrenatural projetada por esse astro, incutindo ao mesmo uma sobrepersonalidade; a estetização exacerbada da estrela de cinema (MORIN, 1980). Em contrapartida aos mitos, que afastam-se do cotidiano de seus seguidores e são encontrados apenas em momentos ritualísticos e aos heróis que passam boa parte de sua jornada longe do convívio com seus semelhantes, a estrela acaba por invadir indiretamente o dia-dia de seus fãs, através de aparições midiáticas ou manifestação através de algum produto utilizado por seu adorador.

É a partir dessa conceituação de Morin que torna-se vislumbrar o envolvimento dessa figura em destaque com as práticas das comunicações de massa. Morin afirma que o público torna a estrela uma deusa, seja por fetichismo ou compensações, "mas é o star system que a prepara, apronta, modela, propõe e fabrica" (Idem, Ibidem, p. 79). E caso essa estrela incomode-se com a constante aparição pública mesmo em situações às quais um cidadão comum teria sua privacidade respeitada, ela percebe que não possui tal regalia. "A estrela não pode furtar-se. Se protesta, e há disso rumores venenosos nas revistas, os fãs indignam-se. É prisioneira da glória". (Idem, Ibidem, p.47).

Uma das maiores contribuições dos estudos de Morin para o objeto de pesquisa dessa pesquisa é a percepção de como as estrelas começam a se aproximar do perfil do ídolo esportivo contemporâneo.

## **A Celebridade**

Abordaremos a concepção de Celebridade pela perspectiva teórica do sociólogo Chris Rojek, o qual define o conceito de maneira bem aberta, porém significativa: "a atribuição de status glamoroso ou notório a um indivíduo dentro da esfera pública" (ROJEK, 2008, p.11). De maneira análoga às estrelas apresentadas por Morin, Rojek acredita na existência de um processo de fabricação da celebridade e aponta a mídia de massa como uma peça fundamental na formação da cultura de celebridade (Idem, Ibidem, p.15). O sociólogo aponta três categorias de Celebridade: a *Adquirida*, na qual o indivíduo recebe sua condição de destaque por traços

sanguíneos e hereditários; a *Adquirida*, na qual ela recebe tal rótulo glamouroso ou notório por alguma conquista ou realização feita em determinado momento da vida; e por fim a celebridade *Atribuída*, derivada da representação desse indivíduo como digno de nota através da ação de intermediários culturais. Esses intermediários culturais são os agentes responsáveis pela apresentação dessa celebridade, orientando-a de maneira a causar um impacto maior e mais duradouro em seu público (Idem, Ibidem, p.12). Cabe destacar alguns tipos de intermediários culturais: publicitários, assessores de imprensa, *personal trainers*, dentre outros.

No estudo de Rojek a mídia de massa aparece como eixo central da criação e manutenção de celebridades, principalmente na última categoria, a de celebridade atribuída. Apesar do autor associar desportistas principalmente à segunda categoria, de celebridade adquirida (Idem, Ibidem, p.20) - mediante conquista de títulos, quebra de recordes, etc. - não exclui-se a atribuição de status de celebridade que alguns futebolistas, por exemplo, recebem desses intermediários culturais. Afinal, o "processo de celebrificação", descrito pelo autor como "a tendência geral de enquadrar encontros sociais em filtros mediagênicos que refletem e reforçam a compulsão de desejo abstrato" (Idem, Ibidem, p.201), afeta diversas outras áreas da sociedade, até mesmo a política, segundo o próprio Rojek. Apenas para ilustrar a influência desse panorama no campo futebolístico: em pesquisa realizada pelo IBOPE em 2014 com intuito de aferir quais jogadores de futebol são mais populares entre o público feminino, descobriu-se que David Beckham, atleta já aposentado é mais influente do que todos os outros ainda em atividade (IBOPE MEDIA, 2014c).

Outro ponto fundamental nessa cultura da celebridade, além da mídia de massa, é o consumo. Rojek acaba retomando um pouco do que Morin já assinalava acerca das estrelas de cinema, ao constatar que "celebridades são mercadoria no sentido de que os consumidores desejam possuí-la" (Idem, Ibidem, p.17). Para compreendermos de que maneira e até mesmo em que grau se dá essa relação entre celebridade, mídia de massa e consumo, é necessário debatermos a participação da Indústria Cultural nesse fenômeno.

## **Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo aliadas à idolatria esportiva**

O conceito de Indústria Cultural foi proposto originalmente por Adorno e Horkheimer, pensadores da Escola de Frankfurt, na década de 40. De maneira bem resumida, ele refere-se a uma prática social na qual elementos culturais e intelectuais são trabalhados de maneira análoga a produtos industriais: massificados, conteúdo reduzido e adequado ao gosto da média do público e desenvolvidos de acordo com a lógica de mercado, ou seja, visando um retorno financeiro, em audiência, etc. Algumas das consequências desse processo: perda de qualidade de alguns elementos culturais, tais quais as pinturas ou sinfonias com intuito de tornarem-se mais acessíveis intelectualmente à massa; deturpação do sentido original proposto pelos autores originais dessas obras de arte; encaixe de produções culturais já em sua concepção em gêneros pré-definidos; exclusão de manifestações culturais muito diferentes do que a própria indústria define como o gosto da maioria (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

A Indústria Cultural enquanto sistema é bastante amplo, podendo abarcar diversos processos e elementos sociais (RUDIGER, 2001, p.138). Além de filmes, livros, pinturas e músicas, até mesmo pessoas acabam inseridas no método de produção industrial de cultura. Seguindo por essa lógica, astros são criados, negociados no mercado, consumidos e descartados pelo seu público como se fossem outros bens quaisquer. Esse panorama é concordante com a análise anterior de Morin sobre as estrelas de cinema e principalmente com a de Rojek sobre as celebridades: essas personalidades em evidências tem sua carreira administrada pela mídia, que aliada aos preceitos da Indústria Cultural administra a visibilidade dessas figuras tornando-as mais palatáveis ao consumo da maioria do público.

Não é necessário transpor essa análise para o campo do futebol: o ídolo esportivo contemporâneo está inserido no sistema da Indústria Cultural e sofre as mesmas influências da celebridade não esportiva. O falecido escritor uruguaio e também fã de futebol Eduardo Galeano já alertava que "hoje em dia, cada jogador de

futebol é um anúncio que joga" (GALEANO, 2014, p.108). O autor ainda complementava: "quando um astro demora para amarrar as chuteiras, não é por inabilidade dos dedos, mas por astúcia do bolso: está exibindo a marca Adidas, Nike ou Reebok em seus pés" (Idem, Ibidem, p.110). Dessa forma, o jogador de futebol, especialmente o grande astro, age como mero corpo colonizado pela publicidade. Sodré debate sobre o significado de prestar-se a mero portador de signos publicitários, e através de suas palavras é possível depreender de que o que está em risco é o próprio esvaziamento do conteúdo humano desse portador:

Ser imagem (símbolo icônico) pública significa tornar-se interpretante vivo ou núcleo polipolítico de uma determinada conjuntura de valores, significa tornar-se 'medium'. Mas significa também se realizar como forma acabada e abstrata da relação humana mediada pelo mercado, ou seja, existir como indivíduo "irreal", mero suporte para signos que se dispõem a representar uma realidade instituída exclusivamente como mercadoria. (SODRÉ, 2002, p.38).

Essa configuração do ídolo esportivo contemporâneo só é possível e mantém-se relevante na sociedade atual pois esta se estrutura de maneira a destacar suas celebridades. Tanto a Indústria Cultural quanto a própria abordagem proposta por Rojek do termo Celebridade podem ser relacionados com a Sociedade do Espetáculo, conceito de Debord. Faz-se necessário apresentar, ainda que de maneira breve, o que seria essa Sociedade do Espetáculo. Para Debord, esse sistema pressupõe uma sociedade na qual o "espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediadas por imagens". (DEBORD, 1997, p.14). Nesse cenário, o espetáculo é o principal produto de uma sociedade centrada na mídia e no consumo e organizada em função também do consumo dessas mesmas imagens pelas quais os indivíduos se conectam e trocam experiências. Relacionando assim as fundamentações teóricas dos conceitos de Celebridade e Espetáculo, parece-nos seguro afirmar que esse fenômeno observado por Debord é uma espécie de habitat natural para as celebridades, às quais ficam incumbidas de oferecer modelos de felicidade mediante consumo, sufocando assim sua própria individualidade. (Idem, Ibidem).

O processo de espetacularização do futebol na contemporaneidade é perceptível principalmente ao analisarmos os grandes eventos da modalidade. A Copa do Mundo de Futebol, realizada de quatro em quatro anos, assemelha-se aos grandes festivais cinematográficos descritos por Morin, nos quais as estrelas eram as maiores atrações, em detrimento do próprio filme. (MORIN, 1980). Os embates entre seleções nacionais tornaram-se grandes disputas entre craques globalizados.

### **Ídolos esportivos no cotidiano dos torcedores**

Esse processo de endeusamento das celebridades e constante veiculação de suas imagens da mídia acabam por manifestar-se diretamente no cotidiano dos fãs de esporte. Rojek, em seu estudo sobre a celebridade, afirma "A celebridade só se torna um fenômeno na era do homem comum" (ROJEK, 2008, p.31). O autor desenvolve sua argumentação afirmando que a era moderna, principalmente após a revolução francesa, destronou os reis e a nobreza, antigas figuras ilustres e notórias da esfera pública. Quando estes saíram de cena e com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, especialmente da mídia impressa, criou-se uma lacuna na esfera pública, que viria a ser ocupada justamente pelas celebridades. Esses indivíduos recebem seu status glamouroso, são idolatrados, tem sua riqueza e beleza invejadas e acabam sendo consumidos por um público que se relaciona à distância com elas, na maioria das vezes por intermédio de algum meio de comunicação. Mas essa relação mediada não impede que essas celebridades encontrem-se presentes no cotidiano dos seus fãs, muito pelo contrário: é difícil escapar de tal contato. Vejamos mais um exemplo relacionado ao futebolista Neymar: em junho de 2013 (mês de estreia da Copa das Confederações no Brasil), o jogador liderou o número de aparições em inserções publicitárias na TV aberta, com mais de 1.300 inserções, representando ao todo sete marcas diferentes (G1, 2013).

Essa constante veiculação da figura de Neymar na mídia, seja ele atuante dentro de campo ou como garoto-propaganda de algum dos seus patrocinadores,



configura-se como uma estratégia de reagendamento<sup>4</sup> do jogador por parte da mídia - e porque não da própria Indústria Cultural? Após tantas inserções midiáticas, principalmente na televisão, Neymar acaba por integrar-se ao cotidiano dos torcedores. Além disso, por ser um jogador de futebol, esporte que conforme vimos anteriormente possui relações estreitas com o imaginário social do que é ser brasileiro, Neymar acaba se inserindo no conhecimento compartilhado pelos indivíduos "comuns". Indivíduos comuns são aqueles que interagem entre si e produzem o chamado "senso comum". Aborda-se aqui esse conceito pela perspectiva de José de Souza Martins, que considera-o "um método de produção de sentidos", no qual "os significados são reinventados continuamente em vez de serem copiados". (MARTINS, 2008, p.55). A perspectiva de José de Souza Martins é interessante para essa investigação pois apresenta uma vida cotidiana com potencial de criação igual senão maior até do que o de assimilação e alienante repetição. Senso comum, que muitas vezes é associado à ignorância ou conhecimento ralo, aqui é exaltado como a ferramenta capaz de unir indivíduos e promover transformações sociais.

Mesmo ocorrendo essa "invasão" de Neymar e outros ídolos esportivos à esfera do senso comum e seu constante reagendamento, não necessariamente esses torcedores afetados trabalham em seu cotidiano no sentido de reforçar a idolatria a esses atletas ou a consumir de maneira desenfreada sua imagem e/ou seus produtos. Há espaços de resistência, há um esforço de ressignificação que Certeau investiga ao estudar as artes de fazer do homem comum. Para Certeau, há a produção racionalizada, institucionalizada, de sentidos, signos, estímulos, imagens, enfim, elementos estrategicamente embalados para uso dos indivíduos em sociedade, estimulada pela ordem econômica dominante. Mas esses receptores não se limitam à uma posição alienada ou passiva, assumindo a posição também de produtores, através do próprio consumo (CERTEAU, 1994). Este tipo de reação possui algumas características que valem ser destacadas:

---

<sup>4</sup> O termo "reagendado" foi aqui utilizado em referência à hipótese de *Agenda Setting*. Utiliza-se aqui a definição de Antonio Hohfeldt (2007), cujo pressuposto central é o de que os meios de comunicação são capazes de, a médio e a longo prazo, influenciar o receptor acerca de quais temas pensar e falar, ou seja, influenciando esse público a inserir a temática em questão no seu cotidiano.

Esta (produção) é astuciosa, é dispersa, mas ao mesmo tempo ela se insinua ubiquamente, silenciosa e quase invisível, pois não se faz notar com produtos próprios mas nas maneiras de empregar os produtos impostos por uma ordem econômica dominante. (Idem, Ibidem, p.39)

Esse homem comum, o indivíduo capaz de movimentar-se e criar dentro do cotidiano, produtor do senso comum, se vale de "táticas" para ressignificar os produtos recebidos. Essas táticas são as "maneiras de fazer (...) artes de dar golpes, astúcias de 'caçadores'", meios que o homem simples dispõe para resistir às estratégias de dominação cultural e econômica às quais está submetido.

Este trabalho não propõe uma investigação profunda sobre até que ponto o homem comum brasileiro resiste às estratégias do espetáculo e da Indústria Cultural de transformação de Neymar em um ídolo futebolístico nacional e como esses "golpes" de ressignificação se dariam. Para que pudéssemos afirmar uma ou outra posição relativa ao comportamento do receptor de tais estímulos, seriam necessários estudos de recepção mais detalhados e com resultados mais complexos, proposta que não é a desse artigo. Mas é importante ressaltar que esse processo de celebração do jogador não é definitivo nem absoluto: além do "mundo do autor" existe também o "mundo do leitor", este alguma vezes oposto, que irá produzir novos sentidos nas entrelinhas do texto veiculado. (Idem, Ibidem).

### **Considerações finais**

Após um percurso conceitual pelas definições de Mito, do Herói, das Estrelas e da Celebridade, foi possível traçar um perfil detalhado (embora não definitivo) do que seria o ídolo esportivo contemporâneo. Ele apresenta algumas semelhanças com as estrelas de cinema amplamente estudadas por Morin, mas seu maior parentesco se dá com as celebridades.

Algumas qualidades desses ídolos são essenciais para compreender sua configuração atual. Eles tem sua fama adquirida através de seus feitos esportivos invejáveis ou atribuída e potencializada por diversos intermediários culturais, como

profissionais de marketing, assessores de imprensa, dentre outros. O segundo tipo tem a vantagem de não ser tão dependente de uma performance desportiva favorável.

Alguns jogadores, principalmente os que se encontram mais em evidência na mídia, torna-se portadores ambulantes de signos, discursos e mensagens publicitárias, em detrimento de seu próprio conteúdo humano. Neymar, por exemplo, anuncia 7 tipos de marcas diferentes, o que deixa a questão para futuras pesquisas: o quanto do indivíduo Neymar transparece em cada uma dessas inserções?

Esses desportistas atuam com papel central não apenas dentro das quatro linhas do campo, mas no palco sociedade do espetáculo, tornando-se objeto de consumo dos fãs. Mas também acabam consumindo seus próprios fãs, através da interferência em seu cotidiano, no constante reagendamento de suas aparições e inserção no senso comum dos torcedores. Entretanto, o homem comum ainda é capaz de resistir e ressignificar as mensagens produzidas ordem econômica e social produtora desses estímulos.

Idolatria esportiva (especificamente futebolística, nesse caso) e Indústria cultural apresentam uma ligação forte na contemporaneidade. A Indústria Cultural seleciona, molda, embala e vende talentos, um após o outro, até mesmo no esporte, ofertando ídolos aos torcedores. O processo de celebrificação torna jogadores aptos a ocupar esse posto de ídolo; os intermediários culturais trabalham para que a imagem desse atleta seja mais atraente para o público; e esse processo ocorre com o objetivo de garantir um retorno financeiro para as partes envolvidas no processo.

## **Referências bibliográficas**

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. A *Indústria Cultural*: o esclarecimento como mistificação das massas. In: \_\_\_\_\_. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BBC. Maradona inspira criação de "igreja" na Argentina. Disponível em: [http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2002/021108\\_maradonalmp.shtml](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2002/021108_maradonalmp.shtml). Acesso em 22/07/2015.

- CAMPBELL, J. *O herói de mil faces*. São Paulo: Pensamento, 2007.
- CERTEAU, M. *A Invenção do Cotidiano: Artes de Fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.
- DAMO, Arlei Sander. *O espetáculo das identidades e alteridades - as lutas pelo reconhecimento no espectro do clubismo brasileiro*. In: CAMPOS, Flavio de; ALFONSI, Daniela (org.). *Futebol objeto das ciências humanas*. São Paulo: Leya, 2014.
- DEBORD, G. *A Sociedade do Espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- G1. Neymar lidera ranking de aparições em propaganda na TV durante junho. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2013/07/neymar-lidera-ranking-de-aparicoes-em-propaganda-na-tv-durante-junho.html>. Acesso em 22/07/2015.
- GALEANO, E. *Futebol ao sol e à sombra*. Porto Alegre: L&PM, 2014.
- HELAL, R. *Mídia e Idolatria no universo do futebol*. In: FRANÇA, V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P. *Celebridades no Século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- HOHLFELDT, A. *Hipóteses Contemporâneas de Pesquisa em Comunicação*. In: \_\_\_\_; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. (org.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- IBOPE MEDIAa. Esportes que dominaram a TV aberta. Disponível em: - <http://www.ibopemedia.com/os-esportes-que-dominam-a-tv/>. Acesso em 22/07/2015.
- IBOPE MEDIAb. Um país que respira esportes. Disponível em: <http://www.ibopemedia.com/um-pais-que-respira-esportes/>. Acesso em: 22/07/2015.
- IBOPE MEDIAc. IBOPE Repucom aponta as beldades do futebol que mais influenciam as mulheres. Disponível em: <http://www.ibopemedia.com/ibope-repucom-aponta-as-beldades-do-futebol-que-mais-influenciam-as-mulheres/>. Acesso em: 22/07/2015.
- MARTINS, J. S. *O Senso Comum e a vida cotidiana*. In: \_\_\_\_\_. *A sociabilidade do homem simples: cotidiano e história na modernidade anômala*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.
- MIRCEA, E. *Mito e Realidade*. São Paulo: Perspectiva, 2011.
- MORAES, D. *A Batalha da Mídia: Governos Progressistas e Políticas de Comunicação na América Latina e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2009.
- MORIN, E. *As estrelas de cinema*. Lisboa: Livros Horizonte, 1980.
- RODRIGUES, Marcio Silva; SILVA, Rosimeri de Fátima Carvalho. *Clientes ou torcedores: a empresarização do futebol no Brasil*. Publicado em 08/2006. Disponível no site <http://www6.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/159/131>. Acesso em 01/10/2013. Acesso em 16/05/2014.
- ROJEK, C. *Celebridade*. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- RÜDIGER, F. *A Escola de Frankfurt*. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. (org.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*.  
Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002.



## **Cultura e Limites do Humor<sup>1</sup>**

Análise dos diálogos da série *The Big Bang Theory*

Marcelo Siqueira Maia Vinagre Mocarzel<sup>2</sup>

### **Resumo**

Em todo o mundo, desde os atentados contra o jornal francês *Charlie Hebdo*, está em pauta o debate sobre os limites do humor. Entendemos que tais limites são culturais, pois o que é considerado engraçado em um contexto pode ser ofensivo em outro. Assim, este trabalho busca investigar como o humor se dá em dois diferentes contextos – Brasil e Estados Unidos – a partir de falas selecionadas da série norte-americana de sucesso mundial, “*The Big Bang Theory*”. Analisando os discursos e as representações que tais diálogos carregam, buscaremos traçar um perfil cultural em relação ao humor em ambos os países, a partir de contrastes de produção e recepção.

**Palavras-chave:** Humor; Cultura; Entretenimento.

### **Introdução**

Na manhã do dia 7 de janeiro de 2015, terroristas islâmicos invadiram a sede do jornal satírico *Charlie Hebdo*, em Paris, e assassinaram doze pessoas, deixando outras cinco gravemente feridas. O atentado foi uma retaliação à publicação de charges ironizando personalidades do mundo islâmico, sobretudo do profeta Maomé. Fundado em 1970, o semanário ridiculariza diversas correntes ideológicas, como

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação pela PUC-Rio e professor do Unilasalle-RJ. Email: [marcelomocarzel@gmail.com](mailto:marcelomocarzel@gmail.com)

catolicismo conservador, o comunismo francês, o judaísmo e o islamismo, entre outras, definindo-se como um veículo libertário.

O atentado chocou o mundo e diversos líderes e personalidades e milhões de pessoas protestaram em favor da liberdade de imprensa e de expressão, contra os atos violentos, cunhando a expressão mundialmente conhecida “*Je Suis Charlie*”. O ato bárbaro reacendeu o debate em todo mundo sobre os limites do humor e sobre a necessidade ou não de se limitar a livre expressão dos meios de comunicação. Inclusive, mesmo depois do atentado, o jornal ganhou muitos críticos por satirizar figuras quase intocadas como o próprio “Deus”, defendendo um ateísmo crítico e o fim das religiões.

Este artigo busca discutir sobre a questão dos limites do humor a partir de uma abordagem cultural, uma vez que o atentado contra o *Charlie Hebdo* colocou esta temática na pauta do dia. Para isso, utilizaremos um sitcom norte-americano de grande sucesso mundial – *The Big Bang Theory* – para analisarmos como o humor é encarado em dois contextos diferentes: Brasil e Estados Unidos. Analisaremos algumas falas do programa, buscando entender como determinadas cenas humorísticas seriam encaradas no Brasil pela opinião pública.

### ***The Big Bang Theory*: a sitcom clássica**

A palavra *sitcom* é um fusão dos radicais de duas palavras da língua inglesa – *situation* e *comedy* e designa “comédia de situação”. Normalmente, as *sitcoms* abordam situações do dia a dia, utilizando o humor como pano de fundo. Tais programas surgiram inicialmente nas rádios norte-americanas na década de 1920 e chegaram à televisão nos anos 1940 (FURQUIM, 1999).

As comédias de situação se diferenciam de outras categorias de série, como as de drama, terror e ficção científica, por exemplo, justamente por utilizarem o cotidiano, as pequenas coisas, os diálogos triviais; isso faz com que o espectador se reconheça nos personagens, nos enredos prosaicos e completamente possíveis. O humor não é uma obrigatoriedade. Segundo Furquim (1999, p. 8), “as sitcoms não

visam basicamente, fazer o público rir.” Mas o reconhecimento dos espectadores nas situações é que trazem o humor; logo o contexto cultural é relevante.

Diferentemente de uma novela, onde cada capítulo gera o *plot* do capítulo seguinte, nas *sitcoms* há uma independência no roteiro de cada capítulo, por mais que alguns conhecimentos prévios sejam requeridos em algum momento. Esta autonomia facilita a adesão de novos fãs, uma vez que algumas séries se perpetuam na televisão por anos e anos.

*The Big Bang Theory* (TBBT) traz consigo praticamente todos os elementos de uma sitcom clássica: situações cotidianas reificadas por novas representações que geram o humor; personagens bem construídos que geram identificação por parte do público; diálogos rápidos, irônicos, inteligentes, repletos de camadas de compreensão.

Tendo estreado em 2007, TBBT ainda hoje é um sucesso de público e crítica. De acordo com sua página oficial<sup>3</sup>, a série já ganhou dezenas de prêmios (incluindo Emmy's e Globo de Ouro) e alcançou o patamar de maior audiência dos Estados Unidos das séries em exibição. Segundo pesquisa da Nielsen<sup>4</sup>, a série tem em média 21 milhões de espectadores nos EUA, sendo a segunda no ranking das mais vistas da temporada 2014-2015.

A série trata da subcultura *geek*, uma atualização da cultura *nerd*, como era chamada nos anos 1980. Mas com os avanços tecnológicos, o termo *geek* assumiu a dianteira ao retratar grupos e pessoas que possuem intensa relação com o mundo virtual e eletrônico, em detrimento de outras áreas. A *sitcom* aborda os contrastes comportamentais entre um grupo de cientistas e uma garota descolada e popular, mas com poucos talentos acadêmicos. A falta de traquejo e a dificuldade de interação social do grupo de amigos em diferentes contextos (festas, relacionamentos amorosos, esportes etc.) é o principal mecanismo de humor da série.

É importante mencionar que a subcultura *geek* cada vez mais deixa de ser uma subcultura para se tornar *mainstream*, uma vez que a tecnologia está cada vez mais

<sup>3</sup> Disponível em: [www.cbs.com/shows/big\\_bang\\_theory/](http://www.cbs.com/shows/big_bang_theory/)

<sup>4</sup> Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/televisao/as-10-series-de-maior-audiencia-da-temporada-2014-2015/>

presente na vida das pessoas, não estando mais restrita a grupos específicos. Por mais que haja um exagero em certos comportamentos (por se tratarem de físicos e, em certa medida, terem comportamentos positivistas), é notável que a população em geral dos Estados Unidos e diversos outros países vem adotando alguns hábitos antes restritos aos *geek*.

### **Subculturas**

A discussão sobre subculturas é, antes de tudo, conceitual. É preciso diferenciar subcultura de outras terminologias poderosas como estilos de vida (GIDDENS, 2002), cenas culturais (SHANK, 1994) ou tribos (MAFFESOLI, 2010), que por mais relevantes que sejam, não dão conta simultaneamente das características das subculturas juvenis, como nos traz Hesmondhalgh (2005).

A conceituação de subcultura nasceu dos novos padrões de comportamento dos jovens das classes operárias inglesas, tendo seu ápice no movimento *punk*, que se espalhou pelo planeta e tornou-se a mais importante subcultura, que persiste até os dias de hoje. O *punk* se fundamentou na ideia de bricolagem (HEBDIGE, 1991), na resistência contra uma cultura de consumo juvenil imposta, (CLARKE, HALL, JEFFERSON e ROBERTS, 2006), na interrogação auto-reflexiva (ADAMS, 2008), na autenticidade, transgressão e marginalidade (FREIRE FILHO, 2005).

A transitoriedade das subculturas é algo importante de ser mencionado: elas se comportam como uma onda; chegam de maneira avassaladora, explodem e somem discretamente, por mais que ainda hajam membros vivenciando-a de maneira esparsa. Segundo Freire Filho (2005, p. 145):

(...) demasiadamente instáveis, marginais, vulneráveis, as subculturas espetaculares causavam barulho, conquistavam espaços culturais, atraíam os holofotes da mídia e a atenção das instituições dominantes da sociedade, ocasionavam, eventualmente, mudanças repressivas na esfera judiciária, estabeleciam novas convenções, criavam modismos e... feneciam.

A noção de subcultura está associada a uma série de elementos que a constituem. Trazendo para o campo das representações sociais, as subculturas chegam objetivando comportamentos e a sociedade – sobretudo as autoridades e os meios de comunicação – buscam ancorar essas novas representações em outras já conhecidas, tornando familiar o não-familiar.

Cada vez que surge uma nova subcultura, repleta de contestação e com comportamentos peculiares, a cultura dominante (*mainstream*) busca aproximá-la de algum fenômeno já conhecido, por mais que, na maior parte das vezes, seja algo bem diferente e peculiar.

Por mais que a subcultura tenha algumas referências da “cultura mãe”, como nos mostram Clarke, Hall, Jefferson e Roberts (2006), há alguns aspectos importantes a serem analisados. Segundo os autores, a subcultura deve ser entendida a partir de sua relação com o consumo e lazer; com o contexto de acesso à educação e com as referências culturais. Mas, o principal elemento que caracteriza uma subcultura é a autenticidade.

Em TBBT encontramos na subcultura *geek* todos esses elementos citados: a juventude (os personagens possuem vinte e poucos anos); o consumo e o lazer (artefatos tecnológicos, lojas de gibis, *videogames*, *paintball*); o contexto educacional (os personagens trabalham no departamento de Física de uma respeitada universidade da Califórnia e possuem grande saber acadêmico e realizam experimentos científicos com alguma frequência) e cultural (uso de fantasias referências de filmes e séries de super-heróis e ficção científica etc.). A autenticidade deste grupo é reforçada pelo contraste com os *outsiders* – pessoas externas à subcultura –, como a vizinha Penny, uma garçonete e atriz frustrada, com pouco estudo e muitas habilidades sociais.

O humor, inclusive é um elemento metalinguístico importante: por vezes, o que o grupo considera engraçado não é sequer compreendido pelos *outsiders*; a tentativa de equacionar todas as situações da vida social, forjar experimentos com as pessoas e simular e organizar padrões de comportamento faz com que o positivismo do grupo construa um teor de autenticidade perante os demais. E justamente este humor nascido do contraste de duas realidades que iremos analisar.



## **O humor em dois contextos culturais**

A partir da análise de alguns episódios de TBBT encontramos alguns pontos de análise que merecem um aprofundamento de análise. Em primeiro lugar é preciso evidenciar que a série é transmitida nos EUA e simultaneamente no Brasil, sendo assim, não haveria motivo para supor que determinada cena ou fala geraria alguma repercussão negativa por aqui. Mas a grande diferença é que esta série é exibida no horário nobre da TV aberta americana, enquanto que foi restrita à TV paga no Brasil. Mesmo o canal SBT tendo resolvido transmitir na madrugada, a dublagem modifica determinadas falas, dando um ar mais aceitável à realidade brasileira.

O humor no Brasil já atravessou diversas fases, tendo surgido com as tirinhas satíricas, passando pelo humor pastelão de Chico Anísio e Jô Soares, pelo humor político do Pasquim e hoje tem como novo expoente o humor de improviso, bem como o humor politicamente incorreto da internet, como o canal Porta dos Fundos. Sabemos que em determinados espaços, há menos limites que em outros, como é o caso da internet, território da livre expressão e também da livre contestação. De acordo com Possenti (2003), a medida do humor pode estar, sobretudo, no que é proibido. O próprio discurso já carrega formas de controle, como nos mostrou Foucault (2010); sendo um discurso satírico, as interdições são ainda mais latentes, uma vez que toca em pontos que são abordados pelas margens, o que Dascal (1985) caracteriza como “tese da indirectude das piadas”.

O humor hoje ocupa o horário nobre a TV aberta brasileira, com novelas, *sitcoms*, programas de auditório e humorísticos distribuídos na programação por quase todos os dias. Mas há um claro limite estabelecido entre o humor da TV aberta e o humor da internet, dos memes, nos vídeos etc. Na TV, o humor hoje vem sendo acusado de não divertir, pois é limitado em sua linguagem e expressão, graças às faixas de classificação etária, que podem prejudicar a audiência. Por exemplo, a utilização de palavrões em humorísticos é pouco comum, pois seu uso limita o programa a uma faixa etária mais velha, diminuindo consequentemente o número de espectadores.

O próprio TBBT não faz uso de expressões propriamente vulgares, como podemos identificar em outras séries americanas voltadas para adultos exclusivamente, mas seu humor politicamente incorreto incita o debate sobre os dois contextos em questão. No Brasil, já se pode identificar uma migração para a internet de quem busca conteúdos de humor; o principal programa de humor da TV Globo, “Zorra”, passou recentemente por reformulações de conteúdo e direção, buscando se afastar do humor teatral tradicional, ancorado em personagens caricatos e bordões, ganhando mais velocidade e textos mais profundos, ainda que isso não tenha sido sentido na audiência.

Diferentemente do que acontece no Brasil, a cultura norte-americana é pautada na liberdade de expressão. A Primeira Emenda à Constituição<sup>5</sup>, promulgada em 1791, já proibia o Congresso a criar qualquer lei que coibisse a liberdade de expressão. Logo, em um país com um longo período de democracia estável, já há uma espécie de enraizamento dos direitos democráticos, que passam a fazer parte da cultura. A força da Primeira Emenda é tão grande que nos EUA ninguém pode ser preso ou processado por opinião, incluindo discursos de ódio, críticos ao país, preconceituosos etc. Há raras exceções neste caso.

A cultura brasileira se desenhou de outra maneira. Após o período colonial, tivemos monarquias que controlavam as pessoas e as liberdades. Em seguida, fomos governados por presidentes militares, que não davam espaço à livre opinião. Tivemos raros períodos que podemos chamar de democráticos no século XX, passando por duas ditaduras. Experienciamos o primeiro período de estabilidade democrática nos últimos trinta anos e ainda estamos aprendendo a lidar com a liberdade. Mas ainda há um culto à censura, uma imprensa não tão livre e uma necessidade de regulamentação externa de qualquer atividade que aconteça em solo brasileiro. Há uma nítida distinção entre os contextos brasileiro e americano no que tange às liberdades individuais.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <http://iipdigital.usembassy.gov/st/portuguese/>. Acesso em 10 ago. 2015.

Tal cultura se reflete no consumo de entretenimento também. Vale destacar que a TV aberta americana é muito maior que a do Brasil, que é dominada pela Globo e tem outras quatro concorrentes principais – Record, SBT, Band e RedeTV. O fato de haver poucos canais abertos no Brasil gera uma concentração de audiência maior do que nos EUA, onde a distribuição da audiência por dezenas de canais abertos e uma grande presença da TV fechada gera números absolutos menores.

O fato é que TBBT ganhou o mundo. Segundo o jornal *The Guardian*<sup>6</sup>, trata-se simplesmente da série mais assistida do mundo, que sobrevive às críticas graças à cultura fã que a envolve. O humor mais utilizado na série é o sarcasmo, inclusive de forma metalinguística. Os personagens se criticam entre si de forma velada, demonstrando ora inocência, ora ironia nos comentários e ações.

De acordo com Sperber e Wilson (1992), há três tipos de ironia: a verbal, a dramática e a situacional. A verbal é de fácil compreensão; significa dizer algo significando outra coisa. A dramática está localizada na relação entre audiência e personagens: quando o público percebe algo que o personagem desconhece, temos a consumação da ironia dramática. Já a ironia situacional é a diferença entre um resultado esperado e o que realmente acontece. Tais autores tratam sarcasmo e ironia como sinônimos, mas isto não é uma unanimidade.

Em TBBT, as três formas de ironia reconhecidas pelos autores estão presentes, porém a mais comum é a verbal. Há casos bem marcantes de ironia situacional, dado o contraste de comportamentos entre os amigos *geek* (Sheldon, Leonrad, Howard e Raj) e a vizinha Penny e ainda algumas situações em que a tensão da descoberta prévia pelo grupo é explorada. Mas vamos nos ater à ironia verbal, pois é basicamente ela que gera o debate sobre os limites do humor.

### **Análise de um episódio**

Escolhemos um episódio da segunda temporada para analisarmos (o programa atualmente se encaminha para a nona). A escolha não é aleatória; é interessante

---

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2014/oct/07/the-big-bang-theory-critics-fans>. Acesso em 10 ago. 2015.

pensar que o tipo de humor identificado já era possível no início da exibição da série, quando não havia de fato um grupo de fãs tão sedimentado como se tem hoje. Naquele momento, determinados comportamentos poderiam ser considerados arriscados, algo que hoje já não se processa tanto.

O episódio “*The Work Song Nanocluster*” foi exibido pela primeira vez em março de 2009, com 9 milhões de espectadores. A história geral gira em torno de Penny, que resolve fazer presilhas de cabelo artesanais para vender. Ao analisar o plano de negócios da vizinha, Sheldon decide intervir, para que a mesma possa ter lucro, agregando lições de administração e *marketing* ao projeto que, inicialmente, era simples e caseiro. Quando Leonard, Howard e Raj ouvem os dois cantarem um canção de trabalho (usada por marinheiros para dar ritmo às ações), se envolvem na ideia, agregando ideias tecnológicas e científicas e retirando Penny do controle do projeto. Os trechos a serem analisados foram traduzidos livremente, mas procurando respeitar a essência da ironia pretendida no roteiro.

O primeiro diálogo se dá entre Sheldon e Penny, debatendo sobre os lucros da ideia rudimentar de Penny:

Sheldon – Você vai efetivamente ganhar 5 dólares e 19 centavos por dia.

Penny – Por dia?

Sheldon – Crianças nas fábricas da Indonésia ganham mais do que você.

A ironia, que não é respondida por Penny, mas é compreendida, fala do trabalho infantil em fábricas dos países desenvolvidos, um problema social grave de nível mundial. Segundo a Organização Internacional do Trabalho, 168 milhões de crianças no mundo realizam trabalho infantil<sup>7</sup>. É preciso lembrar que este é um problema menor nos EUA; o trabalho infantil é uma epidemia em países subdesenvolvidos como o Brasil e a própria Indonésia, sem mencionar os países miseráveis da Ásia, África e América Latina.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www.ebc.com.br/cidadania/2015/06/oit-alerta-que-168-milhoes-de-criancas-realizam-trabalho-infantil-no-mundo>. Acesso em 10 ago. 2015.

No contexto americano, tal ironia é relevada. Acreditamos que no contexto brasileiro, nos dias de hoje, tal ironia fosse alvo de protestos virtuais, no mínimo. No Brasil é tabu qualquer humor que desvele situações de abandono; não por haver uma grande consciência, mas por expor problemas que preferimos esconder, muitas das vezes. O humor é considerado ruim quando é utilizado para ridicularizar pessoas em situação de vulnerabilidade. Ainda é aceitável o humor com minorias (negros, índios, homossexuais, mulheres), mas sempre sob a justificativa de que não é ofensivo e sim jocoso. Mas a tendência é que sobre cada vez menos espaço para esse tipo de humor diante de protestos de entidades e organizações não-governamentais.

Um outro diálogo se dá, no mesmo episódio, quando Leonard coloca no ar a página de vendas dos produtos de Penny. Aparentemente, ele inseriu elementos juvenis, que aproximavam a página de uma temática adolescente. Ao analisarem a tela do computador, surge o seguinte diálogo:

Leonard – Penny, o que achou?

Penny – Parece uma página do *MySpace* de uma garota de 13 anos.

Leonard – Ah, não parece...

Howard – Ah, por favor... coloque ela no ar que vai atrair pedófilos.

O diálogo toca em um outro grave problema social: a pedofilia. A internet tem sido usada como meio de atração de menores por criminosos e a piada toca em um ponto altamente problemático. Após ser pronunciada pelo personagem Howard, a ironia é ignorada e seguida de risos ao fundo. O diálogo segue.

Novamente o tabu enfrentado por TBBT não seria, acreditamos, recebido com tranquilidade no contexto nacional. Há alguns anos, uma simples menção sobre o tema pelo apresentador Rafinha Bastos, na época no programa CQC, da Band, rendeu ao mesmo demissão, processo e a perda de contratos de anunciantes para a emissora.<sup>8</sup> Evidentemente, foi uma piada direcionada, mas a reação da sociedade dizia muito sobre a recepção do tema.

---

<sup>8</sup> Dipsonível em <http://extra.globo.com/famosos/apos-ser-condenado-pagar-r150-mil-wanessa-camargo-rafinha-bastos-faz-piada-no-facebook-16554355.html>. Acesso em 10 ago. 2015.



Esta, inclusive não é a única menção ao tema na série: posteriormente, há um capítulo em que um ator finge ser um primo de Sheldon, que mergulhou nas drogas após ter sido abusado sexualmente por um padre nas Filipinas. Há também menções satíricas ao judaísmo, centradas no personagem Howard. Há inclusive piadas com o nazismo, algo que é tabu em grande parte do mundo.

No Brasil, a atriz Tatá Werneck fez uma piada com judeus no programa “Amor e Sexo” e prontamente houve uma reação da comunidade judaica.<sup>9</sup> Da mesma forma, em TBBT há piadas racistas, geralmente envolvendo o indiano Raj. Essas falas inclusive são ressaltadas pelo personagem, que reconhece o racismo, mas na maioria das vezes não se sente ofendido. Hoje no Brasil, há uma polêmica envolvendo um personagem do programa Pânico na Band, o Africano. O ator e os produtores do programa são acusados de racismo, por apresentarem um estereótipo africano imbecilizado, alguém que mal sabe falar e se expressar.<sup>10</sup>

### **Considerações Finais**

A partir do que foi exposto, é preciso lembrar que o programa, nos EUA, não é uma unanimidade. Da mesma forma que acontece aqui, há reações de todas as formas contra determinadas falas e episódios, bem como pela maneira como são retratados os personagens.

A grande diferença é cultural: como já apontou DaMatta (1997), enquanto no Brasil de herança aristocrática ainda persiste a lógica do “você sabe com quem está falando”, nos EUA, a lógica igualitária traz o “quem você pensa que é?”. Sendo assim, no Brasil, a ironia é tida como direcionada, ofensa pessoal; enquanto na cultura norte americana, o humor ganha mais elasticidade, por se dirigir ao coletivo.

O individualismo brasileiro acaba por se aproximar, em certa medida, do radicalismo islâmico, que interpreta literalmente o que lhe convém e toma por si só as

---

<sup>9</sup> Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2013/11/04/nao-tive-intencao-de-ofender-diz-tata-verneck-sobre-piada-com-judeus.htm>. Acesso em 10 ago. 2015.

<sup>10</sup> Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/panico-na-band-denunciado-por-racismo-devido-personagem-que-mostra-africano-imbecilizado-17144342>. Acesso em 10 ago. 2015.

atitudes cabíveis. Em um sociedade plenamente democrática, o direito de censura não pode se sobrepor à liberdade de expressão. E para resolver atritos decorrentes, há sempre a cega justiça para se recorrer.

## Referências

ADAMS, Ruth. *The englishness of english punk: Sex Pistols, subcultures, and nostalgia*. **Popular Music & Society**, v. 31(4), p. 469 – 488, 2008.

CLARKE, John; HALL, Stuart; JEFFERSON, Tony; ROBERTS, Brian. *Subcultures, cultures and class*. In: HALL, Stuart & JEFFERSON, Tony. **Resistance through rituals: youth subcultures in post-war Britain**. Londres: Routledge, 2006.

DaMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: para um sociologia do dilema brasileiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DASCAL, Marcelo. *Language use in dreams and jokes: sociopragmatics vs. psychopragmatics*. **Language and Communication**, 5 (2), 95-106, 1985.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. São Paulo: Loyola, 2010.

FREIRE FILHO, João. Das subculturas às pós-subculturas juvenis: música, estilo e ativismo político. **Contemporanea**, vol. 3, n. 1, p. 138-166, jan./jun. 2005.

FURQUIM, Fernanda. **Sitcom: definição e história**. Porto Alegre: FCF, 1999.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

HEBDIGE, Dick. **The meaning of style**. Londres: Rotledge, 1991.

HESMONDHALGH, David. *Subcultures, scenes or tribes? None of the above*. **Journal of Youth Studies**, vol. 8, n. 1, p. 21-40, 2005,

IZAIAS, Karla. A análise da ironia por meio da teoria da relevância na comédia de situação *The Big Bang Theory*. **BELT Journal**, v. 2, n. 1, p. 69-83, jan./jun. 2011.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

POSSENTI, Sírío. Limites do humor. **Língua e Literatura**, n. 26, 2003.

SHANK, Barry. *Dissonant identities: the rock 'n'roll scene in Austin, Texas*. Hanover: Wesleyan University Press, 1994.

WILSON, Deirdre & SPERBER, Dan. *On verbal irony*. **Lingua** 87, 53-76, 1992.

## **Um Estudo Sobre Consumo em: NO<sup>1</sup>** *La Alegría Ya Viene*

Mariana Ayres Tavares<sup>2</sup>

### **Resumo**

O objetivo deste estudo é analisar as maneiras pelas quais a publicidade se expressa em nossa sociedade, investigando algumas de suas características fundamentais e, especificamente, como ela é representada no filme *No* que passa durante o plebiscito chileno de 1988, que decidiria sobre a permanência ou não do ditador Augusto Pinochet no poder por mais oito anos. Nesse sentido, este trabalho deve debater como *NO* apresenta perspectivas, interpretações, questões polêmicas e um determinado imaginário sobre a publicidade, o papel da narrativa e os caminhos para construí-la de uma maneira eficaz, transformando uma ideia, um conceito, uma posição política em um produto específico.

### **Palavras-chave**

Plebiscito; Campanha do *NO*; Publicidade; Narrativa

### **Contexto e o golpe**

Este estudo pretende discutir a importância da publicidade na sociedade moderno-contemporânea e as características desse fenômeno que são capazes de torna-lo algo central na estrutura da nossa própria sociedade é um desafio no campo das ciências sociais. No caso do filme *NO* em especial, a obra cinematográfica apresenta uma série de elementos para discutirmos como uma campanha publicitária, sua linguagem específica, sua estrutura, seu caráter mágico, a construção e a transmissão de características simbólicas podem fazer com que um posicionamento político vista uma nova roupagem.

*NO* é um filme que relata a campanha do “Não” no plebiscito de 1988, realizado no Chile, que decidiria pela permanência de Pinochet no governo por mais oito anos. Naquele contexto, os partidos com orientação conservadora e de direita se

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela PUC-Rio. Email: [ayres.mari@gmail.com](mailto:ayres.mari@gmail.com)

colocaram ao lado da campanha pelo “Sim”, liderada pelo próprio Governo. Por outro lado, os partidos de esquerda - exatamente 17 organizações - se juntaram para realizar a campanha pelo Não. As duas campanhas tinham direito a realizar um programa de 15 minutos na TV. A campanha do “Sim” procurou destacar, principalmente, o medo da volta para a democracia, com relatos e imagens do período em que o presidente do Chile era Salvador Allende. A campanha do “Não” buscou uma linguagem mais encantadora e leve, orientada para superar o medo da votação e apresentando o futuro com esperança e alegria.

O filme analisado se inicia exatamente no momento em que as estratégias de campanha estão sendo organizadas e definidas. Este longa lançado em 2012 obteve 10 premiações, com destaque para o de melhor filme no Festival de Cannes no mesmo ano do seu lançamento, e 13 indicações, entre elas a indicação para o Oscar 2013 na categoria de melhor filme estrangeiro. Um aspecto interessante foi que todo o filme foi filmado com uma película envelhecida e faz com que o expectador tenha a percepção de estar assistindo um material documental daquele momento histórico. Esse recurso confere um aspecto de veracidade à narrativa. Além disso, outro destaque de *NO* é a atuação de Gael Garcia Bernal que vive o publicitário René Saavedra, o ator Mexicano já consagrado por trabalhos anteriores, principalmente, *Diários de motocicleta* (2004) e *Ensaio sobre a Cegueira* (2008) o filme da obra de José Saramago, e foi indicado para mais algumas premiações. Além de dele o longa conta com outros atores importantes como Luis Gnecco e Alfredo Castro.

*NO* é uma adaptação para o cinema do roteiro da peça “*El Plebiscito*” escrita por Antonio Skármeta, o escritor foi para o exílio logo após do golpe em 1973, pois na época já tinha participado de algumas produções cinematográficas para Unidade Popular (UP). O encontro entre o texto de Skármeta e o diretor Pablo Larraín foi através de um amigo que conheceu os filmes dirigidos por Pablo em um festival de cinema. Diferente de Skármeta, Larraín não viveu o golpe, nasceu três anos após, quando o país já era governado por Pinochet. *NO* foi o terceiro filme de uma trilogia do diretor sobre a ditadura, o primeiro foi o filme *Tony Manero* em 2008 e o segundo



em 2010 chamado *Post mortem*. Não são filmes sequenciais, têm apenas como ligação o mesmo eixo temático: o período da ditadura no Chile.

Apesar de ser baseado em fatos reais, o filme não é um relato fiel do plebiscito, mas sim um recorte de um momento histórico contado sob a ótica de uma campanha publicitária.

Para entendermos um pouco mais do contexto da época em que se passa o filme, é importante voltarmos ao ano de 1973. Logo pela manhã do dia 11 de setembro, o presidente Salvador Allende foi chamado às pressas no Palácio *La Moneda* por haver uma movimentação das Forças Armadas vindo de *Valparaíso*. O golpe interno na corporação já havia acontecido naquela mesma madrugada, Exército e Aeronáutica aderiram por vontade de seus comandantes, à época, Augusto Pinochet e Gustavo Leigh, respectivamente. Apenas com a guarda pessoal e alguns funcionários do Governo, Allende logo percebeu ao decorrer da manhã que aquela era uma luta perdida, ao decidir não renunciar pediu a todos que abandonassem o prédio para evitar mortes. Os bombardeios iniciaram antes do 12:00.

(...) Diante destes fatos só me cabe dizer aos trabalhadores: Não vou renunciar! Colocado numa encruzilhada histórica, pagarei com minha vida a lealdade ao povo. E lhes digo que tenho a certeza de que a semente que entregamos à consciência digna de milhares e milhares de chilenos, não poderá ser ceifada definitivamente. [Eles] têm a força, poderão nos avassalar, mas não se detém os processos sociais nem com o crime nem com a força. A história é nossa e a fazem os povos. (...) Estas são as minhas últimas palavras e tenho a certeza de que o meu sacrifício não será em vão, tenho a certeza de que, pelo menos, será uma lição moral que castigará o crime, a covardia e a traição.<sup>3</sup>  
(Arquivo do Museo de La Memoria y Los Derechos Humanos)

---

<sup>3</sup> (...) Ante estos hechos sólo me cabe decir a los trabajadores: ¡Yo no voy a renunciar! Colocado en un tránsito histórico, pagaré con mi vida la lealtad del pueblo. Y les digo que tengo la certeza de que la semilla que hemos entregado a la conciencia digna de miles y miles de chilenos, no podrá ser segada definitivamente. Tienen la fuerza, podrán avasallarnos, pero no se detienen los procesos sociales ni con el crimen ni con la fuerza. La historia es nuestra y la hacen los pueblos. (...) Estas son mis últimas palabras y tengo la certeza de que mi sacrificio no será en vano, tengo la certeza de que, por lo menos, será una lección moral que castigará la felonía, la cobardía y la traición.

Estas foram as últimas palavras do Presidente Salvador Allende antes de morrer durante o golpe que colocava fim ao período do governo da Unidade Popular (UP) no Chile, dando início ao período de 15 anos que se seguiu a Ditadura Militar comandada por Augusto Pinochet.

Em outros países da América Latina as ditaduras já estavam estabelecidas: na Argentina em 1962; no Brasil em 1964; no Peru em 1969 e no Uruguai em 1973, apenas alguns meses antes do Chile. Em comum, elas possuem o contexto econômico e político externo, porém, bem distintas são as condições e contextos específicos de cada país. Diferente de alguns dos países acima citados, o Chile, estava sob o controle executivo de um partido Socialista com a eleição de Allende em 1970 pela Unidade Popular (UP), e a maioria do congresso era composta por partidos conservadores, em meio a disputa de interesses, o país vivia uma profunda crise política e econômica. Mesmo com todos esses sinais, o forte histórico de liberdade da política chilena fez com que muitos acreditassem que o golpe não era possível. Sobre isso o historiador Moniz Bandeira comenta na introdução de seu livro “Fórmula para o Caos”, sobre a ascensão e queda de Allende, a razão de tanta confiança nessa liberdade:

Jamais acreditei que Salvador Allende pudesse sustentar-se por muito tempo no governo. O Chile nunca fora um país tão estável como se propalava. Em 150 anos, desde a independência até 1970, lá houve quatro guerras civis e também golpes de Estado, que derruíram os governos existentes. E o fato de que desde 1932 não ocorria um golpe de Estado não significava que a ameaça não existisse. As circunstâncias históricas são mutantes. E o Chile não recebera nenhuma vacina contra o golpe de Estado. O excepcionalismo do Chile afigurava-se-me como um mito (BANDEIRA, 2008, p. 36).

30 de Agosto de 1988. Após 15 anos de uma dura e repressiva ditadura os “ares” da democracia começam a soprar no Chile. Em números apurados alguns anos após o término da ditadura, a repressão e violência ficam marcadas. A *Comisión Nacional sobre Prisión Política y Tortura*, mais conhecida como comissão da verdade, divulgou em seu relatório final, em 2009, 27.255 casos reconhecidos na qualidade de vítima oficial da ditadura. Em 2011, Sebastián Piñera, à época presidente, reconhece uma lista com 40.018 vítimas oficiais da ditadura. Assim como o Golpe, a abertura não foi um movimento isolado e por razões exclusivas do país. No

contexto internacional, para citar dois casos de países vizinhos, o Brasil já não estava mais sob um regime militar desde 1985 e a Argentina desde 1983. Ao mesmo tempo, o cenário da Guerra Fria e o “temor” diante de um possível avanço comunista por todo o continente após a Revolução Cubana de 1959 não mais existiam, pois a decadência do Estado Soviético já era visível - o Muro de Berlim seria derrubado em 1989 e a União Soviética chegaria ao fim em 1991 -, com a restauração do capitalismo dando fim à empreitada socialista. Neste contexto da preparação para o Plebiscito, se inicia a narrativa de *No* sobre a campanha e o papel dos publicitários no Plebiscito de 1988. Algumas das críticas direcionadas ao filme é que a publicidade aparece com um peso maior do que o movimento político para o triunfo do *NO*. Em visita este ano, 2015, ao Chile esta autora teve a oportunidade de conversar com Leonardo Céspedes, cineasta que integrou o movimento do cine experimental do departamento de cinema na Universidade do Chile na década de 70, e que reforça essa crítica citada anteriormente e acrescenta que este é um ponto de vista de Direita, pois os pais de Pablo são figuras importantes da política chilena com orientação alinhada à Direita, seu pai Hernán Larraín (Senador) e Magdalena Matte (ex-ministra) são do partido *Unión Demócrata Independiente*.

É um filme que obteve repercussão e êxito porque conta um pouco o que ocorreu naquela época do plebiscito e como a publicidade foi muito importante porque foi muito original e inovadora, muito interessante. Porém é um filme que não conta a verdade do que foi o processo, se centra principalmente que o Plebiscito foi ganho pela publicidade e isso é uma aberração, uma mentira. O processo de criação publicitária para o Plebiscito foi um trabalho de muita gente, um trabalho coletivo. O que ocorreu foi que (...) havia muita gente que não necessitava da publicidade para dizer *NO*. Qual foi o aporte (papel) da publicidade: dar confiança. Poder votar no *NO* sem sentir medo. Não foi convencer. (CÉSPEDA em entrevista concedida para autora em 22 de abril de 2015).

Em sua entrevista Larraín comprava que existe uma desqualificação do seu trabalho por suas origens “E quando essa legitimidade se põe em dúvida então saem a defendê-la como cães bravos e se equivocam, porque atacam a mim e o filme e não a lógica com que foi feito. Atacam o autor e me desqualificam por razões de classe e de

origem ideológica.<sup>4</sup>” Mais a frente essa discussão sobre o papel e peso da publicidade no longa-metragem será retomada. Por enquanto se faz necessário uma breve decupagem do filme *NO* para um maior entendimento das passagens de destaque do filme, os principais momentos, fatos e personagens que dão sentido à narrativa.

### Entendendo o filme

*O filme tem início com o publicitário René Saavedra apresentando uma campanha para a marca de refrigerante Free com a seguinte fala: “Antes de mais nada, queria dizer que o que vocês vão ver está inserido no atual contexto social. Achamos que o país está pronto para uma comunicação deste tipo. Não esqueçam que os cidadãos assumiram suas exigências, com relação à verdade e ao que lhes agrada. Sejam sinceros. Hoje o Chile pensa no futuro.”.<sup>5</sup> René é o principal criativo de uma agência de Publicidade em Santiago, no Chile. Na reunião além de René participa também Lucho Guzmán, o dono da agência. Como argumento inicial, para os clientes, após a apresentação do filme, René classifica o filme como jovem e valente, já Guzmán pontua que o filme é sobre música, rebeldia, romance, mas com ordem e respeito. Estes discursos já apresentam a diferença de visão de mundo entre esses dois personagens.*

*Durante esta mesma reunião José Tomás Urrutia procura René. Ele o recebe um pouco hostil, José conta que está envolvido na campanha publicitária para o plebiscito no lado do Não. René afirma que sabe que querem que ele trabalhe para a campanha e questiona porque estão fazendo campanha, acha que o plebiscito está arranjado. Por outro lado, José acredita que é a chance da oposição de vencer Pinochet, principalmente pelas pressões internacionais. René continua desacreditado por achar que Pinochet não convocaria um plebiscito para perder. Eles saem para*

---

<sup>4</sup> Y cuando esa legitimación se pone en duda, entonces salen a defenderla como perros bravos y se equivocan, porque me atacan a mí o a la película, y no a la lógica con que fue hecha. Atacan al autor y me descalifican por razones de clase o de origen ideológico

<sup>5</sup> Bueno, antes que nada quería mencionarles que lo que van a ver a continuación esta enmarcado dentro del actual contexto social. Nosotros creemos que el país esta preparado para una comunicación de esta naturaleza. Absolutamente. No hay que olvidar que la ciudadanía ha asumido sus exigencias, en torno a la verdad, en torno a lo que le gusta. Seamos honestos: Hoy, Chile piensa en su futuro.

*um bar, René afirma que dá muito trabalho realizar uma campanha política. José diz que a campanha está com especialistas e conhecedores do discurso político, e pediu para que ele desse apenas uma opinião no trabalho que estava sendo feito.*

*De volta para agência, Lucho questiona sua relação com Urrutia, “o comunista” como o chama. René afirma que ele não é comunista e que é apenas um amigo da família e desconversa. Lucho retoma de forma insistente o assunto e René conta que dará apenas sua opinião e desconversa com a desculpa que precisam trabalhar na campanha de lançamento do micro-ondas. Guzmán não entendem porque chamaram René já que ele havia passado tanto tempo fora do país e tenta descobrir quem está envolvido na campanha pergunta se são os cubanos ou soviéticos que estão financiando e René diz que são os americanos, ele fica desconcertado e afirma que os americanos estão do lado deles (campanha Sí), sob o argumento de que a CIA financiou o golpe.*

*Enquanto René volta para casa, Guzmán vai para uma reunião da campanha do sim. Garantem-se na quantidade de mídia, 15 minutos para esquerda e “todo resto” para eles, e na desorganização da esquerda, 17 partidos unidos contra o governo. Apostam que as pessoas percebem o Pinochet como responsável pela modernização do país. Propõe que o Pinochet apareça na campanha como civil, acreditam que Pinochet sem uniforme é o governo sem militares, ou seja, progresso. Apresentam o slogan: “Se eu governo, você governa. Sim, por um país vencedor.”*

*Como proposta avaliam também retratar nas campanhas o passado com o Governo de Salvador Allende, assustar o povo com miséria, afinal “sabem que o socialismo traz miséria.” E apostam em trabalhar num discurso capitalista “Já que vocês têm um sistema em que qualquer um pode ser rico. Atenção, não todos. Qualquer um. Não se pode perder quando todos esperam ser esse “qualquer um””.*

*O publicitário vai assistir a campanha que é uma sequência de cenas do dia do golpe, imagens de tortura, repressão, desaparecidos, exilados e violência. Ele questiona, “É só isso?” Segue um momento de desconcerto e confusão sobre o questionamento do René, ele continua: “Não tem mais nada? Uma coisa um pouco mais leve e mais simpática”. Há um momento de defesa alegando que a realidade do*



*Chile não tem nada de simpática, René concorda e os tranquiliza sobre que lado está e retoma o seu ponto: “Eu acho que isto, isto não vende”, ele está questionando se com o material apresentado eles acham que podem ganhar. Alguns afirmam que o objetivo principal é alertar quem não quer votar. Outros afirmam que objetivo é despertar consciência, ocupar todos os espaços que a direita teve que abrir. Alguns acreditam que o Plebiscito é uma fraude.*

*René e José assistem um resultado de pesquisa de intenção de voto e concluem pelo número de abstinência (76,2% dos votos) que há um processo de desesperança, os eleitores não se sentem livres para votar porque estão reprimidos. René aponta os grupos de indecisos e afirma “São interesses diferentes, não dá. É impossível. Impossível a que ponto? Só com milagre.” Os pesquisadores afirmam que René acertou o ponto, que eles precisam da fé, de um ato divino.*

*René pede ajuda para um amigo também publicitário, explica para ele que existem dois grupos distintos de indecisos (indecisos se votam ou não e não entre o sim e não), senhoras 60 a 65 anos que tem medo do Não pela mudança e voltar a ser como na época do socialismo e os jovens que acreditam que o plebiscito está arranjado e que não adianta votar. Quando questionado sobre a tortura, exílio, René afirma que não há espaço na campanha para isso, pois isso é o medo, precisam de um “produto” que atraia as pessoas. Afirma que precisam de algo alegre, inicia um processo de Brainstorm. Listam tudo que está relacionado a alegria.*

*René apresenta a campanha do NO, inicia mais uma vez: “Antes de mais nada queria dizer que o que vocês vão ver está inserido no atual contexto social. Hoje o Chile pensa no futuro.” E a campanha começa: “Porque digam o que digam, eu sou livre para pensar/Porque sinto que é a hora de ganhar a liberdade/ Até quando os abusos, é tempo de mudar/Porque basta de misérias vou dizer que não/ Chile, a alegria está chegando/ Chile, a alegria está chegando (...).<sup>6</sup>”*

---

<sup>6</sup> Porque digan lo que digan, yo soy libre de pensar/Porque siento que es la hora de ganar la libertad/Hasta cuando ya de abusos, es el tiempo de cambiar/ Porque basta de miserias voy a decir que no/ Chile, la alegría ya viene/ Chile, la alegría ya viene.

*No fim, várias críticas, “parece uma campanha da Coca-Cola”, René retoma a condução da reunião e afirma que estão fazendo um trabalho sério, que ele mesmo é um exilado (filho de Manuel Saavedra), mas que estão usando linguagem publicitária, que é universal, familiar, atraente, otimista mas criando um conceito político. Rebatem que é uma campanha de silêncio e questionam onde estão representados todos os partidos que apoiam o NO, René afirma que estão nas cores do arco-íris da logomarca. Lucho conta para um dos Ministros do atual Governo o que é a campanha do NO, que desacredita da propaganda e desdenha diz que é coisa de “maricas”. René, o filho e Carmem (trabalha na casa de René) acordam de madrugada com a casa pixada “Marxista vendedor da pátria” e um carro vigiando a rua. Começam as ameaças.*

*René e a equipe do NO iniciam a gravação da campanha e dos programas de 15 minutos que têm direito como espaço eleitoral. Gravam o jingle para a campanha “No lo quiero No!, No me gusta No!”. Um dos principais pontos de conflito, principalmente entre René e Fernando (Diretor da campanha) são os elementos do filme que representam a população chilena, René mais preocupado com a estética inclui alguns elementos que não são da cultura deles, mas funcionam na publicidade. Exemplo uma baguete de pão numa cena de piquenique da campanha, René quer deixar por se tratar de um ícone universal de piquenique que orna com a cena, Fernando afirma que não existe aquele tipo de pão no Chile e que por isso o público não vai se identificar com a campanha. René é resistente a qualquer conteúdo que não seja publicitário na essência.*

*No primeiro, dos 27 dias que se seguiriam de campanha, todos se reuniram para assistir. A campanha aprovada e produzida para o NO foi sobre a alegria, mas a produção do programa de 15 minutos foi uma mistura entre os dois lados, apareceram partes de impacto sobre exílio e de tortura, mas com um discurso conciliador. Apresentação do filme “Sí”. Trazem como compromisso do Governo transformar qualquer cidadão em um proprietário e não mais um proletário. Representa o voto “Não” como a perda de todos os bens de consumo. No fim, René sabe que eles (Sí) erraram.*

*Entendem que com a campanha do “Sí” não podem combater princípios universais, como alegria trabalhada na campanha “NO”. Lucho Guzmán assume a conduta da campanha “Sí” e responde com algumas medidas para o programa de 15 minutos). Mostram Pinochet como o “Trabalhador incansável” e fazem um filme com: verdade versus mentira das cenas do NO. Além disso, os envolvidos na campanha do NO começam a ser perseguidos, e a terem suas fitas interceptadas, as fitas com a campanha são entregues toda manhã na TV.*

*Ainda que no meio dessa “batalha” René e Lucho continuam realizando, juntos, o trabalho da agência. Lucho afirma para René que assim como ele, está dando apenas uma consultoria para a campanha do “Sí”. Após uma confusão em um evento da campanha NO, Verônica é presa novamente e Lucho ajuda a tirá-la da prisão, a relação de amizade entre eles é mantida. Um dia antes da votação Lucho está preocupado com o resultado, liga para um dos ministros para perguntar onde vai comemorar e revela um pouco de sua preocupação, o ministro afirma que “isso deixou de ser campanha e virou questão de Estado”.*

*Ao término dos 27 dias de campanhas, em 05/10/1988, chega o dia da votação. Eles estão todos reunidos. Os resultados são divulgados parcialmente e a oposição ao governo acredita na presença dos jornalistas estrangeiros para garantir que não tenha fraude ou golpe por parte da situação. A polícia que estava do lado de fora do local onde estavam reunidos vai embora. Corta a luz, a oposição acha que pode ser um golpe. Pinochet convoca uma reunião de emergência com todos os generais. Estes obrigam Pinochet reconhecer a vitória do “NO” ao não darem seu apoio. O resultado é divulgado: Si 43,04% e NO 54,68%, vence o NO. Assume o novo presidente Patricio Aylwin, político democrata cristão.*

*René continua trabalhando com Lucho que passa a apresentá-lo como um dos principais criativos da campanha do NO. Eles iniciam mais uma defesa de campanha: “Antes de mais nada queria dizer que o que vocês vão ver está inserido no atual contexto social. Achamos que o país está pronto para uma comunicação deste tipo. Sejam sinceros. Hoje, o Chile pensa no futuro.”*

## **Uma Publicidade Inserida No Atual Contexto Social**

O filme traz a publicidade como o mais importante componente para a vitória do *NO* no plebiscito de 1988. René, o principal personagem desta narrativa, conduz a campanha com a crença de que por se tratar de uma campanha publicitária, a única forma de conseguir êxito na empreitada seria passava por, necessariamente, produzirem uma campanha com uma linguagem publicitária clara do início ao fim. Linguagem esta que ele mesmo define como “universal, familiar, atraente e otimista”. Ou seja, com essa escolha, seria retirado o caráter documental, combativo e perturbador com cenas de violência, exílio, morte e tortura que era pretendido pelas organizações da esquerda mais radical que compunha os partidos do bloco que defendia o “Não”. Nesses setores, o discurso político carregava uma mensagem de ódio e não falava do futuro, apenas do passado, obscuro e cheio de dor. Que por sua vez, era a realidade de uma parte da população, não a totalidade.

Uma passagem interessante que reflete esse aspecto é uma das falas de Carmem quando questionada por José Urrutia sobre o seu voto no *SÍ*: “Estou bem, meu filho está estudando e minha filha trabalhando. José insiste: e sobre as torturas, mortes? Ela responde: Isso é coisa do passado, temos a democracia a nossa frente, vamos poder opinar”. O próprio plebiscito era um ponto a favor de Pinochet.

No filme, a construção da campanha tem dois eixos principais, assim como uma campanha de um produto. A definição de um objetivo claro e um público-alvo. Esses dois pontos são abordados em alguns momentos do filme. A definição de objetivo é um pouco confusa no início, era para criar consciência do que foi o período, mas para René, era, claramente, ganhar o plebiscito. Para isso, através da pesquisa de intenção de voto, encontrou o público que precisava atingir: os indecisos, aqueles que não sabiam se iriam votar. Havia um processo de desesperança, os eleitores não se sentiam livres para votar porque estavam reprimidos. René aponta os grupos de indecisos “É impossível. Não dá para fazer campanha para pessoas tão diferentes. São interesses diferentes, não dá. É impossível. Impossível a que ponto? Só com milagre.” Os pesquisadores afirmam que René acertou o ponto, que eles precisam da fé, de um ato divino.

A publicidade como um universo mágico foi a solução de comunicação ideal para o objetivo de René, e não a campanha política quase documental como proposto inicialmente pelo conjunto de partidos responsáveis pela campanha. Como vemos na literatura das ciências sociais, a narrativa publicitária possui uma magia inerente, já que ela “e a experiência do consumo mostram que, no centro da suposta racionalidade do sistema econômico capitalista, instala-se, alegremente, a emoção, o desvario, o pensamento mágico, a desrazão”. (ROCHA; PEREIRA, 2013, p. 13).

Essa magia serviu para desconstruir todo campo simbólico relacionado aos partidos de esquerda no Chile. Todos os significados e associações pré-estabelecidos, o Ethos dos partidos e ideais defendidos pela esquerda chilena, passou a ter um novo significado que se referia ao futuro e não mais, como a campanha do Sí tentou firmar, ao passado do governo de Allende. O processo de produção de sentido em uma cultura é vivo e por isso pode ser alterado por essas variáveis como contexto histórico e a publicidade, nesse caso. A noção de cultura trabalhada por Geertz se faz importante pois ajudará a direcionar a discussão para qual foi o papel da publicidade como agente de uma nova produção de sentido.

O conceito de cultura que eu defendo, e cuja utilidade os ensaios abaixo tentam demonstrar, é essencialmente semiótico. Acreditando como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura de significado. (GEERTZ, 1926, p. 4)

Importante ressaltar que o presente trabalho não tem a pretensão de conferir à publicidade o papel principal de uma mudança de cultura, nem de afirmar que nesse caso essa mudança aconteceu. O objetivo é destacar que no caso específico, com o contexto histórico e cultural do medo de uma retomada da democracia após anos de uma ditadura repressiva a publicidade, com a magia que é inerente de sua linguagem, deu confiança para população ir as ruas e credibilidade no futuro com a democracia. O processo do plebiscito mudou o significado de um campo de ideias, tirou da população o medo e receio da volta da democracia.

Para campanha do NO, o desafio era construir um conceito capaz de dialogar com perfis muito diferentes. René traz como resposta à esse desafio, a alegria.



Substantivo carregado de sentido universal, positivo, otimista, o oposto ao medo, o sentimento que confere credibilidade à proposta de futuro. Esse exemplo mostra que ele trouxe o principal diferencial do discurso publicitário, a magia. Em vários momentos do filme é possível perceber uma “produtificação” dos ideais.

A publicidade atuou produzindo um novo sentido para esse campo de ideias, diferente de um produto despido de sentido, frio e sem identidade, votar no *NO*, opção com apoio de todos os partidos contra a ditadura significava todos os pensamentos que costuravam esses partidos, todas as experiências construídas entre a população e eles. Pela presença de diversos partidos de orientação socialista e comunista existia na fala deles a lembrança do governo de Salvador Allende para os mais antigos que viveram esse momento.

Importante destacar o conceito teórico que suporta o papel que estamos atribuindo à publicidade para essa análise. No livro *Magia e capitalismo*, a publicidade é entendida como meio entre produção e consumo, que são as duas esferas mais importantes da economia industrial capitalista. A produção como um etapa de “desumanização”, que não mais é tida como um grupo de operários e sim como um conglomerado de máquinas. A publicidade como uma fase de atribuição de significado e vida através do consumo – sobre os objetos. Para este estudo deslocamos o papel da publicidade como produtora de um significado para produtora de um novo campo de sentido, de criação de uma nova identidade através de associações a um grupo de pessoas, ou mais, a um conjunto de ideias. Sobre o papel da publicidade, entre os dois espaços de produção e consumo, como produtora de sentido:

(...) entre os dois domínios fundamentais do circuito econômico – o domínio da produção e o domínio do consumo- encontra-se um espaço que é ocupado pela publicidade. Mediatizando a oposição, desfazendo e conciliando a interação existente entre esses dois domínios, a publicidade recria a imagem de cada produto. Pela atribuição de identidade ela os particulariza e prepara para uma existência não mais marca pelas relações de produção. (ROCHA, 2010, p. 78)

O filme é uma narrativa sobre o contexto da produção publicitária e não explora os efeitos de recepção da campanha retratada. Porém, retomando as colocações apresentadas no início deste artigo, existe uma tensão posta pelo filme: até

que ponto a publicidade influenciou o resultado da campanha? Conforme apresentamos, o Diretor acredita que há uma redução da importância da publicidade em detrimento do sucesso da esquerda. Em contrapartida, a esquerda acredita que o resultado teria sido o mesmo se não houvesse campanha. A intenção deste artigo está longe de ser a de alocar um eixo ou outro no lugar da verdade ou do que realmente aconteceu. A discussão que aqui se assenta são as possibilidades trabalhadas da linguagem publicitária.

Se por um lado dizer que o resultado do plebiscito não teve nenhum impacto das campanhas publicitárias seria leviano, por outro lado dizer que a vitória foi um efeito único decorrente da campanha seria retomar as discussões já passadas pelos estudos da *Mass Communication Research*, como a teoria matemática da comunicação ou da informação desenvolvida por Shannon e Weaver no qual “a comunicação é entendida como um processo de transmissão de uma mensagem por uma fonte de informação, através de um canal, a um destinatário.” (ARAÚJO, 2008, p.121). Logo depois com a teoria hipodérmica, que possui uma concepção de causa e efeito, o sentido produzido na mensagem é o mesmo que produz efeito no receptor, na sequência a teoria dos efeitos limitados, que segue também como estudo de audiência, tendo como principal estudioso Paul Lazarsfeld, todos esses estudos tem um ponto em comum, não consideram o efeito interpretativo na recepção e foram questionadas por isso.

Avançando nos estudos de audiência e recepção o principal teórico que discute o papel fundamental da produção na incorporação do sentido e interpretação é Stuart Hall que entende o processo comunicacional como codificação e decodificação de uma mensagem, chegou neste entendimento através do estudo que realizou sobre de audiência televisiva:

Circulação e recepção são, de fato, “momentos” do processo de produção na televisão e são reincorporados via um certo número de feedbacks indiretos e estruturados no próprio processo de produção. O consumo ou a recepção da mensagem da televisão é, assim, também ela mesma um “momento” do processo de produção no seu sentido mais amplo, embora este último seja “predominante” porque é “o ponto de partida para a concretização” da mensagem. Produção e recepção da mensagem televisiva não são, portanto, idênticas, mas estão relacionadas: são momentos diferenciados dentro da

totalidade formada pelas relações sociais do processo comunicativo como um todo. (HALL, 2003, p.390)

Com essa discussão fica evidente complexidade da construção e/ou atribuição de um sentido a um produto ou campo de ideias, como no caso do filme analisado. O sentido pretendido na produção da mensagem publicitária para ser alcançado dele levar em consideração os aspectos histórico e culturais do público para qual se dirige, além das condições de recepção, teias de sentido já criadas para o produto ou ideia. O âmbito da recepção não é exato ou controlável, ele é construído a cada mensagem e interpretação.

## Referências

ARAÚJO, Carlos Alberto. *A Pesquisa Norte-Americana*. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. (Org.). *Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Editora Vozes, 2008. p. 119- 131.

GEERTZ, Clifford. *A Interpretação das Culturas*. Ed. IS.reimpr. - Rio de Janeiro: LTC, 2008.

HALL, Stuart. *Codificação/Decodificação*. In *Da Diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

MONIZ BANDEIRA, Luiz Alberto. *Fórmula para o Caos: Ascensão e queda de Salvador Allende*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. *Magia e Capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. 4ª ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2010.

ROCHA, Everardo P. Guimarães; PEREIRA, Claudia. *De guaraná, namoro e gente moça: interpretação antropológica e narrativa publicitária*. In: ROCHA, Everardo P. Guimarães; PEREIRA, Claudia (Org.). *Cultura e Imaginação publicitária*. Rio de Janeiro: Puc – Rio: Muad, 2013. p. 13 – 39.

MORODO, Raul. *Pinochet y la estrategia de la araña*. Arquivo El País, Santiago, 30 de Ago. 1988. <[http://elpais.com/diario/1988/08/30/opinion/588895209\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1988/08/30/opinion/588895209_850215.html)> último acesso em 04 de Jul. 2015.

SITE INDH (Instituto Nacional dos Derechos Humanos). Acesso ao arquivo da Comisión Nacional sobre Prisión Política y Tortura.



8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

<<http://bibliotecadigital.indh.cl/handle/123456789/455>> último acesso em 07 de Jul. de 2015.

SITE *Museo de La Memoria y Los Derechos Humanos* Arquivo Digital. Golpe de Estado, fonte: Radio *Magallanes*.< <http://www.bibliotecamuseodelamemoria.cl>> último acesso em 07 de Jul. de 2015.

SITE IMDB< <http://www.imdb.com/name/nm0305558/>>. Último acesso em 07 de Jul. de 2015.

.

## **O que São João me disse<sup>1</sup>**

Sobre sociabilidade e entretenimento na Baixada Fluminense

Natália de Andrade Rocha<sup>2</sup>

### **Resumo**

A Baixada Fluminense abriga cerca de um terço da população do Estado do Rio de Janeiro e possui uma multiplicidade de gostos, costumes, cores e sons. Apesar do número significativo de moradores, o local ainda é tratado como periferia e tem destaque mais pelas marcas de violência e carência do que pelas marcas culturais. Portanto, este artigo pretende apresentar este momento de religião, de afirmação da pertença a comunidade, de formação de negociação de identidade a partir de um pequeno São João celebrado em Nilópolis na Baixada Fluminense. E assim afirmar que a Baixada também é um lugar de festa, e como bem lembra Miguez (2012, p.206), a festa como a língua e a religião são fundamentais para a compreensão da cultura, pois “a festa é a melhor tradução do que somos como povo e como cultura”

### **Palavras-chave:**

Entretenimento; Comunicação; Sociabilidade, Baixada Fluminense.

### **INTRODUÇÃO**

Uma cidade, um povo, mesmo um grupo mais ou menos restrito de indivíduos, que não logrem exprimir coletivamente sua imoderação, sua demência, seu imaginário, desintegra-se rapidamente.

Maffesoli

O sertanejo faz o povo levantar  
O pancadão faz a galera balançar

Latino

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação pela UERJ. Email: [natyndrade@hotmail.com](mailto:natyndrade@hotmail.com)



As tradicionais festividades de São João já foram tema de diversos estudos sobre festa, alguns enfatizando a questão da perda da tradicionalidade da festa em vistas da mercantilização da cultura popular (CARVALHO, 2012) e outros argumentando sobre a necessidade de um diálogo entre mercado, política e sociedade (MIGUEZ, 2012). É fato que pelas poucas ruas em que vemos festas sendo organizadas, o conteúdo da festa mostra-se bem diferente de décadas atrás. Percebe-se a interessante mistura de ritmos - forró, sertanejo, pagode, funk, axé... - e comidas. Tendo ou não as características de uma “tradicional” festa São João, estas pequenas e grandes comemorações são significativas para população e possuem, como afirma Fernandes (2008) a função de ligar ou re-ligar os indivíduos ao mundo. E o propósito deste artigo é identificar as ligações acionadas por esta prática comunicativa, a festa, em um território do Rio de Janeiro ainda considerado como periférico e sem vida.

Tudo começou como uma reunião de bar. O falecido “Seu Wilson”<sup>3</sup> era conhecido e amado naquele pequeno pedaço de uma Rua de Nilópolis, na Baixada Fluminense<sup>4</sup>. “Seu Wilson” cozinhava bem, conhecia a todos, tinha um bar no qual grande parte dos moradores se reunia no final de semana para beber e conversar. E ele tinha um caderninho com a anotação de todos os aniversários dos frequentadores do bar, e assim se deu início o costume de fazer um jantar para comemorar os aniversariantes do mês. Cada morador trazia à mesa sua contribuição e a pequena festa não tinha hora para acabar, era um momento capaz de fortalecer (ou romper)

---

<sup>3</sup> Para a escrita deste artigo foram entrevistados dois organizadores da festa junina em questão, além da observação participante.

<sup>4</sup> De acordo com a CEPERJ - Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro, sob o enfoque político-institucional a Região da Baixada Fluminense é composta pelos municípios de Belford Roxo, Duque de Caxias, Guapimirim, Itaguaí, Japeri, Magé, Mesquita, Nilópolis, Nova Iguaçu, Paracambi, Queimados, São João de Meriti e Seropédica.

Nilópolis possui uma área de apenas 19,3 km<sup>2</sup>, sendo apenas 9 km<sup>2</sup> ocupados. Segundo dados do SEBRAE<sup>2</sup>, a cidade possui aproximadamente 158 mil habitantes, sendo a maioria com idade entre 30 e 49 anos. “É uma típica cidade de classe média”, conforme a classificação econômica, com 28,5 % de sua população na classe C1, ou seja, com renda familiar mensal entre R\$ 1.400 e R\$ 2.300. Seguida pela classe B2 com renda até R\$ 4.600. Sempre foi considerada a “Zona Sul” ou “princesinha” da Baixada, destacando-se na mídia pela famosa Escola de Samba “Beija-Flor”, vendedora de inúmeros carnavais.

relacionamentos. Desta celebração à mesa, a qual moradores fazem memória, surgiu outro costume que já atravessou décadas, o de realizar festejos juninos naquela rua.

Na época estes festejos eram comuns na região, todos os bairros (ao total quinze) da pequena Nilópolis organizavam uma festa, era comum ver as ruas fechadas para passagens de carros, com barracas de ripas ornamentadas com chita e folhas de coqueiro e bambu, um espaço para fogueira e outro para quadrilhas que vinham de todos os bairros e de outras cidades para se apresentar. Donas de casas ensaiavam as quadrilhas com dois ou mais meses de antecedência. Nilópolis possui quatro paróquias e as festas em honra a São João, Santo Antônio e São Pedro também eram costume nos átrios das Igrejas e em seu entorno. Essa conversa entre sagrado e profano da qual Maffesoli (2009) enfatiza o aspecto de “religação” propiciada por estes momentos de troca, de “socialidade”, é o que dá a estes moradores o sentido de pertencimento, de “viver com”, importante não porque permitem manter uma “tradição”, mas porque permitem se o sentir-se vivo. Nas palavras de uma moradora “quer coisa melhor do que comemorar com quem a gente gosta, mesmo sem ser Natal, a gente se sente vivo [...]”.

É fato que não se encontra hoje o mesmo número de festas nas ruas Nilópolis, ademais, é comum que moradores mais antigos reclamem da mistura que tornou conta do festejo, que além das cantigas tradicionais hoje toca *funk*, pagode e axé. Em vez de quadrilhas muitas vezes apresentam-se meninas das academias de dança da região ao som de um *pop music*. Também é comum que reclamem da perda da simplicidade que encarece as festas e faz com que a “tradição se perca”, como nos conta uma organizadora “você começa com uma caipira comum e básica e termina com uma quadrilha que tem que comprar conduíte pra fazer anágua”. A tecnologia também é apontada como fator de desagregação social que reflete na falta de entusiasmo para organização das festas e manutenção dos costumes, como relatado “na minha época não tinha toda esta tecnologia, as pessoa iam pras ruas conversar”, ou “essa geração não tem a simplicidade dos antigos, as meninas querem *laptop* e não vestido pra dançar quadrilha”.

Apesar das críticas acerca das transformações, as festas persistem e existe uma geração nova que está disposta a manter o costume, com transformações, mas que indicam o que já foi percebido por pesquisadores de festa como Miguez (2012) e do cotidiano como Maffesoli (2009) e tantos outros que afirmam ser a cultura algo dinâmico e não estanque. O trabalho de Thompson (2005) acerca dos costumes também é uma obra elucidativa do problema. O autor também destaca a constante negociação entre grupos na formação da cultura, o que demonstra através do estudo específico das relações entre a *plebe* e a *gentry* da Inglaterra do século XVIII. Estas negociações, que asseguram uma espécie de resistência, geram transformações nos costumes, mas algo permanece, e o que resiste é devido principalmente à tradição oral.

O interessante é que enquanto o foco nas análises sobre as transformações, diminuição ou extinção das festas enfatiza a entrada do mercado como razão principal, este não é o motivo apontado pelos organizadores da festa em questão, trata-se mais de um confronto de gerações. É óbvio que o fator econômico está presente, mas não é um problema de englobamento da tradição pelo mercado. Esta diferenciação entre as gerações na manutenção do costume é abordada por Thompson (2005) ao comentar sobre a importância da tradição oral para perpetuação das tradições, tema que reaparece quando afirma que “as gerações sucessivas já não se colocam na condição de aprendizes umas das outras” (THOMPSON, 2005, p. 21). Neste momento o autor também está fazendo referência às questões econômicas, de um capitalismo que é capaz de remodelar necessidades e expectativas, mas deixa claro sua preferência pelo destaque do “não econômico” e pelo confronto (negociação) entre uma “economia de mercado inovadora” e a “economia moral da plebe”. É preciso olhar por outras janelas para entender o que associa os homens, a festa é uma destas brechas.

## **E A FESTA CONTINUA...**

Neste artigo as palavras costume e tradição estão sendo utilizado com proximidade, entendendo a tradição simplesmente como um conjunto de costumes, algo que conserva uma relação com o passado. Há decerto uma etimologia importante acerca das palavras e discussões acaloradas sobre os conceitos, mas que não cabem, por hora, a esta análise. Todavia, a ideia de “tradição inventada” de Hobsbawn (1997), que o autor contrapõe ao sentido do costume, é interessante. Na visão do autor, o costume (no singular) não possui o sentido engessado da “tradição inventada” e mantém uma relação “mais natural” com o passado, no sentido de um compartilhar de ideias e atitudes que são tecidas sem deliberação ou manipulação. É mutável como a vida. Ao passo que a “tradição inventada” é construída com a intenção manutenção de um passado apropriado, mascarando o fato de que tal passado é uma visão do presente. É significativo notar que ambos, costume ou “tradição inventada”, são construções, mas muda a forma de relacionamento do presente com o passado. A última com intuito de solapar o tempo, as transformações que ele proporciona, seja para cosão social, legitimação de *status* ou imposição de comportamentos, conforme aponta Hobsbawn.

Na prática é bastante difícil enquadrar movimentos como a festa que é o objeto de análise deste artigo como um costume ou tradição autêntica ou uma “tradição inventada”. A iniciativa de realizar o festejo se dá em uma mesa de bar, uma imagem muito simbólica do tipo de ligação que faz com que exista uma comunidade ou uma tribo no sentido maffesoliano (não fixa, mas pelas quais as pessoas transitam). Não houve uma intenção de preservação de passado ou memória, mas apenas de um “estar junto com” que caracteriza a “socialidade” apresentada por Maffesoli (2009). Todavia, não há como deixar de mencionar que além das transformações decorrentes das adaptações à vida dos organizadores e aos novos tempos, muitos aspectos foram acrescentados à festa de forma deliberada, para delimitar uma “tradição”, para uma cara ou uma imagem mais sólida ao evento (como nomeá-lo) a fim de atrair pessoas e angariar fundos. Recursos arrecadados que servem para preparação de outra festa, a festa das crianças, também costume na região e que nasceu na mesma mesa de bar. Aliás, era a festa das crianças a motivadora para realização dos festejos de São João.

A festa das crianças começou a ser realizada na década de 90 para alegrar e unir os filhos dos moradores da rua. Ao som de músicas do momento ocorriam brincadeiras do tipo amarelinha, corrida do saco, corrida do ovo na colher ao som de músicas do momento, e eram distribuídos lanches, doces e brinquedos. Conforme relatado, cada morador contribuía com o que pudesse, quem tinha uma bicicleta antiga doava, quem costurava doava roupas... E a festa de São João servia para arrecadar recursos para compra de brinquedos e lanches. Com o tempo a festa das crianças aumentou de proporção, unindo crianças de outras ruas e bairros e com isso os gastos aumentaram. Igualmente, o interesse das crianças também foram transformados, como dito “antes elas se contentavam com amarelinha riscada no chão, agora temos que ter pula-pula e mais de um para dar conta [...]”.

Esta necessidade de adaptação levou à preparação de outros momentos de celebração para angariar mais dinheiro como bingo, festa do boteco, festa da primavera e nos últimos anos um lual, ideia da nova geração de organizadores que deu um nome ao evento – *Lual BDM* (Bom De Mais). Nome que começou a ser utilizado em todos os demais eventos, acrescido de mudanças estruturais (palco, convite de bandas, administração dos custos x lucros, cortes em eventos não lucrativos) que causaram estranhamento nos velhos organizadores, mas que foram acolhidas como transformações naturais. O que mais preocupa a antiga geração é que a próxima geração deixe morrer a tradição, uma vez que “os mais jovens querem sair, não tem a mesma ligação com o lugar que a gente, nós conhecíamos todo mundo [...]”. Esta característica de desligamento do território da nova geração já havia sido detectada em estudo anterior<sup>5</sup> sobre a Baixada Fluminense. Consoante depoimento de uma família da região:

Nós temos um sonho, embora nós estamos gastando aqui, o nosso sonho é ou uma casa ou um apartamento, em Nilópolis mesmo. Mas a minha filha tem outra mentalidade, ela é viajada, já foi pro Uruguai, pra Argentina, passou carnaval em Foz do Iguaçu, as metas dela são outras. (ROCHA, 2013, p.88)

---

<sup>5</sup> Pesquisa realizada em 2012 para o Mestrado de Comunicação Social, para a qual foram entrevistadas oito famílias de Nilópolis com intuito de captar características comuns que marcassem uma identidade.



Carvalho (2012) examina a partir de uma série de eventos o que o autor acredita ser a “morte” da festa em seu caráter transgressor e imprevisível, de fuga do cotidiano, que teria marcado outras épocas. Ainda que o título do texto seja sugestivo “Vitória de Dionísio”, trazendo para discussão o embate traçado por Nietzsche (1992) entre razão e emoção através das imagens dos deuses gregos Apolo e Dionísio, fica claro que esta vitória existe em latência, num convite que o autor de retomada do cunho violador da festa. Carvalho (2012) afirma em sua análise que o excesso de organização e a lógica espetacular do mercado retiram a dimensão criativa, o que reitera ao comentar sobre festejos de São João :

As quadrilhas se transformaram em microempresas, obrigadas – se quiserem contar com patrocínios de governos ou prefeituras – a terem CNPJ e responsáveis para a assinatura de contratos e papéis, os chamados “donos”, que passam a ser referencia no universo da organização e não da festa. (CARVALHO, 2008, p. 39)

Ainda sobre São João o autor menciona o aspecto de tradição que as quadrilhas espetaculares devem manter, como o casamento matuto e passos tradicionais de quadrilha, a título de preservação. Em Nilópolis, a temática das “quadrilhas estilizadas”, que são profissionais, que ensaiam quase o ano inteiro, que necessitam de dinheiro para roupas caras, transporte e cenários aparece. Uma das organizadoras entrevistada conclui “agora parece carnaval, eles tem tema pra trabalhar [...]”. Mas em nenhum momento estes grupos profissionais são encarados como ameaça as desajeitadas quadrilhas que são formadas na hora nos festejos de rua. Os grandes e pequenos festejos são considerados importantes e capazes de promover em maior ou menor grau o sentimento de união, eles coexistem e não se anulam. Essa perspectiva se aproxima com o estudo de Miguez (2012) que coloca como desafio o confronto entra a economia da festa, que nasce da apropriação dos festejos populares pela Indústria do Entretenimento, e a cultura.

Diferentemente de outros estudos, Miguez (2012) defende que o desafio não deve ser encarado com nostalgia, mas com consciência das transformações e com políticas culturais que assegurem o diálogo entre os diversos modos de fazer, entre as

tradições e inovações. Além disso, o autor defende uma redefinição do se entende por “economia criativa da festa”, que seja capaz de integrar a dimensão simbólica e social de celebrar e de afastar as estratégias centradas na “propriedade intelectual”, pois as festas públicas tem base comunitária. Nas palavras do pesquisador:

O que se deve ter em conta é que, em particular, no que concerne ao multifacetado território das festas, mas não só neste, as chamadas indústrias criativas são constituídas de complexas redes sociais, tanto na esfera da produção quanto na esfera do consumo. Emergem de dinâmicas não mercantis que, frequentemente, desenvolvem-se em regiões de fronteiras entre mercados estabelecidos e redes sociais. (MIGUEZ, 2012, p. 214-215)

A preparação para festa é fator importante dentro desta dimensão da tessitura de relações, o que em grandes ou pequenos festejos engloba práticas comunicativas gregárias, vide as feijoadas e almoços em comunidade que antecedem o Carnaval carioca. Neste pequeno São João a farra começa cedo, na preparação da comida e ornamentação da rua, conforme enfatiza uma das organizadoras “tem gente que nem fala com a gente, aí no dia da festa pede vassoura, sobe o muro pra pendurar faixa e grita ‘ô vizinha, to subindo’, e você grita ‘pode subir’[...]”. É comum que no horário da festa alguns moradores estejam bêbados, por iniciar desde cedo, mas segundo relatado isso não gera confusão, “ninguém tem medo de pagar mico, já nos conhecemos”. Para preparar os caldos que são servidos nas barraquinhas amigos chegam cedo e passam o dia na cozinha conversando, ouvindo música e trabalhando. O que também evidencia e reforça a importância da comida (lembrando que a ideia das festas tem início na mesa de bar) na formação e manutenção de laços afetivos. Não há preocupação com uma tradição junina preparação dos pratos. Caldos e doces dividem espaço com açaí e churrasco da mesma forma que no palco toca pagode, sertanejo e forró, o importante é celebrar, embora a nostalgia de uma roça na qual nunca se esteve permaneça para alguns.

Embora não tenha sido um aspecto bem explorado para este artigo, a questão da preparação das comidas é importante no resgate de memórias afetivas da região

que traduz a superfície marcas de identidade capazes de entender por dentro, numa lógica diferente e não menos importante do a dos determinismos que marcaram os estudos modernos. O trabalho de Spang (2003) é inspirador neste sentido, pois permite visualizar um fato oficial como a Revolução Francesa a partir da perspectiva da alimentação. “A invenção do restaurante”, tema e título do livro, marca transformações na cultura francesa, modificando os modos de circular pela cidade, gerando novas regras de convivência e fundando um novo tipo de “espaço público” em um domínio privado, mais adepto à individuação ao centrar-se em si mesmo em mesas separadas com porção individual e conta individual também. Diferente da lógica dos banquetes públicos (ainda que caiba uma discussão de até que ponto eram genuínos ou farsa, o que a autora não negligencia), que pressupunham o sentido de comunidade.

Certau (1990) também trás uma reflexão interessante destas banalidades cotidianas que desvelam aspectos da cultura negligenciados pelas visões macro. O cozinhar, por exemplo, é assinalado pelo historiador como o “nível mais necessário e desprezado” (CERTAU, 1990, p. 218) das práticas humanas que, contudo, revela um alto grau de ritualização e envolvimento afetivo, o ato de cozinhar retoma e requer memórias. O autor relata como pode lembrar-se de fatos da infância a partir do som do borbulhar da água fervente, dos cheiros e gostos dos alimentos, conclui logo de início que “arte de nutrir tem a ver com a arte de amar” (CERTAU, 1990, p. 233). A cozinha é o lugar de partilha e aconchego, também de luta contra o tempo, é lugar de vida e de morte, é o lugar do social. Sendo assim cozinhar e comer implicam compartilhar, uma comunicação que não é verbalizada, mas não menos importante. Os segredos contados, os bastidores da festa, o local onde ela é idealizada, onde é acionado um “nós” que se transforma a cada celebração, que é negociado, mas que continua sendo um “nós”.

## **EU SOU MAIS BAIXADA**

Em poucas palavras gostaria de tratar um pouco deste “nós” acima mencionado. Porque de forma não estimulada, a questão da identidade apareceu nas entrevistas, de uma maneira muito parecida com o que foi observado na pesquisa realizada em 2012. Nas entrevistas com famílias da Baixada (ROCHA, 2013) a identificação e ligação com o local estava atrelado a um “calor humano” característico da região, o que diz respeito à atitude solidária de trocar conversas, coisas, segredos, afetos. Por sua vez este “calor humano” possui ligação com o sentido de “ser alguém na vida”, que extrapola o sentido econômico para evidenciar o mérito de ser alguém querido e solidário. A este fator de identificação se opõe um imaginário antagonista que tem como local a Zona Sul do Rio de Janeiro. Este seria o lugar de pessoas frias e individualistas, que mal dão bom dia a seus vizinhos.

Ao comentar sobre as transformações dos festejos juninos na região, as organizadoras colocaram como questão a desconfiança em relação ao outro que faz com que as pessoas se escondam do mundo com fones de ouvido e com exemplo novamente apresenta-se a Zona Sul. Nas palavras de uma entrevistada:

A Zona Sul é feita de pessoas que não nasceram no mesmo lugar, não crescerem juntas, não se conhecem. Aqui todo mundo se conhece, mas num condomínio com mais de quatro mil pessoas. Por isso tão fazendo até reunião pra conhecer quem mora no apartamento ao lado. Eu não me identifico morando em apartamento, eu gosto de cachorro, de árvore. Aqui você ainda ouve um bom dia porque a velhinha da rua de trás lembrou que você é neta de fulano de tal. Eu acho que é por isso que Nilópolis não tem mais quintal (risos). Aqui você está seguro com quem você conhece, lá a vida é surreal.

Transcrevi todo este trecho porque penso ser importante identificar os imaginários e identificações presente neste antagonismo Baixada – Zona Sul. Imaginários que tem fundamento nos produtos midiáticos como as novelas, vide que não é difícil encontrar um clima de competição nas casas da “alta classe média” representada nas telenovelas em oposição a um viver gregário, cheio de dramas e humor, do núcleo pobre. Mas são imaginários e identificações que também são

negociadas nos encontros e desencontros dos deslocamentos na cidade e nos momentos festivos, nos quais este tipo de assunto entra na pauta das conversas. Desta forma, estamos lidando com estereótipos, tipos que nos permitem rapidez no fluxo da comunicação (BERGER & LUCKMANN, 1998), mas que são reorganizados nas interações diárias, no “face-a-face” com o outro. E é relevante entender tanto suas mudanças quanto sua fixidez, porque embora não se consiga dar exemplos reais, ou seja nomear a pessoa que eu conheço e que é tal qual se apresenta no discurso, o discurso continua, a Baixada é quente e a Zona Sul, fria.

Este “ser Baixada” merece ser investigado para trazer ao debate questões além das marcas de violência e carência que sobrepujam os estudos sobre a região (ALVES, 1999), bem como os discursos midiáticos que apesar da abertura ao aspecto cultural continua a enfatizar a mesma imagem negativa (ENNE, 2004). As pistas dadas pela exploração dos imaginários presentes nos diálogos cotidianos e nos “causos” contados em momentos de celebração configuram esta mudança de perspectiva necessária. Maia (2005, p. 78), inspirado por Maffesoli, nos fornece a indicação de que na cidade partilhada, é nas pequenas celebrações que “o sentimento de pertença local se afirma diante de signos globais” e de que não é mais possível desprezar as micro-histórias que surgem a cada de comunicação-comunhão. O autor também ressalta a importância de se distanciar da “postura ótica”, de afastamento, que não devolve o homem a sua capacidade de tecer suas relações e associações e que a participação do homem no mundo pressupõe afeto, uma dimensão que só pode ser compreendida pelo uso de uma razão sensível (1998).

A “Sociologia do Imaginário” proposta por Legros (2007) é uma pertinente proposta interdisciplinar para identificar o momento em que o imaginário cumpre as funções de “criatividade social e individual” e de “comunhão social”. Pois são as imagens que o compõe que configuram nossa visão de nós mesmos, do outro e do mundo e as relações estabelecidas. E quais as histórias que seguem estas imagens? Não pensando na história como um retrato estático do passado evoluindo numa linha linear, mas nas construções que são feitas e refeitas diante de cada situação, lembrando o que Goffman (1998) nos demonstra através da metáfora da vida como



teatro. No momento da entrevista no qual começamos a falar sobre o que identifica o morador da Baixada, uma das organizadoras relatou que era interessante quando ia para Minas Gerais e lá encontrava moradores da Região Fluminense, como Barra Mansa e Resende. Ela havia percebido quando trabalhou nesta região do Rio de Janeiro que existia certo preconceito com quem era da Baixada Fluminense pelos “Fluninenses” (brincando com o nome), mas em outro Estado tudo mudava: “tinha que ver, tiravam onda de carioca em Minas, com carro tocando *funk* em som alto”. Ou seja, as imagens acionadas mudam conforme a situação.

Por fim, gostaria de reiterar este orgulho de “ser Baixada” que às vezes é solapado pelas carências da região, mas que persiste em se evidenciar nestes momentos em grupo na mesa de um bar e nas festas que dali surgem. O fator econômico também tem seu lugar de culpa, quando se aborda sobre ritmo frenético de trabalho que dificulta os ensaios de quadrilha, mas não deixa morrer a festa. De outro modo, é intrigante perceber que a busca dos recursos materiais para prover o bem estar da família não tem primazia sobre a busca de reações. Os momentos de transformação da vida que merecem relato são os momentos de nascimento, casamento, conversão... e não os ganhos materiais que também fazem parte da trajetória deste povo (ROCHA, 2013). Talvez um indício mal interpretado por alguns deste antagonismo com a Zona Sul esteja na declaração “eu queria trabalhar aqui, seria um sonho, mesmo ganhando menos, porque de que adianta ganhar dinheiro sem ter tempo pra gastar” ? Gastar dinheiro pra comer e beber com os amigos nas festas de rua, preparar a comida, organizar a festa, pagar mico, arrecadar dinheiro para gastar em outra festa fazem parte deste “estar junto com” que dá sentido ao mundo, foi o que me disse este São João e pode dizer mais, se levar em conta que “a festa é a melhor tradução do que somos como povo e como cultura” (MIGUEZ, 2012, p.206).

## REFERÊNCIAS

ALVES, José Cláudio Souza. “Baixada Fluminense: o código genético social de uma periferia”. **Revista FEUDUC/CEPEA/PIBIC**, agosto de 1999, nº 1.

BHABHA, Homi K. O local da cultura. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

CARVALHO, Gilmar. Vitória de Dionísio: festa, tradição e mercado. In: RUBIM, Linda; MIRANDA, Nadja. **Estudos da Festa**. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 33-47.

CERTAU, Michel de; GIARD, Luce; MAIOL, Pierre. **A Invenção do Cotidiano 2. Morar, Cozinhar**. Petrópolis: Vozes, 1990.

ENNE, Ana Lucia Silva. Imprensa e Baixada Fluminense: múltiplas representações. **Ciberlegenda – Universidade Federal Fluminense**. Rio de Janeiro, N14, 2004.

FERNANDES, Cíntia S. Territorialidades cariocas: cultura de rua, sociabilidade e música nas "ruas galerias" do Rio de Janeiro. In: **Comunicações e Territorialidades: Rio de Janeiro em Cena**. Guararema, SP : Anadarco, 2012.

\_\_\_\_\_. Co(rpo)minicabilidade e sociabilidade : a imagem e a estética como vetores de comunicação-comunhão. IV **ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**. Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador, BA, 28 a 30 de maio de 2008.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1998

HOBSBAWM, Eric e RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

LEGROS, Patrick et al. **Sociologia do imaginário**. Porto alegre: Sulina, 2007

BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 1985

MAFFESOLI, Michel. **Elogio da Razão Sensível**. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **O Tempo das Tribos**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

\_\_\_\_\_. **O Mistério da Conjuncção: ensaios sobre comunicação, corpo e socialidade**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MAIA, João. Michel Maffesoli e a cidade partilhada. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 26, PP77-85. Abril de 2005

MIGUEZ, Paulo César. A festa: inflexões e desafios contemporâneos. In: RUBIM, Linda; MIRANDA, Nadja. **Estudos da Festa**. Salvador: EDUFBA, 2012, p. 205-216.

NIETZSCHE, Friedrich. **O nascimento da tragédia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

PEREIRA, Claudia; ROCHA, Natália. No quarto, na mochila, em todo lugar: Os significados do consumo de tecnologia e do luxo entre os jovens. In: **REDIGE - Revista de design, inovação e gestão estratégica**. V.1, N.1, P. 273-285, 2010

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

ROCHA, Natália de Andrade. **Ser ou não ser: nova classe média, consumo e comunicação.** Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. PUC-Rio / CCS, 2013.

SPANG, Rebecca L. **A invenção do Restaurante.** Rio de Janeiro: Record, 2003.

THOMPSON, E.P. **Costumes em comum.** São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

## **“Abraço grátis”<sup>1</sup>**

Plaquinhas nos eventos de animê e a sociabilidade dos otakus brasileiros

Paula Rozenberg Travancas<sup>2</sup>

### **Resumo**

Os eventos de animê são convenções onde se reúnem os otakus, tribo urbana de fãs da cultura pop japonesa. Dentre os modos de sociabilidade comuns nesses eventos destacam-se as “plaquinhas”, lousas portáteis em que os otakus desenhavam e escrevem mensagens para exibir aos demais. A fim de discutir tal fenômeno, este artigo apresenta o histórico dos eventos de animê no Brasil e descreve o formato atual desses encontros. Seguimos à análise dos modos como os otakus usam as plaquinhas para se expressar e convidar os demais à interação, de forma a se proteger de rejeições diretas e ampliar o número de pessoas atingidas pelas mensagens, as quais empregam códigos compartilhados pelos membros da tribo.

### **Palavras-chave**

Cultura pop japonesa; tribo urbana; otaku; evento de animê; sociabilidade

### **Introdução**

A cultura pop japonesa representa atualmente um fenômeno comunicacional de grande penetração global, que tem como principais expoentes os animês e os mangás. No Brasil, esses produtos midiáticos nipônicos contam com uma grande quantidade de fãs, que constituem a tribo dos otakus. Os maiores pontos de encontro dessa tribo, à exceção da internet, são os eventos de animê, festivais em que as pessoas se reúnem para comprar produtos e participar de atividades variadas, nem sempre relacionadas ao Japão, devido à natureza híbrida e diversificada dos interesses desse grupo. Tais encontros, que podem atrair desde algumas centenas de pessoas até centenas de milhares de frequentadores, ocorrem regularmente em todos os cantos do país, tanto nos grandes centros como nas regiões periféricas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Pós-Graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda em Comunicação pela UERJ e bolsista CAPES. Email: [ptravancas@gmail.com](mailto:ptravancas@gmail.com)

Este artigo resulta da primeira etapa de pesquisa de mestrado, cujo objeto de análise são os modos como o corpo e os afetos se manifestam e são vividos pelos otakus brasileiros nos eventos de animê. A partir das observações de campo iniciais, analisaremos aqui as chamadas “plaquinhas”, sistema de comunicação peculiar utilizado pelos otakus nos eventos. Buscaremos compreender os chamados à sociabilidade promovidos pelas plaquinhas dos eventos de animê, descrevendo as táticas comumente empregadas pelos otakus para se fazer notar e se mostrar disponíveis à interação.

## **História dos eventos de animê no Brasil**

Na década de 1990, a cultura pop japonesa alcançou fama mundial por meio do sucesso de audiência de seus desenhos animados, conhecidos no Ocidente como animês. Seguiu-se a esse fenômeno o aumento do interesse desses públicos em relação aos mangás, as histórias em quadrinhos japonesas. Mangás e animês compartilham o mesmo estilo visual, bem como diversas convenções estéticas e narrativas, além de estarem intimamente ligados por meio de adaptações transmidiáticas, o que faz com que sejam consideradas “artes-irmãs” (FARIA, 2007). Ainda que a apreciação pelos artefatos midiáticos japoneses se estenda para áreas como música, moda e até culinária, são as animações e os quadrinhos que constituem o eixo central que une os fãs da cultura pop nipônica no Brasil. Esses aficionados são conhecidos aqui e em diversos outros países como otakus.

Esse termo, que no Japão tinha um significado negativo referente à inaptidão social de uma geração de jovens que se isolava em casa, ganhou no Brasil e em outros países ocidentais uma conotação descritiva dos fãs de mangás, animês e outros aspectos da cultura de massa japonesa. À medida que a mídia de massa nipônica ganhou mais adeptos por aqui, os otakus começaram a organizar convenções para assistir animês, que eram difíceis de obter antes da popularização da internet, e para estar junto de outros que compartilhavam desse gosto.



Antes mesmo do *boom* dos animês no Brasil, que teve início em 1994 com a exibição de *Cavaleiros do Zodíaco* na extinta Rede Manchete, já havia fãs de cultura pop japonesa por aqui. Esses proto-otakus (ainda não se conhecia ou usava o termo) também costumavam gostar de *tokusatsus*, séries de efeitos especiais com atores reais, como *Jaspion* e *Ultraman* (NAGADO, 2005). Os *tokusatsus* ajudaram a alavancar o interesse brasileiro pelo pop nipônico nos anos 1980, de modo que foram importantes no processo de popularização dos animês, ainda que hoje em dia não façam mais tanta parte do quadro de referências dos otakus mais jovens.

Como os animês e *tokusatsus* exibidos na televisão brasileira eram poucos, os fãs precisavam recorrer a parentes ou amigos, normalmente japoneses ou descendentes, que mantinham contato com o Japão, para ter acesso a esse tipo de conteúdo. Essas séries, copiadas em VHS e muitas vezes sem nenhum tipo de legenda ou tradução, eram compartilhadas inicialmente apenas em pequenos círculos de amigos. Esses fãs começaram a se organizar em clubes e associações, que amadoramente legendavam e distribuíam entre si o material que conseguiam (LOURENÇO, 2009).

Talvez devido ao fato de abrigar a maior colônia japonesa fora de seu país de origem, “o Brasil foi o primeiro país ocidental em que surgiu uma associação dedicada aos mangás: a ABRADEMI (Associação Brasileira de Mangá e Ilustrações, fundada em 1978” (MOLINÉ, 2004, p. 62), originalmente com o nome de Associação dos Amigos do Mangá. Esse grupo, especialmente sob a figura da professora Sonia Luyten, foi de grande importância no surgimento dos eventos de animê no Brasil, tendo realizado diversas exposições de ilustrações e quadrinhos em São Paulo. Em 1984, ano em que se fundiu com a Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e foi renomeada, a ABRADEMI trouxe ao Brasil Osamu Tezuka, conhecido como “deus do mangá” devido à sua enorme influência no desenvolvimento dos mangás e animês modernos (MACHADO, 2009b).

Já depois do fenômeno *Cavaleiros do Zodíaco*, que fez o público das exposições aumentar sensivelmente, a ABRADEMI realizou a primeira MangáCon (Convenção Nacional de Mangá e Animê), considerada o primeiro evento de animê

do Brasil. Essa convenção estabeleceu o modelo que viriam a assumir os demais eventos de animê “exibição de vídeos, *stands* de venda de produtos, concurso *cosplay* e palestras ou shows” (LOURENÇO, 2009, p. 128).

Na época, a maior parte dos eventos era organizada por fãs ou grupos amadores e tinham como objetivo ser ocasiões em que as pessoas podiam assistir animês, trocar fitas de vídeo com episódios e estar na companhia de outros que compartilhavam dos mesmos interesses. Supriam assim as duas grandes dificuldades dos otakus da época, conseguir novos animês e conhecer outros fãs da cultura pop japonesa, necessidades que foram bastante facilitadas com o advento da internet.

Desde então, os eventos de animê se espalharam por todo o país, sendo organizados nas mais diversas cidades. Esse crescimento corrobora a conclusão de que, apesar de o mundo otaku já não ser mais tão visível ou noticiado na mídia quanto nos anos 1990, o público consumidor da mídia de massa nipônica no Brasil continua existindo e até aumentando. Essa aparente invisibilidade atual resulta não só do fato de que a cultura pop japonesa já é uma forma bastante difundida no mundo a ponto de não ser considerada novidade ou (muita) excentricidade como também da mudança nas condições de consumo dos mangás e animês, especialmente a partir do ano 2000. A popularização da internet e dos *softwares* de edição de imagem e de vídeo facilitaram o acesso dos otakus aos animês e mangás, que se tornaram mais simples e baratos para traduzir, legendar e compartilhar com um número maior de fãs.

Aumentou também a quantidade de mangás e outros produtos licenciados no país, ainda que o número de animês na televisão aberta tenha diminuído. Ser otaku tornou-se muito mais fácil do que na época do VHS. Todo esse panorama resultou no aumento do número de pessoas nos eventos, os quais também foram sofrendo mutações para adaptar-se aos novos tempos.

Uma das diferenças em relação aos primeiros eventos é que agora as convenções maiores são organizadas por empresas especializadas, como a Yamato Corporation, responsável pelo Anime Friends, maior evento do gênero na América Latina. Há muitos eventos que ainda são organizados por fãs, mas como se provaram

um empreendimento lucrativo, os organizadores e donos de estande procuram aproveitar esse potencial, sejam ou não fãs da cultura pop japonesa.

Outra grande mudança em relação aos encontros do passado é que eles incluem cada vez menos exibições de animê. Devido à facilidade de baixar vídeos ou assisti-los por *streaming* na internet, a maioria dos otakus prefere ocupar o tempo com algo que não seja possível fazer no dia a dia, como comprar produtos de nicho relacionados à cultura pop (japonesa ou não) ou participar das atividades oferecidas. Mesmo a venda a preços acessíveis de DVDs legendados por fãs já não tem se provado tão convidativa, o que significa que há cada vez menos animês propriamente ditos nos eventos de animê.

Os mangás, por outro lado, sempre em sua versão licenciada, ainda são bastante vendidos nos eventos, que se tornam momentos para comprar alguma edição faltante de uma série ou adquirir uma coleção completa, o que não pode ser feito em qualquer banca, já que essas recolhem as edições anteriores dos títulos que oferecem. Mas, mais do que os mangás físicos, o que importa nos encontros é estar junto de outros otakus, atividade para a qual os animês e mangás só constituem o *élan* que aglutina as pessoas, não necessitando estar de fato presentes para isso.

E, de fato, retomando os objetivos das primeiras exibições de animê, mesmo que a atividade de assistir às animações não seja mais parte central da experiência dos eventos, a possibilidade de passar o tempo e se divertir com outros membros da tribo otaku se revela tão importante quanto antes, senão mais. A internet pode ter tornado exponencialmente mais fácil conhecer pessoas que partilham dos mesmos interesses, vencendo a distância física entre elas. No entanto, as conversas *online* não têm o poder agregador dos eventos, que vicejam exatamente na corporeidade e na proximidade física de seus frequentadores, atingindo uma atmosfera festiva que não se pode obter à distância ou mesmo em um encontro presencial de uma dúzia de amigos.

## Como são os eventos

Os eventos de animê acontecem aos fins de semana, podendo durar os dois dias ou só o domingo, em espaços alugados como universidades, clubes ou centros de convenções. Costuma haver pelo menos um palco, onde se desenrolam as atrações com hora marcada, como concursos de *cosplay*, palestras de dubladores ou *youtubers* e shows de música. Um tipo de apresentação que tem ganhado mais espaço devido ao constante processo de hibridação dos eventos são os concursos de coreografias ao som de *k-pop*, estilo de música coreano. O resto do espaço se divide em áreas que abrigam atividades diversas que costumam ficar disponíveis durante o evento todo, tais como jogos de videogame, RPGs e *trading card games*, batalhas campais (lutas com armas de espuma) e animekê (karaokê com músicas de animê).

Como a cultura otaku está intimamente ligada não só ao consumo midiático como também ao consumo material e ao colecionismo (BARRAL, 2000), os estandes são um elemento fundamental nos eventos. Vendem produtos relacionados à cultura pop japonesa e, cada vez mais, também à cultura pop de forma mais geral. Disponibilizam, assim, artigos relacionados a animês, mangás, seriados de televisão, histórias em quadrinhos ocidentais e videogames, além de vários tipos de acessórios que os otakus costumam vestir nos eventos.

As vestimentas e a apresentação de si são de central relevância na fruição dos eventos, que se tornam espaços em que as pessoas podem usar roupas e acessórios ou adotar comportamentos que seriam mal vistos fora dessas ocasiões. O acordo tácito é que cada um tem a liberdade de ser como é (ou gostaria de ser) sem temer ser julgado pelo modo como se faz perceber.

Devido à grande diversidade de atividades oferecidas nos eventos, à enorme variedade de gostos que o mundo otaku acomoda e à heterogeneidade característica da própria constituição das tribos urbanas, há vários “subgrupos” presentes nos encontros. Não que esses subgrupos fiquem separados ou não circulem entre si, mas é possível perceber as diferenças de preferências que se manifestam no próprio corpo dos indivíduos. As roupas e acessórios funcionam tanto como marcadores de pertença

quanto de diferença, o que permite que os significados de cada peça ou estampa sejam lidos pelos outros participantes do evento, uma vez que todos lá dominam aqueles códigos. Uma das funções das roupas nos eventos, assim, é a de serem chamarizes à interação, já que um dos grandes atrativos dos eventos é estar na presença de outros otakus. Desse modo, a roupa “fala”, comunicando uma grande quantidade de informação antes que se estabeleça qualquer conversa, pois se apresenta como elemento da fachada pessoal do indivíduo (GOFFMAN, 1983).

Mas o aparato comunicativo que mais chama a atenção dos não iniciados são as chamadas “plaquinhas”, pequenas lousas brancas portáteis feitas de fórmica, que possuem um cabo de madeira por onde são seguradas. Em sua superfície, normalmente de ambos os lados, é possível escrever com a caneta de ponta porosa que a acompanha, de modo que se podem limpar as marcações com um apagador ou mesmo com a mão. Assim, é possível alterar partes da mensagem, apagá-la e reescrever quanto e quando a pessoa quiser.

É difícil determinar com precisão a data, o lugar ou a circunstância da criação das plaquinhas, mas há relatos de que existiriam desde 2001, ao menos em alguma versão primitiva. Tudo teria tido início nos eventos de São Paulo com os comentários às apresentações que ocorriam no palco principal, que surgiam em forma de reações gritadas por parte de membros da plateia. Devido à dificuldade de se fazer compreender em meio a dezenas de gritos diferentes, alguns participantes do evento começaram a escrever mensagens em folhas de caderno, que escreviam na hora e levantavam, de modo que pudesse ser vista do palco e também pelos demais membros da plateia. Ambas as práticas, gritar comentários e escrever em folhas de caderno, são comuns até hoje, mas alguns frequentadores dos eventos resolveram sofisticar a forma de transmitir suas opiniões.

Começaram então a levar placas prontas de casa, feitas de cartolina ou papel colados a algum tipo de haste. Como não era possível apagar a mensagem, as placas eram sucintas e genéricas, como uma mão com polegar para cima, outra com o polegar para baixo ou então alguma palavra ou frase curta. Usavam-se também placas com desenho de gota, código visual empregado nos animês e mangás para denotar



embaraço ou desconforto. A placa de gota caiu em desuso, mas esse símbolo ainda é comumente encontrado nas plaquinhas de lousa. Essa e outras convenções gráficas dos mangás “são, em grande parte, transparentes, expressam emoções que são facilmente decodificadas pelos leitores” (FREITAS; NUNES, 2012, p. 12). Os otakus da época anterior às placas de lousa estavam, portanto, utilizando códigos dos próprios mangás para comunicar suas emoções de maneira condensada e eficiente, já que se supõe que a maioria dos presentes compartilhavam desse mesmo conjunto de significados.

Mais tarde, os frequentadores dos eventos chegaram a uma solução capaz de transmitir pensamentos mais complexos e imediatos, de forma mais visível do que traços de caneta esferográfica no papel e que ainda evitava o gasto de várias folhas de caderno. Surgiam assim as plaquinhas do tipo lousa branca, feitas por eles próprios e que, a princípio, só podiam ser escritas em um dos lados.

Seguindo a tendência lançada pelos próprios otakus, algumas das empresas que tinham estandes nos eventos começaram a fazer lousas dupla face para distribuir como brinde na aquisição de algum outro produto. Essas placas retangulares tinham e logomarca da empresa e, muitas vezes, uma moldura desenhada no formato de balão de fala, em clara alusão ao modo de apresentação de texto nos mangás. Até hoje podem ser encontradas nos eventos algumas plaquinhas cuja lousa é cortada nesse formato de balão (figura 1), ainda que a de forma retangular e sem nenhuma logomarca seja mais comum.



Figura 1 – Plaquinha em formato de balão de fala, com escrita em japonês  
Fonte: <http://www.cosplayrs.com.br/>

## **Tipos de mensagens**

Os usos das plaquinhas são tão diversos quanto as pessoas que as carregam. Devido ao clima festivo dos eventos, as inscrições costumam ser bem-humoradas e zombeteiras, por vezes entrando no terreno do que alguns dos próprios otakus consideram apelativo ou de mau gosto.

As mensagens possíveis são praticamente infinitas, mas muitas delas acabam se encaixando em fórmulas consagradas. É possível, portanto, ensaiar uma classificação das mensagens mais comuns, compreendendo que as categorias a seguir são flexíveis, muitas vezes se misturando, e que toda tipificação é essencialmente uma simplificação.

Há placas que não convidam diretamente a algum tipo de interação específica, como as que só contêm algum tipo de declaração ou desenho, que parecem externar apenas a vontade do autor de se expressar. Outras têm como objetivo a autopromoção, divulgando uma rádio online, conta em rede social ou canal do YouTube, normalmente pertencentes ao portador, que o mesmo deseja que os demais acompanhem na Internet. Tais tipos de mensagem podem suscitar a conversa de passantes com o portador, mas essas abordagens não são necessárias para servir à função expositiva da mensagem.

A maioria dos outros modelos de mensagem, no entanto, só cumprem o papel desejado pelo autor da placa quando geram a participação de outras pessoas. É frequente, por exemplo, encontrar plaquinhas que promovem enquetes informais. Pode haver uma pergunta no topo (figura 2), trazendo abaixo as alternativas de resposta. A placa pode também apenas conter alguns nomes de animês, personagens ou bandas, por exemplo, caso em que os passantes podem votar em seu preferido (figura 3). O portador da plaquinha de enquete está implicitamente aberto a abordagens, de modo que qualquer pessoa pode ir até ele, que oferecerá a caneta para que o passante acrescente um traço à área da lousa que contém a opção em que deseja votar. O voto também pode ser registrado oralmente, caso em que o dono da placa fará a marcação que foi pedida.



Figuras 2, 3 e 4 – Plaquinhas de enquête (esquerda e centro) e plaquinha de “ordem” (direita)  
Fonte: <http://www.cosplayrs.com.br/>

Algumas placas contêm frases no imperativo, que os passantes podem obedecer ou ignorar. Na figura 4, a jovem segura uma placa onde se lê “GRITE BANKAI”, pedindo aos outros que gritem o nome de um golpe do animê *Bleach*. Abaixo da frase, há marcações que contabilizam o número de pessoas que entraram na brincadeira.

As plaquinhas são às vezes usadas para pedir dinheiro, normalmente oferecendo algum motivo inusitado pelo qual a pessoa estaria precisando de ajuda. Ainda nos pedidos de ajuda, há pessoas que usam a plaquinha para tentar encontrar algum amigo, já que é fácil se perder de colegas em meio a tanta gente, e “as pessoas quase nunca vão sozinhas a um evento de anime. [...] [G]rupos de três, quatro, dez (ou até mais) pessoas se encontram para andarem juntas ao longo de todo o evento” (ISSA, 2015, p. 116).

Talvez o tipo mais popular de uso das plaquinhas seja o de convites ao contato físico ou a algum tipo de intimidade. Abraços, beijos ou até atos de intimidade bastante ousados, os quais o portador da placa pode ou não estar disposto a realizar de fato, são oferecidos por alguns centavos ou sem pedir nada em troca. A mensagem mais recorrente desta categoria é a que pede “*free hugs*” ou sua tradução, “abraço grátis”. A prática de oferecer abraços a estranhos sem pedir nada em troca se espalhou pelo mundo a partir do vídeo viral em que o australiano de pseudônimo Juan Mann

anda com uma placa em que se lê “*FREE HUGS*”. “Mann apenas esperava que um transeunte qualquer, ao ler a mensagem no cartaz, se sensibilizasse e também se propusesse à troca de abraços, sem necessidade de perguntar o motivo da proposta” (MARTINS; GUSHIKEN, 2012, p. 183). O movimento mais tarde virou uma campanha, incluindo *flash mobs* em várias cidades do mundo. Mas os abraços grátis já transcenderam qualquer relação com a campanha e tornaram-se tradição nos eventos de animê, a tal ponto que atualmente é quase impossível passar o dia inteiro em uma dessas convenções e não se deparar com pelo menos uma plaquinha oferecendo abraços.

Alguns otakus se aproveitam dessas fórmulas para pregar peças naqueles que aceitam a oferta de sua plaquinha. Uma pegadinha comum é uma menina andar com uma placa de “beijo grátis”. Quando abordada por algum rapaz, ela vira a placa, cuja outra face revela que ela só beija outras meninas ou que os beijos grátis na verdade dizem respeito ao amigo que está andando ao lado dela.



Figuras 5 e 6 – Abraço ou beijo grátis (esquerda) e pegadinha (direita)  
Fonte: <http://www.cosplayrs.com.br/>

Outro fenômeno relativo às plaquinhas ocorre em certos eventos, especialmente os ao ar livre, cujas divisórias dos estandes são feitos de material que também aceita escrita com caneta porosa sem ser danificado, pois pode ser facilmente limpo. Nessas ocasiões, os otakus aproveitam para desenhar, deixar recados, números



de telefone e acrescentar ou atrapalhar as mensagens uns dos outros. Assim, mesmo não sendo individuais ou móveis, esses painéis acabam funcionando como gigantescas plaquinhas colaborativas, pois muito da lógica e das fórmulas usadas nas placas portáteis também podem ser encontradas em tais divisórias.



Figura 7 – Divisória com escritas e desenhos de vários autores  
Fonte: <http://www.cosplayrs.com.br/>

## Considerações finais

As mensagens das plaquinhas, independentemente do tipo de interação que propõem, costumam se basear em um repertório de signos compartilhados pela maioria dos presentes. Os otakus tomam referências das mais variadas origens, aludindo aos animês, mangás, videogames, seriados, livros e filmes, que se misturam a fatos cotidianos e até à política para compor o imaginário intercultural dessa tribo.

O uso de recursos escritos e imagéticos provenientes da comunicação *online* chama a atenção, especialmente a recorrência de *emoticons* e *memes* de internet. Mesmo podendo desenhar livremente nas placas e de fato demonstrarem expressões faciais em tempo real com o próprio rosto, os jovens parecem encontrar grande potência nas carinhas formadas por caracteres que traduzem emoções facilmente



compreensíveis por quem domina seus códigos. Essas fórmulas visuais condensadas são especialmente úteis porque qualquer um consegue reproduzi-las, uma vez que não requerem habilidades artísticas especiais, diferentemente de alguns dos desenhos mais elaborados que se encontram nas plaquinhas.

Os otakus fazem uso dos *emoticons* ocidentais e dos japoneses, os *kaomojis* (literalmente, “rosto de letras”). À diferença daqueles, cujos rostos devem ser lidos de lado e que recebem mais ênfase na boca, estes são lidos verticalmente e dão destaque para os olhos (BRYCE, 2004), assim como os mangás e animês. Essa relação não é meramente accidental, já que

Os criadores dos *kaomojis* recorrem à linguagem visual dos mangás, que retratam estados emocionais internos, na elaboração de rostos a partir de botões do teclado. A forte influência do mangá no desenvolvimento dos *kaomojis* fica mais aparente em exemplos mais elaborados que combinam texto e grafemas para produzir, com efeito, células de expressão *online* no estilo mangá<sup>3</sup>” (KATSUNO; YANO, 2002, p. 14).

Seja na forma de escrita, desenhos ou *emoticons*, as plaquinhas auxiliam em um dos grandes propósitos dos eventos de animês, que é o de servir como momentos de efervescência nos quais os membros da tribo otaku partilham dos mesmos gostos e da companhia uns dos outros. As pequenas lousas portáteis fazem parte dos rituais da festa, seguindo uma lógica interna que pode não ser imediatamente aparente para os não iniciados. A tônica dos eventos se dá na presença física e na comunicação oral, as quais a comunicação escrita serve para facilitar e ampliar. As mensagens carregadas às vistas de todos possibilitam e potencializam interações que talvez não chegassem a acontecer de outra forma. Assim, as plaquinhas ajudam a vencer a timidez tão comumente relatada pelos otakus, que acabam imitando os modos de comunicação *online*, com os quais parecem se sentir mais à vontade.

---

<sup>3</sup> Tradução nossa, do inglês: “Creators of kaomoji draw upon the manga visual language depicting internal emotional states in fashioning faces from keyboard strokes. The strong influence of manga upon the development of kaomoji can best be seen in more elaborate examples that combine text and graphemes to produce, in effect, on-line manga-like cells of expression.”

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

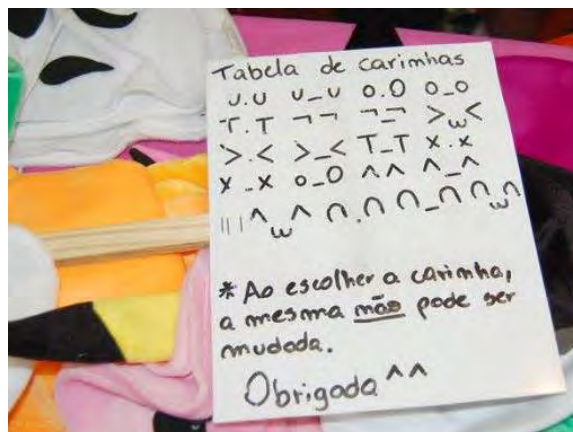


Figura 8 – Plaquinha com vários *kaomojis*, *emoticons* japoneses  
Fonte: <http://www.cosplayrs.com.br/>

Para além das brincadeiras e da pura autoexpressão, a maioria das placas carrega recados cujo propósito é servir de quebra-gelo para o contato face a face. O meio escrito aumenta exponencialmente o número de destinatários da proposta do dono da placa, o que resulta em mais pessoas aceitando seu convite, tudo sem que ele tenha precisado abordar ninguém ou vocalizar uma única sílaba. Devido às inúmeras possibilidades que criam, as plaquinhas são instrumentos que auxiliam no gozo da corporeidade da tribo otaku. Talvez se usadas em outros contextos ou isoladamente, as placas de fórmica causassem estranhamento e rejeição, mas nessas ocasiões, esses simples aparatos de escrita transformam-se em um sistema comunicacional do qual todos os presentes acabam fazendo parte. Para os otakus nos eventos de animê, as plaquinhas servem para promover brincadeiras, comentários fortuitos, longas conversas, podendo originar amizades, namoros ou simples abraços descompromissados entre estranhos que não chegam a precisar trocar uma única palavra.

## Referências

BARRAL, Étienne. **Otaku**: Os Filhos do Virtual. São Paulo: Ed. SENAC, 2000.

BRYCE, Mio. Cuteness Needed: The New Language/Communication Device In A Global Society. **International Journal of the Humanities**, vol. 2, n. 3. Champaign: Common Ground, 2004.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2003.

FARIA, Mônica Lima de. **História e Narrativa das Animações Nipônicas**: Algumas Características dos Animês. In: 1o. ENCONTRO JUVENTUDE, CONSUMO E EDUCAÇÃO, 2007, Porto Alegre. 1o. Encontro Juventude, Consumo & Educação, v. 1., 2007.

FREITAS, Erika; NUNES, Janaína. A Comunicação Visual dos Mangás. In: INTERCOM SUDESTE 2012 – XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Ouro Preto, 2012. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2012.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1983.

ISSA, Victor Eiji. **Otaku**: um Sujeito entre Dois Mundos. Refletindo sobre o diálogo existente entre ficção e realidade. 2015. 152 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

KATSUNO, Hirofumi; YANO, Christine. Face to Face: On-line Subjectivity in Contemporary Japan. **Asian Studies Review**, vol; 26, n. 2, p. 205–231, Sydney: Routledge, 2002.

LOURENÇO, André Luiz Correia. **Otakus**: Construção e Representação de si entre Aficionados por Cultura Pop Nipônica. 2009. 365 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Museu Nacional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

MACHADO, Carlos Alberto. **Animencontros**: A relação da cultura pop nipônica na configuração de grupos juvenis. Rio de Janeiro, 2008a.

\_\_\_\_\_. **Animencontros**: o hibridismo cultural midiático como consequência do relacionamento na formação de novos costumes juvenis. In: INTERCOM 2009 - XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2009, Curitiba. **Anais...** São Paulo: USP, 2009a.

\_\_\_\_\_. A cultura midiática e a formação de novos costumes. In: IV ENECULT – ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 2008, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2008b.

\_\_\_\_\_. **Processos sócio-educativos dos animencontros**: a relação de grupos juvenis com elementos da cultura midiática japonesa. Rio de Janeiro, 2009. 192 f. Tese (Doutorado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2009b.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MARTINS, Fernando Gil Paiva ; GUSHIKEN, Yuji. Free Hugs: Dinâmicas de troca, dádiva e estranhamento na intervenção urbana. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, ano 9, vol.9, n.24, p. 174-198, 2012.

MOLINÉ, Alfons. **O grande livro dos mangás**. Rio de Janeiro: Editora JBC, 2004.

NAGADO, Alexandre. O mangá no contexto da cultura pop japonesa e universal. In: LUYTEN, Sonia Bibe (org.). **Cultura pop japonesa**: Mangá e Animê. São Paulo: Hedra, 2005, p. 49-57.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. Cena cosplay: breves narrativas de consumo e memória pelas capitais do Sudeste brasileiro. In: \_\_\_\_\_. (org.). **Cena Cosplay**: Comunicação, consumo, memória nas culturas juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2015, p. 23-76.

SASAKI, Elisa. **Qual a relação entre a imigração e a cultura pop japonesa no Brasil?** XIV Congresso internacional “Asia y Africa. Conexiones, intercambio y nuevos abordajes académicos desde America Latina”. Buenos Aires, 2013.

SATO, Cristiane. **Japop**: o poder da cultura pop japonesa. São Paulo: NSP Hakkosha, 2007.

## **Consumo, entretenimento e *mass media*<sup>1</sup>**

Ensaio sobre *ethos* jovem e *zeitgeist*, a partir do filme “Curtindo a Vida Adoidado”

Alexandre Nunes de Sá<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo tem um caráter ensaístico acerca do processo de juvenilização, sob a forma de um *ethos* jovem legitimado pela experiência, via cultura do consumo, da união indissociável entre *mass media* e entretenimento, considerando valores específicos do *zeitgeist* que atravessa gerações, do pós-guerra à contemporaneidade. Numa perspectiva dos estudos culturais, busca-se articular diferentes referenciais teóricos, além da análise do filme *Curtindo a Vida Adoidado* (1986) como exemplo de produção *blockbuster* da chamada “cultura da mídia”. A partir da análise fílmica, ressaltam-se as múltiplas (sub) culturas juvenis como construção sociocultural que, por conseguinte, se expressa na estrutura de classe.

### **Palavras-chave**

*Ethos* jovem; Cultura do consumo; *Mass media*; Entretenimento; *Zeitgeist*.

### **Formação do *ethos* jovem no pós-guerra**

Um espectro ronda o mundo pós-guerra: o espectro do entretenimento como um valor dos “anos dourados” (HOBBSAWN, 2012). A partir da segunda metade do século XX, a juventude se consolida como categoria analítica, via cultura do consumo, apropriada pelos meios de comunicação de massa (*mass media*) e traduzida num estilo de vida ancorado nos conceitos de distração, diversão, fruição...

Neste artigo, a partir da conjugação *mass media* e entretenimento, considera-se que uma determinada expectativa sobre a figura do jovem *stricto sensu* e o consequente desenvolvimento de culturas e subculturas – ou “tribos” (MAFFESOLI,

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Bacharel (2013) e licenciado (2014) em Ciências Sociais pela UFRJ, graduou-se no bacharelado em Estudos de Mídia (2015) pela UFF. Email: [asa@id.uff.br](mailto:asa@id.uff.br)



2002) – juvenis teriam possibilitado ancorar valores do espírito do tempo (*zeitgeist*) às identidades culturais expressas em cada geração, sob a forma de um *ethos* jovem.

Numa análise inspirada na perspectiva de Colin Campbell e Edgar Morin, busca-se articular o *ethos* jovem ao *zeitgeist* que perdura desde o pós-guerra. Segundo Campbell, devem ser destacados os aspectos culturais de formação do consumismo moderno. A partir de uma releitura d'*A ética protestante e o "espírito" do capitalismo*<sup>3</sup> (WEBER, 2004), Campbell ressalta o consumo como fenômeno cultural, associando a "ética romântica" à experiência de consumo hedonista para além da posse de bens materiais.

A visão de mundo romântica proporcionou os motivos mais altos possíveis com que se justificassem o devaneio, o anelo e a rejeição da realidade, juntamente com a busca da originalidade na vida e na arte: e, assim fazendo, capacitou o prazer a ser colocado acima do conforto, contrariando as restrições tanto tradicionalistas quanto utilitárias ao desejo. (CAMPBELL, 2001: 281, 282)

Segundo o sociólogo francês Edgar Morin, no pós-guerra, a juventude é apropriada pela cultura de massa e traduzida num estilo de vida que, dialogando com a proposta deste trabalho, configura-se num *ethos* jovem. No artigo intitulado *Juventude*, Morin analisa como os jovens se tornaram representantes de um novo *ethos* na modernidade.



<sup>3</sup> Para Max Weber, o capitalismo teria se desenvolvido a partir de uma determinada forma de conduta. Isto é, a ética protestante teria contribuído para uma economia política alicerçada à produção racional do trabalho.

Figura 1. Campanha da Pepsi de 1961: *Now it's Pepsi – for those who think young* (Agora é Pepsi – para quem pensa jovem).

Todo impulso juvenil corresponde a uma aceleração da História: porém, mais amplamente, numa sociedade em rápida evolução, e, sobretudo, numa civilização em transformação acelerada como a nossa, o essencial não é mais a experiência acumulada, mas a adesão ao movimento. A experiência dos velhos se torna lengalenga desusada, anacronismo. A 'sabedoria dos velhos' se transforma em disputa. Não há mais sabedoria. (MORIN, 1997: 147)

Dessa forma, o processo de juvenilização compreende que a “juventude” também se aplica aos que envelhecem e buscam – apesar da idade – permanecer jovens. Para além da faixa etária, a juventude se torna estilo de vida apropriado pela cultura de massa que, por sua vez, constrói narrativas associadas a valores rejuvenescidos da sociedade no pós-guerra. Nesse sentido, o cinema se constitui como um dos principais favorecedores desse *ethos* jovem, a partir de figuras olímpicas, como o ator James Dean.

De fato, os olímpicos, e sobretudo as estrelas, que se beneficiam da eficácia do espetáculo cinematográfico, isto é, do realismo identificador nos múltiplos gestos e atitudes da vida filmada, são os grandes modelos que trazem a cultura de massa e, sem dúvida, tendem a destronar os antigos modelos (pais, educadores, heróis nacionais). (MORIN, 1997: 107)

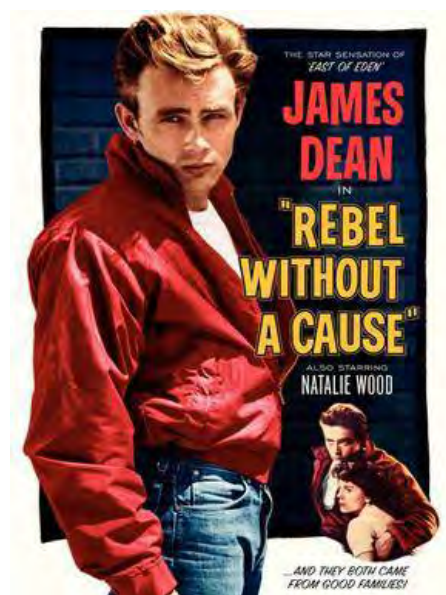


Figura 2. Cartaz do filme *Juventude Transviada* (1955).

Historicamente, a cultura de massa apresenta um papel fundamental na fixação de significantes mais hegemônicos acerca da juventude; sobretudo, os que fazem referência ao entretenimento como um valor juvenil. Para Neal Gabler, historiador da cultura popular estadunidense, uma das marcas do século XX é a transformação da própria vida em uma forma de entretenimento.

Ao analisar a transformação cultural dos Estados Unidos no século XX, Gabler nomeia esse fenômeno de *lifies*: uma fusão de *life* e *movies*, ou seja, vida e filmes. Dessa forma, analisa-se a mudança da concepção de entretenimento: de escapista e temporário para distração permanente, ancorada no protagonismo do “filme-vida”.

A transformação da vida num veículo de entretenimento não poderia ter dado certo, no entanto, se aqueles que assistem ao filme-vida não tivessem descoberto o que os primeiros produtores de cinema já tinham descoberto anos antes: que as plateias precisam de algum elemento de identificação para que o espetáculo as envolva de fato. No cinema, a solução foram as estrelas. Para o filme-vida são as celebridades. (GABLER, 1999: 14)

Nesse sentido, a produção de subjetividade proporcionada, entre outras coisas, pelas estrelas de cinema inspirou o protagonismo do “filme-vida” e transformou sujeitos comuns em celebridades que, em diálogo com a proposta deste capítulo, se expressam sob a forma de um *ethos* jovem, a partir da segunda metade do século XX. Assim, no contexto do Estado de Bem-Estar Social, nos vinte anos subsequentes do pós-guerra, com o aumento do poder aquisitivo, em consonância à cultura do consumo, coube à *mass media* estimular o entretenimento e associá-lo aos jovens como protagonistas desse *zeitgeist* na modernidade.

## **Desenvolvimento do *ethos* jovem na década de 1980**

Ao contrário dos vinte primeiros anos do pós-guerra, a década de 1970 resultou na intensificação de políticas conservadoras. Dessa forma, destacaram-se os governos neoliberais, baseados no individualismo e na liberdade econômica: Margaret

Thatcher (que, não à toa, recebera a alcunha de “dama de ferro”) e Ronald Reagan, respectivamente, na Inglaterra e nos Estados Unidos.

Nesse contexto, a década de 1980 fortaleceu o espírito patriótico e o empreendedorismo individual, especialmente na ideologia política fomentada pelos *yuppies*<sup>4</sup>, promovendo o discurso que enaltece a figura do indivíduo empreendedor. Nesse sentido, o *ethos* jovem também se constitui, em sua formação, dessa retórica neoliberal.

A cultura da mídia, assim como os discursos políticos, ajuda a estabelecer a hegemonia de determinados grupos e projetos políticos. Produz representações que tentam induzir anuências a certas posições políticas, levando os membros da sociedade a ver em certas ideologias ‘o modo como as coisas são’ (ou seja, governo demais é ruim, redução da regulação governamental e mercado livre são coisas boas, a proteção do país exige intensa militarização e uma política externa agressiva, etc.). Os textos culturais populares podem naturalizar essas posições e, assim, ajudam a mobilizar o consentimento às posições políticas hegemônicas. (KELLNER, 2001: 81)

Salienta-se que este artigo utiliza a perspectiva dos estudos culturais, frente ao reducionismo de interpretações dos “apocalípticos” sobre a conjugação *mass media* e entretenimento (ECO, 1979). Em outras palavras, a cultura da mídia produz “formas de dominação ideológica que ajudam a reiterar as relações vigentes de poder”, enquanto “fornece instrumental para a construção de identidades e fortalecimento, resistência e luta” (KELLNER, 2001: 10).

Esse caráter ambíguo da cultura da mídia pode ser ilustrado na análise da produção *blockbuster* dos anos de 1980, considerando a consolidação de filmes com gênero da “comédia adolescente”, a partir da audiência de jovens menores de 18 anos nos espaços *multiplexes* (salas de cinema dentro do shopping). As comédias articuladas ao cotidiano do público adolescente têm a filmografia de John Hughes como principal representante do gênero, na década de 1980. Uma de suas

---

<sup>4</sup> A Era Reagan (1981 – 1989) pode ser caracterizada pela formação de um imaginário estadunidense ancorado no patriotismo impulsionado pela Guerra Fria, bem como no empreendedorismo dos *yuppies* (*young urban professionals*): jovens, entre 25 e 35 anos, que trabalhavam nos grandes centros urbanos.



peculiaridades é ressaltar o conflito entre liberdade juvenil e normatização dos adultos; sobretudo, nas experiências do espaço escolar (*High School*).

Dirigido, escrito e produzido por John Hughes, o filme *Curtindo a Vida Adoidado* apresenta um personagem adolescente que se tornaria ícone de um *ethos* jovem da década de 1980 (assim como seus ideais podem ser reconhecidos na construção das identidades culturais da contemporaneidade): Ferris Bueller. De forma especial, o filme pode ser analisado pela tensão entre subjetividade e objetividade, impressão e testemunho, uma vez que muitas das falas do personagem principal são direcionadas com o olhar voltado para a câmera. Enquanto seus conselhos e ideais são transmitidos, rompe-se a narrativa esperada de um filme.

Dessa forma, o espectador é convidado a participar da trama com ele: tirar um dia de folga<sup>5</sup> e aproveitar o momento, porque “a vida passa muito rápido”. Ademais, é possível compreender o olhar de Ferris para a câmera como um prenúncio das interações decorrentes da chamada “cultura da convergência” (JENKINS, 2009). Ampliada pelo acesso das novas tecnologias e do uso das redes sociais, a narrativa transmidiática possibilitou uma conversa direta da produção cultural da *mass media* ao seu público.



Figura 3. Imagem de Ferris Bueller falando com o olhar voltado para a câmera, no filme *Curtindo a Vida Adoidado* (1986).

<sup>5</sup> Originalmente, o filme se chama *Ferris Bueller's Day Off*, podendo ser traduzido como “Dia de Folga de Ferris Bueller”.



Nesse sentido, o caráter metalinguístico de “quebrar a quarta parede” contribui para apresentar Ferris como imperativo dos anos de 1980 para o *ethos* jovem estadunidense: importar-se consigo mesmo, desejar ter um carro, ser reconhecido por seus méritos pessoais como alguém de sucesso; em síntese, “curtir a vida adoidado”.

Ferris falta às aulas pela nona vez, por considerar um desperdício trocar um dia ensolarado se divertindo na cidade de Chicago pelas aulas maçantes da escola. Segue a transcrição de uma de suas primeiras falas para a câmera, após seus pais deixarem o quarto acreditando na sua doença:

Ferris Bueller: Eles caíram. Inacreditável! Uma de minhas piores atuações e eles não duvidaram de mim, nem por um minuto. Eu ia perder um dia maravilhoso desse sol, enfiado naquela escola? [...] A vida passa muito rápido... E se você não curtir, de vez em quando, a vida passa e você nem vê. Eu tenho mesmo uma prova hoje. Essa parte não era mentira. Era sobre o socialismo europeu. Eu só queria saber qual é a razão desse teste. Eu não sou europeu, e nem pretendo me tornar europeu. Por isso, nem me interessa se eles são socialistas ou não. Eles podiam ser fascistas, anarquistas e, mesmo assim, não ia mudar o fato de eu não ter um carro.

Ao contrário do jovem Ferris, apresentado como herói que se dá bem em tudo, o diretor Edward Rooney se apresenta como uma figura obsessiva em dar uma lição de moral. Assim, apresentam-se como personagens antitéticos: Ferris é autoconfiante, popular, carismático, enquanto Rooney tem uma vida monótona (e atrapalhada) como diretor da escola.

Ferris é um jovem tão conhecido na escola e em toda cidade que, por ter inventado estar doente para faltar às aulas, torna a campanha para arrecadar dinheiro em benefício a sua saúde – *Save Ferris* – num *meme* de proporções dignas para um viral publicitário: dos corredores da escola até o letreiro do estádio de Wrigley Field.

Nesse dia de folga, é significativo que Ferris, acompanhado de sua namorada Sloane e de seu amigo Cameron, tenha escolhido, como lugares para visita, a bolsa de valores, um restaurante de alta classe e o museu. Dessa forma, demonstram-se, por exemplo, os aspectos ideológicos e distintivos de um *habitus* de classe decorrente de estilos de vida associados ao capital cultural (BOURDIEU, 2011).

O “dia de folga”, nesse sentido, pode ilustrar a concepção de moratória social, salientando a condição juvenil como etapa áurea da vida. Para Ferris, o espaço urbano se constitui como lugar de fruição das experiências do *ethos* jovem ancorado no tempo presente, em consonância ao *zeitgeist* dos anos de 1980, numa dimensão valorativa da juventude.

Assim, semelhantemente ao *shopping center*, metaforizado pela socióloga Valquíria Padilha como “catedral”<sup>6</sup>, a cidade se expressa através de vitrines representadas por (sub) culturas juvenis que, a partir de uma sociabilidade urbana, conforme será discutido mais detalhadamente a seguir, promovem/ questionam novas formas de socialização e de acesso aos bens de consumo.

### **Hegemonia do *ethos* jovem na contemporaneidade**

Zygmunt Bauman, sociólogo polonês, aborda a “modernidade líquida” como sua principal teoria sociológica de análise da sociedade contemporânea, a partir do início dos anos de 1990, com o desmantelamento dos blocos soviéticos e consequente fim da Guerra Fria, com a queda do muro de Berlim. Em linhas gerais, diferentemente da “modernidade sólida”, conceitua-se de modernidade líquida um novo espírito do tempo caracterizado pela fluidez no conjunto de relações e instituições<sup>7</sup>.

Os referenciais rígidos que forjaram os valores da “modernidade sólida” são substituídos pela efemeridade e insegurança na lógica do instantâneo e do hedonismo que, por sua vez, na contemporaneidade, influenciam no acirramento da cultura do consumo – o que o filósofo Gilles Lipovetsky chama de “felicidade paradoxal”, em seu ensaio sobre a “sociedade de hiperconsumo”.

---

<sup>6</sup> Segundo Padilha, o *shopping center* se apresenta como espaço híbrido, pela mistura de consumo e lazer, destinado a uma parte específica da população, a fim de que se obtenha a experiência do entretenimento enquanto se veneram as mercadorias.

<sup>7</sup> No contexto de desenvolvimento econômico em escala global, com a flexibilização nas relações trabalhistas, o sociólogo Richard Sennett (1999) ilustra, nas figuras de Enrico e Rico – pai e filho, respectivamente –, as consequências pessoais das mudanças de uma hierarquia piramidal para as organizações em rede, de uma geração para outra, na obra intitulada *A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*.

Na chamada “geração y”, também conhecida como “geração milenarista” (*millennials*), representada por jovens nascidos entre o fim da década de 1970 e a metade da década de 1990, o *ethos* jovem se insere numa modernidade líquida: mínima estabilidade ou solidez, por conta do fluxo intenso de mercadorias e informações que caracterizam a sociedade atual. Intensifica-se, dessa forma, a cultura do consumo, uma vez que a vida se torna fortemente imprevisível e – assim sendo – desejos devem ser realizados em curto prazo.



Figura 4. Imagem da *fanpage* *A vida é muito curta pra..*

É a partir deste cenário que o processo de juvenilização, em desenvolvimento nos primeiros anos do pós-guerra, ganha hegemonia pelo *zeitgeist* líquido-moderno: no contexto da busca (incessante) por bem-estar, através da convergência do *ethos* jovem em faixas etárias distintas. Nesse sentido, cabe salientar a “reinvenção da velhice” (DEBERT, 1999), bem como o fenômeno da “envelhescência”, na terceira idade (também chamada de “melhor idade”).

Segundo a antropóloga argentina Paula Sibilia, em decorrência às mudanças no aumento de circulação de pessoas, capitais e informações, um conjunto de valores associados à autonomia e à responsabilidade individual legitimou a formação de uma “ética empreendedora” (SIBILIA, 2012: 126).

Assim, sob a égide do ‘novo espírito do capitalismo’, não se trata somente de ser produtivo, mas algo que começou a ser nomeado recorrendo-se a esses neologismos: é preciso ser proativo ou produsuário – em síntese, empreendedor. (SIBILIA, 2012: 128, 129)

Em outras palavras, no *zeitgeist* líquido-moderno, a ética empreendedora não se restringe ao empreendedorismo *stricto sensu* de abrir a tão sonhada *startup*, mas ao perfil empreendedor de si mesmo: capacidade de gerir a própria vida, numa busca (incessante) por bem-estar e *marketing* pessoal.

Nesse novo cenário, ressalta-se a profusão de pequenas narrativas sobre quaisquer particularidades, principalmente, através da chamada “linha do tempo” da rede social Facebook, onde os relatos de cada usuário podem ser expostos para que demais associados curtam<sup>8</sup> e/ ou compartilhem.

Assim, como exemplo de tal comportamento característico da contemporaneidade, cabe citar a espetacularização (ou celebração) imagética da vida, no hábito que se tornou conhecido como *selfie*: autorretrato compartilhado nas redes sociais, principalmente através da popularização dos *smartphones* (celulares com câmera) e do *Instagram*.

Em novembro de 2013, “*selfie*” foi eleita a palavra do ano pelo *Dictionary Oxford*<sup>9</sup>. Neste momento, no *Instagram*, mais de 305 milhões de postagens podem ser encontradas com a *hashtag*<sup>10</sup> “#selfie”<sup>11</sup>. Efetivamente, o hábito de compartilhar *selfies* se tornou um fenômeno nas mídias sociais.

Evidentemente, é impossível contemplar todas as expressões de (sub) culturas juvenis. A fim de ilustrar a questão da “juventude” como arena de disputa por

<sup>8</sup> Além de possibilitar um maior compartilhamento de conteúdo, através do clique na opção “curtir”, a publicação no Facebook pode, literalmente, expressar o ato de “curtir a vida” (alheia).

<sup>9</sup> A despeito dos mais puristas que se mostraram insatisfeitos com o anúncio publicado no blog da Oxford University Press. Disponível em: <<http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>>. Acesso em: 03 ago. 2015.

<sup>10</sup> A *hashtag* é uma palavra-chave precedida pelo símbolo cerquilha (#), utilizado para unir usuários das mídias sociais por interesses semelhantes. Ao pesquisar por “#selfie”, por exemplo, em qualquer rede social, serão exibidas as postagens de todos os usuários que mencionaram “#selfie”. Numa adaptação de Curtindo a Vida Adoidado para 2015, possivelmente, os personagens (assim como, via “cultura da convergência”, os espectadores, o elenco e a produção do filme) utilizariam a hashtag #SaveFerris, em campanha nas redes sociais.

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://websta.me/hot/>>. Acesso em: 03 ago. 2015.



significados, optou-se pela perspectiva de que “a ‘juventude’ é apenas uma palavra” (BOURDIEU, 1983). Isto é, há pelo menos duas juventudes (dentre outras possíveis): burguesa e das classes populares. A “juventude”, portanto, não é uma categoria autônoma em relação a outras (gênero, etnia, classe, religião etc.). Uma jovem travesti, negra e moradora de periferia, por exemplo, não compartilha da imagem positivada de juventude *yuppie* do filme *Curtindo a Vida Adoidado*.



Figura 5. Imagem de Ferris, Sloane e Cameron, no restaurante Chez Quis, em *Curtindo a Vida Adoidado* (1986).

Jovens das classes populares têm possibilidades ínfimas (ou inexistentes) de consumir em espaços como restaurantes e museus, além de obstáculos simbólicos (e vivenciados concretamente) que vão de encontro à garantia do bem-estar proporcionado pelo “tempo livre” (PADILHA, 2006). É interessante, por exemplo, pontuar os “rolezinhos”<sup>12</sup> ocorridos no início de 2014 nos *shopping centers* das

<sup>12</sup> Numa tentativa de conter os rolezinhos potencializados pelas redes sociais, a Justiça de São Paulo teria concedido o direito de selecionar o acesso a seis shoppings da capital, a partir de critérios arbitrários que expressam *apartheid* contra o direito de ir e vir dos jovens de periferia. Disponível em: <[http://brasil.elpais.com/brasil/2014/01/12/sociedad/1389559949\\_135207.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2014/01/12/sociedad/1389559949_135207.html)>. Acesso em: 03 ago. 2015.



grandes cidades do país, como resposta de jovens das periferias brasileiras à associação publicitária ao ato de consumir.

Tal fenômeno pode ser compreendido como estratégia de jovens das classes populares questionarem coletiva e criativamente suas posições na estrutura social. Ainda que não haja uma noção de luta “para além do capital econômico”, uma vez que o acesso à cidadania não se reduz ao âmbito do consumo, os rolezinhos se destacam pela disputa simbólica por visibilidade e reconhecimento de subculturas juvenis que, sob o discurso do pânico moral da *mass media*, são frequentemente associadas à delinquência<sup>13</sup>.

Mesmo que jovens das classes média e alta cometam delitos, é frequente o discurso da moratória social, em detrimento ao estigma do pânico moral para jovens favelados e de periferia. Tal discurso pode ser evidenciado na análise comparativa de duas matérias comentadas por Rachel Sheherazade, âncora do telejornal SBT Brasil.

Na matéria do dia 7 de novembro de 2013, a jornalista comenta sobre a “fase de turbulência” do cantor Justin Bieber (“Um James Dean repaginado?”), numa atitude complacente de moratória social (“atire a primeira pedra, quem nunca foi um rebelde sem causa”).

Menino prodígio ou adolescente problema? Namoradinho romântico ou pegador contumaz? Um protótipo de *bad boy*? Um James Dean repaginado? Afinal, quem é, hoje, o astro Justin Bieber? No *Instagram*, postou uma foto, onde se lê a frase: ‘Você realmente me conhece?’ Bieber está irreconhecível. Cuspiu em fã, deixou o palco, pichou muro, dormiu com prostitutas... Prato cheio para os *paparazzi* e fofoqueiros de plantão! Mas, atire a primeira pedra, quem nunca foi um rebelde sem causa, quem nunca questionou seus valores, quem nunca se perdeu de si mesmo ou procurou se encontrar... Os médicos dizem que é normal, é a Síndrome da Adolescência. Para anônimos e famosos, como o Justin, é fase de turbulência, hormônios em ebulição, conflitos, agressividade... É a busca da própria identidade. Peguem leve com Justin! O menino está só crescendo!<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Jovens *funkeiros* costumam receber o estigma da associação à desordem urbana e aos comandos organizados. Principalmente, sendo favelados ou de periferia, uma vez que o *funk* também tem exercido fascínio sobre jovens de “boa família” (entre aspas, leia-se de classe média).

<sup>14</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=A7u5XqUFLZU>>. Acesso em: 03 ago. 2015.

Cerca de três meses depois, Sheherazade comenta sobre o linchamento de um jovem-negro-sem-nome (“marginalzinho amarrado ao poste”) por ter sido flagrado em delito, numa atitude sensacionalista de pânico moral (“a ficha do sujeito está mais suja do que pau de galinheiro”).

“O marginalzinho amarrado ao poste era tão inocente que, ao invés de prestar queixa contra seus agressores, preferiu fugir antes que ele mesmo acabasse preso. É que a ficha do sujeito está mais suja do que pau de galinheiro. No país que ostenta incríveis 26 assassinatos a cada 100 mil habitantes, que arquiva mais de 80% de inquéritos de homicídio e sofre de violência endêmica, a atitude dos vingadores é até compreensível. O Estado é omissivo, a polícia é desmoralizada, a Justiça é falha. O que resta ao cidadão de bem que, ainda por cima, foi desarmado? Se defender, é claro. O contra-ataque aos bandidos é o que chamo de legítima defesa coletiva de uma sociedade sem Estado contra um estado de violência sem limite. E, aos defensores dos Direitos Humanos, que se apiedaram do marginalzinho preso ao poste, eu lanço uma campanha: faça um favor ao Brasil, adote um bandido”.<sup>15</sup>

### Considerações finais

É importante ressaltar, mais uma vez, as múltiplas condições juvenis, no contexto da contemporaneidade, considerando que as experiências da juventude propriamente dita ou do *ethos* jovem se articulam à posição socioeconômica. Dessa forma, diferentemente de jovens (e “envelhescentes”) das classes populares, os pertencentes às classes média e alta desfrutam um maior campo de possibilidades para que suas vidas sejam dedicadas ao estudo, ao entretenimento, ao empreendedorismo, ao consumo de bens culturais etc.

Portanto, ressalta-se a premissa de que o pós-guerra constrói novas identidades culturais que se expressam na contemporaneidade sob a forma de um *ethos* jovem que, por sua vez, é atravessado pelo *zeitgeist*, mediante a combinação de elementos num longo processo histórico: cultura de massa, cultura do consumo, *mass media*, entretenimento... Para além da faixa etária, a juventude se torna estilo de vida

---

<sup>15</sup> Idem.

apropriado por valores específicos que atravessam gerações do pós-guerra à contemporaneidade.

### Referências bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2011.
- \_\_\_\_\_. *A “juventude” é apenas uma palavra*. In: *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- DEBERT, Guita Grin. *A reinvenção da velhice: socialização e reprivatização do envelhecimento*. São Paulo: FAPESP, 1999.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- GABLER, Neal. *Vida, o filme*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- HOBSBAWN, Eric. *A Era dos Extremos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- MAFFESOLI, Michel. *O tempo das tribos. O declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- MORIN, Edgar. “Juventude”. In: *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.
- PADILHA, Valquíria. *Shopping center: a catedral das mercadorias*. São Paulo: Boitempo, 2006.
- SENNET, Richard. *A Corrosão do Caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. São Paulo: Record, 1999.
- SIBILIA, Paula. *Redes ou paredes: a escola em tempos de dispersão*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- WEBER, Max. *A ética protestante e o “espírito” do capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

### Referências audiovisuais

*Curtindo a Vida Adoidado (Ferris Bueller’s Day Off)*. HUGHES, John. Estados Unidos: 1986. 102 minutos.

## **Vida em Jogo<sup>1</sup>**

O parque KidZania como tabuleiro da vida futura

Ana Luísa Hindrikson Saran<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo pretende realizar uma reflexão que visa relacionar as dinâmicas que se estabelecem no parque infantil KidZania às lógicas de capital que regem a sociedade contemporânea. Para ilustrar esse fenômeno, buscamos construir uma relação que enxerga o parque como um tabuleiro de um “jogo da vida”, a partir do qual as crianças são convidadas a exercitar o universo adulto e a ideia de sucesso, pautadas pela dinâmica do ciclo de produção e consumo. Assim sendo, ao propor uma relação direta entre sucesso financeiro, poder de consumo e vitória, o parque enfatiza valores neoliberais, no qual o consumo é fator fundamental para existência de um dever que precisa ser exercido para evitar a exclusão. Como referencial teórico que embasa esse texto, nos valem de autores como Bauman, Berimbau, Huizinga, Postman, Santos e Semprini.

### **Palavras-chave**

Sociedade de Consumo; Vida Futura; KidZania; Jogo da vida.

### **O jogador da sociedade de consumidores**

A sociedade de consumidores representa um conjunto peculiar de condições existenciais em que é elevada a probabilidade de que a maioria dos homens e das mulheres venha abraçar a cultura consumista em vez de qualquer outra, e de que na maior parte do tempo obedeçam aos preceitos dela com máxima dedicação (BAUMAN, 2008, p. 70).

O trecho trazido por Bauman (2008) remete a uma reflexão acerca da dinâmica que se configura no contexto contemporâneo, classificado pelo autor de sociedade de consumidores. Nesse cenário, no qual a lógica e o funcionamento das esferas sociais são moldados essencialmente pelos ditames de mercado, o consumo torna-se fenômeno chave que direciona grande parte de nossas atividades, de maneira que consumir torna-se a finalidade de nossas ações. Nesse sentido, nos deparamos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduanda em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM - SP). Email: [anahsaran@gmail.com](mailto:anahsaran@gmail.com)

com um modelo no qual o ato de consumir, em partes, garante nossa existência social, pois, de acordo com o autor, na sociedade de consumidores, independente do gênero, idade ou posição social, espera-se que nós sujeitos saibamos acompanhar o acelerado ritmo de compra e descarte de produtos, com a intenção de nos tornarmos parte desse contexto.

Frente a esse cenário, a indústria se apresenta como a fornecedora das ferramentas necessárias que irão nos auxiliar nesse processo de pertencimento a um grupo social. Isso se dá porque, segundo Bauman (2008), o consumo ultrapassa o âmbito material e supre necessidades não só físicas, mas também subjetivas. Ou seja, estamos tratando o ato de consumir como uma ação de apropriação de valores e ideais que alimentam essa nossa busca por sentido. Dessa maneira, as empresas buscam se posicionar não só como fornecedoras de um produto, mas como fornecedoras de um estilo de vida, de um modo de pensar, de uma nova maneira de ser, contribuindo, portanto, para um cenário no qual nós sujeitos nos tornamos cada vez mais dependentes desse ciclo de compra e descarte de produtos, no intuito de nos posicionarmos socialmente.

Relacionado a este ponto de vista mercadológico, Semprini (2010) discute a respeito das estratégias de comunicação e de posicionamento das marcas nesse cenário contemporâneo. De acordo com seu estudo, a “marca pós-moderna”, como denomina, atua não só no campo do consumo material propriamente dito, mas também passa a habitar o âmbito dos discursos sociais, justamente por reconhecer que o ato de consumir implica uma certa subjetividade, como estamos discutindo.

Neste contexto, e considerando a acirrada competição por visibilidade presente no atual mercado, a indústria passou a adotar estratégias que objetivam, cada vez mais, aproximar a marca do consumidor de uma maneira menos agressiva e mais envolvente, trabalhando justamente com a questão do envolvimento emocional proporcionado pela busca de sentido do consumidor contemporâneo. A partir desse cenário, as marcas passaram a criar seus próprios “mundos possíveis”, ou seja, por meio da construção de uma narrativa, as marcas buscam traduzir sua essência através



de diversos elementos que compõem seu universo e transmitem valores e experiências ao consumidor, como endossa:

Um mundo possível é uma construção de sentido altamente organizado, no qual confluem elementos narrativos, fragmentos de imaginário, referências socio-culturais, elementos arquétipos, e qualquer outro componente que possa contribuir para tornar esse mundo significativo para o destinatário (SEMPRINI, 2010, p. 21).

O mundo possível, portanto, se trata de uma estratégia que busca transportar o consumidor para “planos alternativos à realidade da rotina cotidiana ou da experiência realista de mundo que nos rodeia” (SEMPRINI, 2010, p. 283), que tem o intuito de incitar o imaginário do sujeito a fim de permitir que ele se aproprie de seus elementos para dar sentido à sua própria narrativa como ser humano, dotado de desejos e ambições. Para que os mundos possíveis possibilitem esse processo de imaginação e projeção, é necessário que eles ofereçam força e coerência, de forma a de fato transmitir algum sentido aos seus receptores, podendo atuar em diversos formatos como videogames, pontos de venda ou parques temáticos, por exemplo.

Retomando nossa reflexão, portanto, que parte do consumo como “atestado” de projeção social e se aproxima de uma estratégia mercadológica, Bauman (2008) argumenta que nos tornamos ao mesmo tempo sujeitos e mercadorias, uma vez que, para nos “auto-fabricarmos” perante a sociedade, nos submetemos às leis de oferta e demanda tais como produtos. Cada vez mais buscamos investir na afiliação de nós mesmos pois, se não exercermos com eficiência nosso papel como consumidor, nos tornamos “consumidores falhos”, ou seja, somos postos de fora dessa dinâmica de capital. Sendo assim, nos deparamos com um cenário em que prevalece a lógica do “cada um por si”, ou seja, é responsabilidade inteiramente individual a de prover sua existência como um consumidor ativo desse cenário, visto que se manter “membro” dessa sociedade requer habilidades e bom desempenho, como endossado pelo trecho:

A vocação consumista se baseia, em última instância, nos desempenhos individuais. Os serviços oferecidos pelo mercado que podem ser necessários para permitir que os desempenhos individuais tenham curso com fluidez também se destinam a ser a preocupação do consumidor individual: uma tarefa que deve ser empreendida individualmente e resolvida com a ajuda de habilidades e padrões de ação de consumo individualmente obtidos (BAUMAN, 2008, p. 74).

Estamos tratando, portanto, de um contexto moldado por valores neoliberais no qual cabe a cada um ser um gestor de seu próprio sujeito atuante dessa dinâmica. Santos (2000) nos atenta ao fato de que esse modelo é excludente, ou seja, aqueles que não estão aptos a contribuir com o giro de capital são considerados “excluídos” e levados a permanecer nesse estado de ausência de recursos, classificados como os “sem-algo”. Trata-se do consumo como ferramenta que garante, de certa forma, nossa “existência” como cidadãos pois, como defende o autor, no atual modelo somos regidos pelo chamado “darwinismo social”, ou seja, só sobrevivem os mais fortes ou, em nosso caso, aqueles que possuem recursos.

Sendo assim, é como se o consumo garantisse nossa sobrevivência não só material, mas também social e, de acordo com o autor, precisamos nos antecipar frente a esse contexto se quisermos garantir nossa existência em longo prazo. Sobreviver à sociedade de consumidores depende, portanto, da habilidade e performance individuais, estas intrinsecamente ligadas ao ato de consumir. Para tanto, é preciso que cada um saiba “jogar”, saiba atuar conforme a dinâmica de capital que impera, como endossado:

Tanto os incluídos quanto os descartáveis encontram-se nus, diante do futuro. Como vimos, para uns e outros o capitalismo contemporâneo reserva um futuro de carência, de falta, de ansiedade e de antecipação. Mas, por mais intensa que seja a sua devoração do tempo, o capitalismo não dá conta de controlar todo o futuro, de abarcar todos os devires. O jogo não acabou (SANTOS, 2000, p.6).

Podemos perceber, portanto, que para ser “membro” da sociedade de consumidores, é necessário um constante processo de “gestão” de si próprio, que se dá em grande parte por meio do consumo. Nesse contexto, observamos a partir dos estudos de Postman (1999) que, de fato, há uma tendência de tentar preparar, cada vez mais cedo, as crianças para o virá a ser a vida adulta, ou a “vida real”. O autor nos atenta ao fato de que a rotina das crianças tem sido preenchida com atividades extremamente regradas, com caráter “pseudo-profissional”, que visam desenvolver as habilidades necessárias para ser bem-sucedido na vida adulta.

Um dos exemplos a que se refere diz respeito a uma liga americana de *baseball*, na qual “o caráter dos jogos reproduz o estilo emocional dos campeonatos profissionais: ninguém brinca em serviço, não há regras peculiares inventadas ao sabor do momento, e nenhuma proteção contra os julgamentos dos espectadores” (POSTMAN, 1999, p. 143). Ou seja, estamos tratando de crianças sendo inseridas em uma atividade que reproduz regras, disciplinas e um nível de competitividade que *a priori* são tidos como as responsabilidades exigidas na vida adulta, com o objetivo de “auxiliá-las” a desenvolver habilidades para que assim possam obter uma boa performance no “jogo” da vida futura.

### **O KidZania como Jogo da Vida**

Nesse momento, a partir dessa reflexão teórica, nos aproximamos de nosso objeto de estudo que compreende o parque infantil KidZania<sup>3</sup>, uma empresa global que inaugurou em São Paulo em dezembro de 2014. O espaço consiste na ambientação de uma cidade com elementos que buscam extremo realismo: ruas, carros, postes de luz, e diversos estabelecimentos patrocinados por marcas reais, como o Banco Bradesco, o jornal Folha de São Paulo e a pizzaria 1900, por exemplo. Durante o turno, a criança pode “trabalhar” nesses estabelecimentos, em troca de um salário na moeda KidZo, que pode ser usado para participar de outras atividades e consumir produtos e serviços ali dentro oferecidos.

Por trabalhar com a proposta de Edutainment, ou seja, de educar a criança para a “vida real” por meio do entretenimento, o parque se apropria de elementos que compõem a dinâmica da sociedade atual e os replica em um espaço delimitado para que assim a criança possa vivenciar o “ser adulto”. Em primeiro momento, observamos que os elementos que compõem a experiência que acontece no parque se organizam em função de uma moeda, o KidZo, nos fornecendo pistas que nos levam a refletir que a vivência de vida adulta que pretende ser transmitida para as crianças está

---

<sup>3</sup> Disponível em: <http://saopaulo.kidzania.com/pt-br/>; Acesso em 10/08/2015.

em grande parte pautada na lógica de capital contemporânea que, como discutimos anteriormente, implica um processo de administração de si mesmo no intuito de se manter “membro” desse modelo de capital. Nesse sentido, considerando esses fatores, buscamos construir uma reflexão a respeito do parque como um verdadeiro “jogo da vida”, no qual cada criança, por meio do ciclo de produção e consumo, é responsável por construir o “currículo” de sua trajetória.

Sendo assim, nos deparamos com um fenômeno que nos permite a realização de uma série de reflexões a respeito dessa relação parque-jogo. Nesse sentido, nos valem dos estudos de Huizinga (2000), que discute o ato de jogar e suas relações com a vida em sociedade, para realizar essa aproximação de nosso debate com essa temática evidente. Vale ressaltar que os pontos que iremos debater oferecem margem para uma análise que muitas vezes apresenta ambiguidades, porém que reforçam nosso estudo que tem primordialmente um caráter reflexivo acerca dessa relação.

Huizinga (2000) defende que o jogo consiste em uma atividade que sempre se fez presente na vida do ser social, de maneira voluntária. Apesar de não termos uma conclusão ou uma definição exata referente à finalidade do ato de jogar, sabemos que se trata de um fenômeno que confere algum sentido à vida do sujeito, como endossado a seguir:

[...] mesmo em suas formas mais simples, ao nível animal, o jogo é mais do que um fenômeno fisiológico ou um reflexo psicológico. Ultrapassa os limites da atividade puramente física ou biológica. É uma função significativa, isto é, encerra um determinado sentido. No jogo existe alguma coisa "em jogo" que transcende as necessidades imediatas da vida e confere um sentido à ação. Todo jogo significa alguma coisa (HUIZINGA, 2000, p. 5).

A partir de uma perspectiva que envolve os diversos tipos de jogo, Huizinga (2000) se utiliza de alguns pontos que considera essenciais para a classificação de uma atividade como um jogo propriamente dito. De acordo com o autor, jogar consiste em uma atividade livre, ou seja, voluntária, com espaço e tempo delimitados, e que supõe a existência de regras, constituindo, assim, uma narrativa exterior à vida habitual, porém que permite a absorção e envolvimento totais por parte do jogador. Os diversos elementos que participam da construção da ambiência de um jogo

compõem o que o autor denomina de “círculo mágico”, ou seja, “lugares proibidos, isolados, fechados, sagrados, em cujo interior se respeitam determinadas regras. Todos eles são mundos temporários dentro do mundo habitual, dedicados à prática de uma atividade especial” (HUIZINGA, 2000, p.11).

Considerando essas características, nos é possível construir uma relação do KidZania a um “jogo da vida”, tendo em vista que a dinâmica que se estabelece no parque possui elementos que remetem, de fato, aos elementos que compõe um jogo, tendo como propósito externo educar os jogadores para a vida adulta.

Em primeiro momento, nos atemos a um dos fatores apontados por Huizinga (2000) que diz respeito à delimitação de tempo e espaço. A questão espacial se refere a fronteiras que podem ser tanto físicas ou imaginárias, mas que de alguma maneira delimitam o território em que o jogo acontece. Quanto aos limites de tempo, não estamos falando necessariamente de um período de tempo específico, mas sim de um período de desencadeamento das ações do jogo. De acordo com Berimbau (2010), que constrói uma análise acerca do jogo na visão de Huizinga, “este limite está mais relacionado aos limites de sua existência no tempo, sendo sempre jogados do começo ao fim” (BERIMBAU, 2010, p. 82).

Partindo desse pressuposto, podemos analisar o KidZania de duas maneiras: em primeiro momento, podemos dizer que o parque apresenta tanto uma demarcação de espaço, no caso física, que limita o local onde a atividade deve ser praticada, quanto um limite de tempo, que consiste turnos de 5h ou de 10h de permanência no espaço. No entanto, cada atividade que a criança participa dentro do parque, como experimentar ser um bombeiro da Porto Seguro, ou aprender a fazer chocolate na fábrica da Copenhagen, tem um período de tempo particular, que varia de 20 a 40 minutos, dependendo do estabelecimento, em um espaço novamente delimitado. Sendo assim, nos torna possível refletir acerca do KidZania como um grande tabuleiro que engloba diversos outros pequenos jogos, oferecidos pelas marcas que atuam no local.

Em sequência, podemos dizer que a experiência vivida no parque exerce poder de absorção e de imersão total do jogador uma vez que ao escolher “ser” um artista,



um fotógrafo, ou um médico, podemos dizer que a criança realmente “é” aquela figura naquele momento, visto que todos os elementos que compõem cada atividade têm o intuito de colocar a criança em ação e literalmente “vestir a camisa” de seu personagem. A criança passa a habitar esse mundo que, ao mesmo tempo que visa replicar a realidade, não deixa de ser um mundo criado, um mundo suspenso com sua própria dinâmica, que permite uma imersão nessa realidade alternativa.

Huizinga (2000) também aponta que todo jogo tem caráter “não-sério”, ou seja, o jogador participa de maneira voluntária. No caso do KidZania, podemos dizer que, por se tratar de um espaço de entretenimento, de fato a experiência é voluntária, pois a criança escolhe não só participar desse jogo, mas a ela também é dada a oportunidade de escolher que personagem quer ser, onde quer realizar suas atividades e como quer gastar sua moeda. O autor nos diz que o fato de ser “não-sério” não quer dizer que o jogo não possua seriedade, mas sim que ele se opõe às obrigações da vida externa. Nesse momento, podemos estabelecer um questionamento, afinal a proposta do parque é justamente de espelhar a dinâmica da “vida real” com o intuito de ensinar as crianças sobre a vida adulta. No entanto, como discutimos anteriormente, esse fator não deixa de remeter ao parque caráter de entretenimento e, nesse caso, não torna o parque uma atividade não-voluntária.

Ainda de acordo com o autor, um jogo possui regras próprias que são responsáveis pela existência e coerência de todos os elementos que o compõem. Sem as regras não há delimitação de tempo e espaço, por exemplo, e nem direcionamento das ações do jogo. As regras que configuram o KidZania, por sua vez, se assemelham às “regras” da vida contemporânea que, como discutimos com Bauman (2008) e Santos (2000), são definidas por meio da atual lógica de mercado. No parque, assim que a criança chega ela recebe um cheque com 50 KidZo’s, que pode utilizar para consumir produtos e serviços, assim como para participar de atividades. Se a criança gasta toda a sua moeda, ela está “excluída” do jogo, sendo “obrigada” a trabalhar para ganhar mais dinheiro. Trata-se, portanto, da criança sendo submetida a essa dinâmica de capital, na qual não possuir poder de consumo a coloca “de fora”.

Nesse sentido, podemos dizer que no parque a criança precisa ser uma boa gestora, ou seja, saber administrar seu tempo e dinheiro, para assim ser “bem-sucedida”. Não deixa de ser um jogo que tem como propósito externo preparar a criança para o mundo adulto, como trouxemos a partir da análise de Postman (1999), afinal, o KidZania ilustra a tendência apontada pelo autor de submeter, desde cedo, as crianças a atividades “pseudo-profissionais”.

Retomando nossa discussão, Huizinga (2000) indica que as regras do jogo funcionam como sustentação do “círculo mágico” que, como vimos anteriormente, consiste na soma dos componentes do jogo, que devem compor uma narrativa coerente e capaz de absorver o jogador nesse universo de produção de sentido. Esse círculo mágico não deixa de ser, no caso do KidZania, um mundo possível de marca, como discutimos com Semprini (2010), visto que todos os estabelecimentos ali presentes são patrocinados por marcas reais que, por sua vez, oferecem às crianças diversas vivências particulares. Não podemos deixar de compreender que essas marcas buscam, por meio de uma experiência, se aproximar tanto com o público infantil, que será seu futuro alvo, quanto com os adultos que ali estão presentes.

Chegando ao fim de nossa discussão, trazemos um outro fator considerado por Huizinga (2000) que diz respeito ao fato de que todo e qualquer jogo seria desligado de interesses materiais, ou seja, a finalidade primária do jogo estaria na sensação do ato de vencer, de se sair vitorioso frente aos outros jogadores. Qualquer premiação material envolvida teria caráter secundário, segundo o autor.

Nesse momento, observamos um ponto de tensão tendo em vista que, conforme nossa análise, a dinâmica que se estabelece no parque aparenta estar pautada na lógica financeira, uma vez que toda e qualquer atividade que a criança participa envolve ou o pagamento ou o recebimento de moeda. Por outro lado, essa moeda a qual nos referimos consiste em um dinheiro fictício, podendo ser avaliado somente como um “passe” que guiaria o passo a passo dos jogadores, sem estar vinculado a de fato uma recompensa em dinheiro real. Voltamos a ressaltar, portanto, que estamos tratando de questões ambíguas, que nos permitem refletir a partir de pontos de vista diversos.

## Considerações Finais

Com esta análise buscamos, de maneira emblemática, construir essa reflexão que, por meio de estudos acerca da lógica de capital contemporânea, procura relacionar a dinâmica que se estabelece no KidZania a um “jogo da vida” real. Assim sendo, nos deparamos com impasses que mobilizaram nossa discussão acerca de até que ponto a atividade que acontece no parque estaria de fato vinculada a um preparo para a vida adulta, por apresentar elementos que buscam replicar a realidade, ou estaria majoritariamente ligada a uma ação de entretenimento infantil, configurando um espaço de “evasão” da vida exterior.

Como antecipamos, o intuito desse estudo não é encontrar respostas, mas sim relativizar pontos de tensão que se mostraram relevantes e construir uma análise reflexiva a respeito das implicações do consumo para a sociedade contemporânea, cuja dinâmica se assemelha, muitas vezes, aos elementos que compõem um jogo propriamente dito.

## Referências Bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação de pessoas em mercadorias*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERIMBAU, Mauro. *Advergames: comunicação e consumo de marcas*. 2010. 136 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing. São Paulo, 2010.

HUIZINGA, Johann. *Homo Ludens: O jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2004.

POSTMAN, Neil *O desaparecimento da infância*. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

SANTOS, Laymert Garcia dos. *Consumindo o futuro*. Folha de São Paulo. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs2702200002.htm>>. 2000.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

SEMPRINI, Andrea. *A Marca Pós Moderna: poder e fragilidade da marca da sociedade contemporânea*. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2010.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## **Mundo rico, mundo pobre<sup>1</sup>** um estudo sobre consumo na telenovela *Império*

Fernanda Bastos Da Silva<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este trabalho tem como proposta central identificar representações de consumo na telenovela das nove. O objeto de estudo é a telenovela *Império* de Aguinaldo Silva, que foi ao ar na TV Globo entre 2014 e 2015. Considerando o fato de que a telenovela das nove é o produto de maior audiência da TV aberta brasileira, tornando-se parte fixa da cultura nacional, é relevante analisar as ideias de consumo mediadas por esse tipo de narrativa. A influência dos meios de comunicação de massa sob o consumo contemporâneo está cada vez mais clara, e já que são essas mesmas mídias que moldam sociedade e cultura, é possível perceber que as representações sobre consumo influenciam a percepção de características *pobres* e *ricas* do telespectador na vida real, ou seja fora da tela e da vida ficcional. A análise do consumo dos personagens da telenovela *Império* é feita dentro de dois núcleos, intitulados *pobre* e *rico*, incluindo hábitos de consumo à mesa, de vestuário e decoração, entre outros.

### **Palavras-chave**

Império; Telenovela; Consumo; Representação; Mediação.

A telenovela pode ser considerada um fenômeno de entretenimento, pois essa obra se expõe em forma de arte popular, onde os personagens e as histórias do gênero “invadem a privacidade do telespectador” (CALZA, 1996: 14). Esse produto é consumido por milhões de uma só vez, tendo como consequência grande interferência em comportamento, visão de mundo e padrões e hábitos culturais (idem: 9) ao se apresentar como recurso mediador entre um autor, o emissor da mensagem, e seu telespectador, o receptor. A telenovela das nove utiliza tanto o som quanto as falas a partir da

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela PUC-Rio. Email: [fernabds@gmail.com](mailto:fernabds@gmail.com)



lógica de um sistema cultural, resultando também em sua influência sob esse mesmo determinado sistema de cultura.

A telenovela brasileira em si é o maior produto da televisão aberta nacional desde a década de 1960. Já a telenovela das nove é destaque na programação brasileira desde a criação de divisão de horários e segmentação de público pela TV Globo na década de 1970. Essa novela é planejada para ser um produto da indústria cultural, visando um público massificado e maiores audiências que as novelas de outros horários. Em 1986, por exemplo, a telenovela das nove era assistida diariamente por 40 milhões de pessoas (LEAL, 1990: 7). Em 2013, de acordo com o anuário da OBITEL<sup>3</sup>, os dez programas de ficção mais vistos pelo telespectador brasileiro foram da TV Globo, e os dois de maior audiência foram telenovelas das nove da emissora (LOPES, 2014: 136-138).

## **Cultura e consumo**

Compreender o conceito de consumo necessita entender sua ligação com cultura, em qual há uma troca simbólica na comunicação entre pessoas. Com isso, será viável afirmar que o consumo é indispensável para o homem, em especial aquele que vive na sociedade contemporânea. Considerando comunicação como parte fundamental da formação do homem de sociedade, resultado da troca de mensagens codificadas entre emissor e receptor em símbolos e signos, é possível identificar o processo de simbolização que é a cultura. Esse processo resultará na produção de sentido, possibilitando o indivíduo a viver em sua sociedade, compreendendo seus símbolos e processos de codificação.

O consumo trará a cultura em seu sistema simbólico ditando a percepção do universo através das coisas materiais e imateriais que são consumidas (RODRIGUES,

---

<sup>3</sup> O Observatório Ibero-americano de Ficção Televisiva publica anualmente um estudo sobre a indústria televisiva de ficção de 12 países ibero-americanos. O grupo é composto por pesquisadores universitários e especialistas internacionais de televisão.

2008: 116). A cultura será responsável por “(...) tudo o que é humano, tudo o que é dotado de significação” (CAUNE, 2014: 43), além de ser o “(...) meio pelo qual uma sociedade hierarquizada mantém um código de critérios definidos (...)” (idem: 51).

Pode-se inferir que cultura só é possível enquanto comunicação existir, e que representações e símbolos são culturalmente convencionados. Com essa ideia em mente, é possível olhar para o consumo como uma plataforma para o sistema simbólico que carrega e comunica em cada bem significado cultural (MCCRACKEN, 2003: 99). Para Rocha, o consumo é uma expressão da cultura (2004: 75). Logo, os bens de consumo carregam mensagens codificadas de significações e definições de identidade. Uma sociedade depende da cultura material para concretizar sua cultura (MCCRACKEN, 2012: 15), processo esse possível através do consumo de bens e que possibilita tornar viável o que seria intangível.

Roupas são um exemplo de bens de consumo e, logo, carregadores de significados. Considerando isso, roupas podem ser utilizadas para definir o indivíduo a partir dos símbolos que elas carregam. O mesmo se aplica ao consumo de outros bens, como carros, brinquedos, tecnologia e comida. O ato de consumir não é só selecionar, adquirir e usar um bem material; é um processo de significação do indivíduo onde o consumo resulta na leitura de diversos símbolos. Com isso, percebe-se que o consumo é parte vital da sociedade contemporânea, onde o indivíduo está sempre em busca da confirmação ou criação de sua identidade. Campbell argumenta que essa busca de identidade inclui a autodefinição do indivíduo através de uma compreensão de seus gostos em música, literatura, artes, lazer, etc. (2006: 51).

Se o indivíduo se enxerga e é enxergado a partir daquilo que ele representa, o consumo se torna fundamental para a obtenção e aprendizagem de suas características e sua confirmação de ser enquanto indivíduo e como parte de uma sociedade. Rocha simplifica essa ideia ao definir o consumo: “(...) é, portanto, o sistema que classifica bens e identidades, coisas e pessoas, diferenças e semelhanças na vida social contemporânea. Por isso, podemos dizer que os produtos e serviços falam entre si, falam conosco e falam sobre nós” (2006: 31).

**A telenovela *Império* como objeto de estudo**

A telenovela das nove *Império* sucedeu a telenovela *Em família* e foi substituída por *Babilônia*. Os 203 capítulos da novela foram ao ar às 21 horas de segunda a sábado na TV Globo entre 2014 e 2015. A novela foi escrita por Aguinaldo Silva com auxílio de seus colaboradores. O elenco principal incluiu Alexandre Nero, Lília Cabral, Drica Moraes, Marina Ruy Barbosa e Leandra Leal.

O enredo é centrado na história de Zé Alfredo (papel de Alexandre Nero na segunda fase da novela) e sua relação com a filha que não conhecia, Cristina (papel de Leandra Leal), de seu relacionamento secreto e intenso com a cunhada Eliane (Malu Galli na segunda fase). A história é dividida em duas fases, começando com Zé Alfredo jovem e pobre, e continua na segunda fase com Zé Alfredo rico, pai e dono de seu próprio negócio. A maior parte do enredo se passa no bairro de Santa Teresa, no Rio de Janeiro, mas há também importantes cenas que se passam no monte Roraima.

O último capítulo de *Império* marcou recorde de audiência para a novela, totalizando 46 pontos no Ibope. Em média, a novela teve 33 pontos, ficando a frente da novela anterior que teve em média 29 pontos. Apesar de não ter alcançado o sucesso de *Avenida Brasil*, novela das nove que obteve 52 pontos em seu capítulo final, *Império* foi considerada uma telenovela de sucesso: a novela sobreviveu ao horário eleitoral e foi um divisor de águas quando comparada a *Em família*, que foi um grande fracasso tanto para a crítica quanto para o telespectador. *Império* voltou a aumentar o desempenho da programação da emissora no horário nobre<sup>4</sup>.

### ***Império* e representações de consumo**

---

<sup>4</sup> Informações disponíveis no site *Uol Entretenimento*: <http://celebridades.uol.com.br/ooops/ultimas-noticias/2015/03/14/imperio-acaba-com-2-pior-ibope-da-historia-da-globo.htm> (Acesso em 4/6/2015)

Durante a novela, a autora tomou nota de características específicas dos personagens de *Império*, criando uma divisão entre dois grupos, denominados por ela como *pobres e ricos*<sup>5</sup>. Desde seu início, a novela *Império* trabalha a diferenciação das classes sociais na sua narrativa, demonstrando as características que diferenciam uma classe de outra através dos objetos presentes em cena. Esses objetos são fruto do consumo dos personagens, construindo a possibilidade de se ter mensagens transmitidas através dos bens na tela para o telespectador da vida real. O texto a seguir é uma tentativa de identificar tais símbolos dos dois grupos.

O personagem José Alfredo passa por uma mudança de grupos sociais evidente em seu consumo que muda de uma fase da novela para a outra. Zé Alfredo muda seu modo de vestir, usando roupas mais ajustadas, além de mudar o estilo de pentear o cabelo e aparar a barba. Ele tem a própria casa, que não é qualquer casa: é um apartamento de luxo em um dos bairros mais nobres do Rio de Janeiro, que conta com móveis de traços modernos e decorações variadas. Ao comparar a casa do Comendador, apelido de Zé Alfredo, com a casa de Cristina, é possível notar a diferença na caracterização da moradia de cada classe social. Essas diferenças deixam claro o que é um lar *rico* e o que é um lar *pobre*. A casa de Cristina tem móveis de madeira com traços antigos e brutos, além de tinta desgastada e com falhas pelas paredes da casa. Sua casa não é um luxuoso apartamento, mas uma casa antiga de dois andares em um bairro popular da Zona Central do Rio de Janeiro. A produção da novela optou por ter as cenas na casa de Zé Alfredo sempre bem iluminadas e claras em oposição evidente às cenas na casa de Cora, tia de Cristina, que são sempre escuras. A iluminação do *rico* parece dar mais vida e alegria para o grupo social, como se a vida *rica* fosse mais feliz que a do *pobre*, aquele que vive nas sombras.

Outra característica do mundo *rico* seria a competência, característica essa que leva os personagens ao mundo do trabalho e ao reconhecimento profissional. Zé Alfredo não está mais desempregado; aliás, ele agora é o dono de seu próprio negócio,

---

<sup>5</sup> É interessante notar que tais títulos foram escolhidos como mera representação nominal da classe social a que esses personagens pertencem, sem nenhuma intenção de pejorar qualquer grupo.

oferecendo vagas para outros e não mais correndo atrás de oportunidades em busca de sobrevivência. Além disso, ele é dono de nada menos que uma empresa conhecida mundialmente, fazendo com que o seu nome seja comum no dia-a-dia de todos. Zé Alfredo é conhecido como o *Comendador Medeiros*, apelido esse que leva em si um tom de superioridade, deixando claro que todos que se referem a ele são menores e meros *normais*. Assim como o Comendador, Cláudio Bolgari tem um emprego de alto reconhecimento de qual ele é seu próprio chefe. A ideia seria que o *rico* tem total controle da sua vida profissional.

Ser do mundo *rico* na telenovela traz acesso à certos mimos no dia-a-dia que nenhum personagem do mundo *pobre* tem: avião, helicóptero, carro, *smartphone*, motorista, assistente, empregadas, babás, viagens, televisões, móveis contemporâneos, roupas modernas, etc. O enredo mostra em diversas cenas os personagens Maria Marta, Maria Clara, Zé Alfredo, Danielle, João Lucas, Cláudio e Maurílio, entre outros, utilizando *smartphones*. Já Cristina aparece em seu primeiro momento, antes de assumir uma posição alta na empresa do pai, usando um *dumbphone*..

Observando Maria Marta, a esposa do Comendador, é possível enxergar-la como clara representação de *riqueza* no enredo. Marta desde jovem anda com a cabeça erguida e esnobando de todos, mesmo quando seus planos não dão certo ou quando ela fica pobre momentaneamente na primeira fase da novela. Seu jeito de ser é interpretado pelo receptor como o retrato da *riqueza*, como é demonstrado em uma fala da personagem Magnólia logo após ela mesma se tornar milionária: “vou virar a moradora mais nojenta do bairro!”<sup>6</sup> É evidente aqui que o comportamento de Marta no enredo, como personagem *rica* e parte do núcleo principal, evidencia a maneira correta que o *rico* deve se portar, como se todo *rico* tivesse que ser rude ou besta com o próximo para se afirmar como pertencente a tal grupo.

Marta passa todo o enredo afirmando ainda outros comportamentos *ricos*, criando ou confirmando esteriótipos que a telenovela como gênero já vem apresentando. Após Danielle elogiar o trabalho de Silviano para a sogra, intitulando-o de emprega-

---

<sup>6</sup> Fala do capítulo que foi ao ar no dia 6/12/14.



do, Marta dá um fora na nora: “Empregado não, meu bem. Mordomo. Empregado todo mundo tem. Agora, um auxiliar como o Silviano só pessoas especiais podem ter.”<sup>7</sup> Essa seria mais uma fala que comprova que todo *rico* é besta, além de deixar claro que certas coisas na vida são só para um grupo seletivo de pessoas. É uma diferença imensa quando se compara aos comportamentos e falas de Eliane, amante de Zé Alfredo na primeira fase da novela, que é uma mulher simples e adorada. Eliane trata o próximo sempre com respeito e doçura, assim como sua filha Cristina, que é amigável com todos. Se todo *rico* é besta e todo *pobre* não é, o *pobre* seria exatamente o oposto do *rico* em comportamento, destacando-se pela gentileza e humildade que conquista as pessoas ao seu redor.

O momento da alimentação para Marta acontece como se fosse um ritual. Ela faz questão que a comida seja servida da sua maneira, no seu tempo. As refeições na casa de Beatriz, esposa de Cláudio, não são muito diferentes, onde vinho é consumido durante o jantar em uma mesa de mais lugares que pessoas. Esses exemplos são mais uma representação de um comportamento *rico*: o consumo a mesa deve ser *rico* igual àquele sentado à mesa. Os recipientes para beber tanto na casa de Marta quanto na casa de Beatriz são taças de vidro, enquanto na casa de Cora e Magnólia as bebidas são servidas em copos diferentes uns dos outros em tamanho e estilo, lembrando o estereótipo do *copo de requeijão*, recipiente guardado para novo uso pós-consumo do produto original. Inclusive, Cora chega a aparecer em cena tomando café em um copo de vidro e não em um xícara, comportamento já estereotipado como *pobre*. Além disso, Severo aparece em casa bebendo cerveja, demonstrando que vinho, que só aparece sendo consumido por Marta, seus filhos e os namorados, é coisa de *rico* e fora da realidade do *pobre*.

A mesa *rica* deve ser grandiosa em tamanho, disponibilizando mais lugares do que realmente necessários. É interessante notar que a fartura da mesa também deve aparecer na quantidade de comida. No café da manhã na casa de Cora, o café fica guardado em uma garrafa térmica durante todo o dia, e há poucas opções na mesa

---

<sup>7</sup> Fala do capítulo que foi ao ar no dia 1/8/14.

para consumo. Em comparação, o café da manhã na casa de Marta é repleto de opções variadas de bebidas e comidas frescas, todos servidos por empregadas uniformizadas.

O estilo dos personagens também tem força simbólica que é facilmente perceptível como representação e divisão de grupos sociais. Maria Marta e Maria Clara têm estilos muito parecidos, mesmo sendo de diferentes faixa etárias, que refletem o que a telenovela quer mediar como estilo *rico*. Ambas têm cabelo liso com corte definido, pintam as unhas e usam maquiagem, e não descem do salto alto. A dupla veste peças sombrias e lisas, com cortes justos, e raramente aparecem com peças jeans.

Em comparação, Cristina, em sua primeira fase, e Eliane, vestem muitas peças jeans, camisas leves e soltas, além de estampadas, não usam maquiagem, e têm cabelos bem cacheados. Cristina costuma usar faixas coloridas e estampadas na cabeça. Porém, assim que Cristina assume uma posição importante na Império, empresa de alta-relevância no mercado, a filha de Eliane surge com cabelos bem mais lisos e um estilo de se vestir totalmente diferente do seu, que lembra o estilo de Maria Clara. Cora encoraja essa mudança assim que Cristina conta sobre o novo cargo: “Você podia dar um jeito aí no visual, nos cabelos. Soltar, tirar esse cabelo de pobre, essa cara de pobre (...) Vai ficar linda!”<sup>8</sup>. Xana, vizinha e amiga de Cristina, também acredita que a mudança no estilo de Cristina é necessária para que ela possa assumir o novo emprego: “Você tem que chegar lá arrasando, Cris. Quer você queira ou não, agora você é uma executiva, você tem que chegar lá fazendo a figura: apresentável como seu cargo exige!”<sup>9</sup>. Parece que o estilo *pobre* de se vestir é inapropriado para o mundo corporativo, além de ser feio e não-apresentável. Como Cristina iniciará uma *nova vida* no mundo *rico*, ela precisa se adaptar com os códigos desse grupo social, grupo esse que dita que o certo é cabelo liso, roupas mais sombrias e nada de tecido jeans.

---

<sup>8</sup> Fala do capítulo que foi ao ar no dia 12/11/14.

<sup>9</sup> Idem.

## Conclusão

Existem várias mensagens codificadas na novela *Império* que são representadas pelo consumo dos personagens do enredo. A relação entre consumo e a telenovela claramente existe, além de sobreviver com um elo fortíssimo. O consumo de símbolos dos personagens na telenovela funciona como mediação de consumo para o telespectador em sua vida real. Ao enxergar um estilo de vida particular na tela e se interessar por tal, o telespectador passa a decodificar mensagens e criar sentido desses símbolos para si mesmo, adaptando tal consumo para sua vida. O mesmo ocorre com aquele estilo de vida com qual ele não concorda. O consumo de símbolos presente na telenovela é transmitido com facilidade para o telespectador já que esse tem intimidade com o enredo e com os personagens, trazendo tais símbolos para sua realidade sem nem perceber o processo simbólico que está passando.

## Referências bibliográficas

CALZA, Rose. *O que é telenovela*. São Paulo: Brasiliense, 1996.

CAMPBELL, Colin. “Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno”. In: Barbosa, Livia e Campbell, Colin (Orgs.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006

CAUNE, Jean. “Cultura é comunicação”. In: *Cultura e comunicação: convergências teóricas e lugares de mediação*. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

LEAL, Ondina Fachel. *A leitura social na novela das oito*. 2ª edição. Petrópolis: Vozes. 1990.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de e MUNGIOLI, Maria Cristina Palma. “Brasil: trânsito de formas e conteúdos na ficção televisiva”. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de e Gómez, Guillermo Orozco (Orgs.). *Estratégias de produção transmídia na ficção televisão: anuário Obitel 2014*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

MCCRACKEN, Grant. *Cultura e consumo*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2003.

\_\_\_\_\_. “Vivendo no mundo material”. In: *Cultura e consumo II: Mercados, significados e gerenciamento de marcas*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

ROCHA, Everardo. “Coisas estranhas, coisas banais: notas para uma reflexão sobre o consumo” In: Rocha, Everardo; Almeida, Maria Isabel Mendes de e Eugenio, Fernando (Orgs.). *Comunicação, consumo e espaço urbano*: novas sensibilidades nas culturas jovens. Rio de Janeiro: Ed. PUC; Mauad X, 2006.

\_\_\_\_\_. “Comunicação, troca e classificação: notas para um pesquisa do consumo como sistema cultural”. In: Pereira, Miguel; Gomes, Renato Cordeiro e Figueiredo, Vera Lúcia Follain (Orgs.). *Comunicação, representação e práticas sociais*. Rio de Janeiro: Ed. PUC; Aparecida/SP, Ideias & Letras, 2004.

RODRIGUES, José Carlos. “A cultura, as culturas”. In: *Antropologia e comunicação*: princípios radicais. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2008

## **A construção do caráter contestador das músicas na época da Ditadura Militar no Brasil<sup>1</sup>**

O entretenimento dos movimentos musicais da época na televisão

Talita Souza Magnolo<sup>2</sup>

### **Resumo**

O artigo pretende realizar um breve estudo sobre os movimentos musicais que emergiram na época da Ditadura Militar no Brasil e como eles foram disseminados e utilizados pela televisão. O trabalho apresentará o histórico da TV no Brasil e sua relação com o sistema ditatorial. Será feita uma abordagem historiográfica dos anos de ditadura e também uma análise da questão da música, como forma de protesto, e como esse tipo de protesto foi cooptado pelas emissoras se transformando em lucro, espetáculo e audiência, transformando-se em uma indústria do entretenimento. Será valorizada a análise dos movimentos que têm expressão no período: os que defendiam uma música de características exclusivamente nacionais; os que sofriam a influência do rock e da contracultura e os que seguiram o caminho híbrido do Tropicalismo.

### **Palavras-chave**

Ditadura Militar; Televisão; Entretenimento; Caráter Contestador; Música.

### **Introdução**

A música sempre teve grande participação na sociedades através dos tempos, apresentando maior força em épocas de conflitos, guerras, percepções artísticas e como meio de contestação. Na época da Ditadura Militar no Brasil, por exemplo, a música e os movimentos musicais participaram diretamente da construção da histórica cultural brasileira. Apoiando-se nos meios de comunicação, em especial, a televisão, os artistas da época, bem como suas canções se tornaram produtores e disseminadores de conteúdo simbólico.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT5 – Práticas de Entretenimento e Consumo do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Publicitária com pós-graduação *lato sensu* pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Email: [talita.magnolo@yahoo.com.br](mailto:talita.magnolo@yahoo.com.br)



Este presente artigo está dividido em cinco partes. Na primeira parte é feito um estudo focado na televisão, seu desenvolvimento histórico, econômico, político e social nos anos da ditadura, comprovando a grande influência do sistema militar na programação televisiva, suas intenções, censura de conteúdos, bem como uma breve análise do seu vize comercial com seus programas musicais, séries e festivais. A segunda e terceira partes são voltadas para análise e explanação sobre o contexto histórico dos anos 60 e 70 sendo que, a segunda parte é focada no contexto histórico internacional e no surgimento do movimento da Contracultura e a terceira parte é dedica a época da Ditadura Militar brasileira – trazendo a retrospectiva sobre o Golpe Militar e o período militar no Brasil, traçando sucessões políticas e principais acontecimentos até a abertura política de 1984 e a primeira eleição direta após o fim do regime militar.

Na quarta parte do artigo, o foco já é voltado para a música. É apresentado como era o cenário musical durante os anos da ditadura e como a partir desse desenvolvimento social, cultural e acima de tudo, político, os primeiros movimentos e programas musicais surgiram. Finalizando este trabalho e somando à quarta parte, a parte final apresenta e discute os movimentos de maior expressão no período e mostra a influência da televisão na apropriação e disseminação das canções.

### **A televisão no Brasil: o regime ditatorial e a TV**

O advento da televisão, em 1950, ocorreu durante o período de crescimento industrial do país (MATTOS, 2010). No início dos anos 60, existiam 15 emissoras de televisão operando nas mais importantes cidades do país. Entretanto, só quando os efeitos do consumo de produtos industrializados cresceram e o mercado se consolidou, foi que as emissoras de televisão tornaram-se economicamente viáveis como empresas comerciais e começaram a competir pelo faturamento publicitário. A fim de receber maior quantidade de anúncios, a televisão começou a direcionar seus programas para grandes audiências, aumentando assim seus lucros.

Sérgio Mattos (2010) discute a Ditadura Militar abordando, em primeira instância, o Conselho de Segurança Nacional – que determinava todos os objetivos nacionais – e sua relação com a televisão. Criando condições operacionais para as telecomunicações brasileiras, principalmente para o sistema telefônico, o regime militar contribuiu para o desenvolvimento técnico da televisão, a qual também foi usada para promover as ideias do regime autoritário. De 1964 a 1985, o governo esteve envolvido com o conteúdo e qualidade da programação televisiva, tendo criado as condições e as facilidades necessárias para que a televisão se desenvolvesse. Todas as ações implementadas pelo regime militar foram direcionadas para manter a ordem, a segurança e acelerar o progresso e a modernização (MATTOS, 2010).

A televisão nos anos da ditadura contava com uma programação que ia de seriados norte-americanos a programas musicais: *Bonanza*, *Bat Masterson*, *Jeannie é um Gênio*, tinham grande audiência, bem como O Fino da Bossa, os festivais musicais e o programa Jovem Guarda, além dos programas de variedades, com entrevistas e números musicais com auditório (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2015, meio digital).

Nos anos de chumbo, a crítica ao governo era raríssima na televisão, pois a censura oficial e a autocensura das emissoras eram extremamente rigorosas. (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2015, meio digital). Em vez de chegar ao público pelo rádio, a música entrava na casa das pessoas pela televisão e só depois pelo disco. Os festivais acabaram se transformando em palco político. Com o surgimento da Tropicália e o uso de metáforas para protestar contra o regime, a censura passou a controlar os festivais, que eram parte importante do entretenimento durante o período.

### **A geração de 60/70: o que se passa pelo mundo e a contracultura**

As décadas de 1960 e 1970 foram marcadas por grandes manifestações e marcos para a história, não só no Brasil, mas também na Europa, nos Estados Unidos, Tchecoslováquia e México. No nosso país, as reivindicações operárias, a mobilização camponesa e o forte movimento estudantil tinham agora como aliados professores, intelectuais e artistas, que defendiam uma ‘arte revolucionária’, definida como

instrumento a serviço da revolução social. Em 1961, Fidel Castro, líder da esquerda cubana, anuncia sua adesão ao marxismo lenista e no mesmo ano é construído o Muro de Berlim (PADILHA, 2009).

Em 1968, acontecia a Guerra do Vietnã e a Primavera de Praga. Houve o assassinato de Martin Luther King, Che Guevara e Robert Kennedy, além da passeata estudantil na França em Maio de 68 e em 1969, Neil Armstrong é o primeiro homem a pisar na Lua. Em 1973, Salvador Allende, presidente do Chile, é deposto, tendo início a ditadura de Augusto Pinochet. Em 1974, a Revolução dos Cravos põe fim aos 48 anos de ditadura salazarista em Portugal e Richard Nixon, presidente dos Estados Unidos, renuncia após o escândalo Watergate. (PADILHA, 2009).

No cenário internacional, uma inquietação na cultura oficial já se fazia notar desde a década de 1950. No caótico mundo pós-guerra, com muitas crises, o descontentamento, principalmente entre a juventude, crescia e se disseminava. Questionava-se o gênese e o sentido dos fenômenos da repressão, alienação e dominação na sociedade industrial (BELLEZI, 2000). Foi na segunda metade da década de 1960 que aconteceram os grandes festivais: *Monterey* (1967), *Woodstock* (1969), *Altamont* (1969) e da Ilha de *Wight* (1970). Nesses festivais surgiram grandes nomes da música internacional e foi uma época totalmente liberal que chamou atenção para a indignação, revolta e pela busca da liberdade. Movimentos como *Gay Power*, *Women's Lib* e *Black Power* se fortaleceram na batalha pelos direitos civis dos homossexuais, mulheres e negros.

### **O golpe de 64, o período militar e a repressão no Brasil**

Prometendo uma “limpeza” na administração, estabilização da economia e uma ordem social mais justa, Jânio Quadros, que sucedeu Juscelino Kubitschek, assume a presidência, em 1961. Seu governo durou apenas 7 meses, sendo assumido, posteriormente por seu vice, João Goulart. O governo Goulart passou por um período de profunda instabilidade, com a crise econômico-social muito intensa e grande mobilização política. Além de desagradar o povo, as atitudes de Goulart

desagradaram os militares. Nesse contexto, o golpe era idealizado por todos que estavam insatisfeitos com o governo (PELLEGRINI; FERREIRA, 1998).

Como consequência, chegava ao poder, em 1964, o chefe do Exército, com o governo fortalecido pelo Ato Institucional nº1, Castello Branco, que deu início à Ditadura Militar no Brasil. Os castelistas visavam um governo mais democrático, enquanto os ‘linhas-dura’, uma força de oposição ao novo regime, defendiam o nacionalismo e sustentavam a ideia de que para mudar o país era necessário um longo período de ditadura. Logo depois de tomar o poder, os militares deram início a investigações e prisões de membros da esquerda, jornalistas, estudantes e intelectuais. Logo foi organizado um esquema de censura, para que nada escapasse aos olhos do governo, que aprovava todas as informações divulgadas e veiculadas nos meios de comunicação. Pressionado pela linha-dura, Castello Branco criou o IPMs – Inquéritos Policiais Militares – que identificavam pessoas com interesses contrários aos do governo, principalmente estudantes (PELLEGRINI; FERREIRA, 1998).

A UNE (União Nacional dos Estudantes) foi proibida de exercer atividades políticas devido à sua forte carga ideológica. Tal proibição eclodiu em várias passeatas, como forma de protesto contra o governo, que foram duramente reprimidas. Sem oposição partidária, a população, formada por trabalhadores e artistas, se mobilizou e foi para as ruas (PELLEGRINI; FERREIRA, 1998). A ‘linha-dura’ impôs o General Arthur Costa e Silva eleito pelo Congresso Nacional em 1966. Iniciou-se com o seu governo a fase de maior repressão da ditadura militar – os “Anos de Chumbo”. O General tomou posse em meio a grandes expectativas quanto ao progresso econômico e à redemocratização do país, sendo assim, extinguiu a Frente Ampla, movimento de oposição que reunia políticos do período pré-64, combateu a inflação, revisou a política salarial e ampliou o comércio exterior. O governo foi marcado pelas manifestações estudantis que tinham em vista a utopia da liberdade e conseguiram influenciar diversos universitários do Brasil.

O presidente Costa e Silva, então, convocou o Conselho de Segurança Nacional e, em 1968, editou o Ato Institucional nº5, que lhe dava poderes para fechar o Parlamento, cassar políticos e institucionalizar a repressão. De outubro de 1969 a

março de 1974, Emílio Garrastazu Médici presidiu o país. O presidente seguinte foi o general Ernesto Geisel, cujo governo marcou o início da abertura política no país, “lenta, gradual e irrestrita”, ela seria realmente muito lenta, durando 10 anos para ser efetivada. Ainda houve mais um general: João Baptista Figueiredo, que tomou posse em 1979, ano da queda do AI-5, que extinguiu Arena e MDB, dando legitimidade à criação de novos partidos políticos (PELLEGRINI; FERREIRA, 1998).

Em 1984, o jogo de sucessão se manteve em compasso de espera. (VILLA, 2014). Disputaram as eleições deste ano, Tancredo Neves e seu vice-presidente José Sarney, pelo PMDB contra Paulo Maluf do PDS. Em 15 de Janeiro de 1985, a chapa da Aliança Democrática venceu as eleições e Tancredo Neves foi eleito presidente da República, porém, faleceu um mês depois – quem ocupou o cargo foi seu vice, José Sarney. Durante o Governo Sarney, uma nova Constituição foi formulada e concluída em 1988. O texto previa o fim da censura e proclamava o direito à liberdade civil da sociedade. Em 1989, a sociedade votou pela primeira vez após o fim do Regime Militar, elegendo como presidente Fernando Collor de Mello (VILLA, 2014).

### **A música no Brasil da ditadura**

“Qualquer solto som pode dar tudo errado”, alertou o letrista Paulo César Pinheiro no poema “Cautela”. “É um tempo de guerra, é um tempo sem sol”, cantava Maria Bethânia na canção de Edu Lobo. Nos rebeldes anos 1960 e 1970, cantar e compor viraram atividades de risco. A censura baixava seu carimbo sobre aqueles que eram contra o regime. Protestava-se contra a repressão; censura e as guitarras elétricas — para a esquerda, um símbolo da traição do nacionalismo musical — ou a favor delas (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2015, meio digital).

Chico Buarque e Odair José. Os Mutantes e Os Incríveis. Dom & Ravel e Simonal. Roberto, Elis, Caetano, Bethânia, Nara e Raul. Entre abril de 1964 e março de 1985 - quando o primeiro presidente civil tomou posse – viu-se minguar o amor e murchar a flor cultivada com bossa nova e sua crença na modernidade. Envelheceu-se com a Jovem Guarda, devorou-se a “geleia geral” da Tropicália e flertou-se com a



psicodelia lisérgica de um rock mutante. Desse caldeirão sonoro, brotou a MPB. Nunca se aplaudiu – ou se vaiou – um artista como naquela época. Entre violões quebrados e esperanças equilibristas, recuperou-se a voz e a liberdade.

Além de orgulho e alegria, a música brasileira despertava sensações autênticas de patriotismo e pertencimento. A novidade foi o aparecimento de uma nova forma de se posicionar diante da música. Ao habitual sentido de pertencimento aos diferentes ritmos, somou-se um engajamento inédito. Uma disposição generalizada de fãs e ouvintes que defendiam com urros e vaias, suas canções preferidas, seus artistas prediletos e seus ídolos musicais (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2015, meio digital).

Mais do que o momento político ou a violência policial que solapava o Brasil, o responsável por transformar a música popular em objeto de disputa e de grande torcida foi o modelo de espetáculos competitivos, criado em 1965, na TV Excelsior – os Festivais da Música Popular Brasileira –, que manteve a hegemonia da produção fonográfica brasileira até 1972. Os festivais se firmaram como os maiores espetáculos de músicas de vanguarda do Brasil. A partir do segundo ano, o festival foi produzido e exibido pela TV Record, e o Festival Internacional da Canção, transmitido na TV Rio e mais tarde na TV Globo (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2015, meio digital).

### **As correntes musicais: no ar, o espetáculo do entretenimento**

A Bossa Nova foi o maior movimento musical brasileiro do século XX. Surgido em 1958, o movimento, num primeiro instante, se restringia à Zona Sul do Rio de Janeiro. Naquela época, a música brasileira era criada com arranjos carregados, cheios de instrumentos e os cantores esbanjavam uma voz forte de locutor. As letras, quase sempre eram sofridas, que versavam sobre amores não correspondidos e traições – transformando a noite carioca num verdadeiro cenário de fossa (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2015, meio digital).

O patrimônio lançado nesse período, serviu de pilar para a obra de muitos dos principais cantores e compositores que os sucederam e que foram os pioneiros dos movimentos seguintes. Desde a Bossa Nova engajada, variação liderada pelos

músicos Carlos Lyra, Nara Leão, Sérgio Ricardo, Edu Lobo, Ruy Guerra e Geraldo Vandré, entre 1961 e 1965, até a Tropicália, de 1967, passando pelo protesto de Chico Buarque e Milton Nascimento. Com a renúncia de Jânio Quadros e a posse de João Goulart, em 1961, o país passou ouvir promessas sobre um plano de governo com medidas populares. Alguns temas como o inchaço das favelas e a situação do morador de morro, passaram a inspirar os artistas mais sensíveis às causas sociais.

Bellezi (2000) comenta sobre a revelação de Elisa Regina, em 1965, no 1º Festival da TV Excelsior, cantando “Arrastão”, de Edu Lobo e Vinícius de Moraes, que transformou a cantora no maior fenômeno da música brasileira. Após o festival da Excelsior, o país só queria saber de Elis Regina. Os diretores da emissora, no entanto, se recusaram a contratá-la. Coube à Record – enquanto concorrente – fazer o que precisava ser feito: criou para ela um programa, O Fino da Bossa, no qual repetiria a dupla com Jair Rodrigues. Ali como no show, apresentavam um repertório fortemente inspirado na Bossa Nova tradicional, na Bossa Nova engajada e sambas de morro. Elis, dona do maior salário da TV, alçava a bossa engajada a uma audiência inédita.

Enquanto a Bossa Nova se politizava e flertava com a temática social, a Jovem Guarda canalizava o que vinha de fora com uma música moderna, leve e dançante – uma produção cultural voltada mais para o entretenimento e o mercado, do que para o nacionalismo ou o engajamento político. Com a consagração do programa O Fino da Bossa, na TV Record, as gravadoras queriam emplacar seu *casting* de estrelas na televisão. A disputa, naquele momento era, sobretudo, por audiência – qual emissora produziria o melhor espetáculo, com os melhores cantores da época? O mais notório subproduto do Fino foi o Jovem Guarda, apresentado nas tardes de domingo, também na TV Record. A polarização era evidente: de um lado, os jovens engajados, comprometidos com a cultura nacional, ligados ao que havia de mais moderno na música brasileira e do outro lado, aqueles que admiravam *Elvis Presley*, *Chuck Berry* e estavam entusiasmados com o surgimento dos *Beatles* (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2015, meio digital).

O programa Jovem Guarda foi concebido por uma agência de propaganda, justamente para atrair público e audiência. Na prática, o objetivo do programa era

substituir as transmissões dos jogos de futebol e disputar anunciantes com o Festival da Juventude, apresentado também nas tardes de domingo, na TV Excelsior (CALADO, 1997). Para isso, a Record repetiu o modelo adotado no Fino: o palco era comandado por astros da música, que recebiam outros artistas como convidados. O trio de ouro do iê-iê-iê cumpria o papel de anfitrião: o “rei” Roberto Carlos, o “tremendão” Erasmo Carlos, e a “ternurinha” Wanderléa (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2015, meio digital).

O Tropicalismo foi um dos mais interessantes e memoráveis desdobramentos da contracultura no Brasil, que tentava traduzir a realidade brasileira com humor e irreverência, “digerindo” a realidade nacional por meio de uma arte renovada e antropófaga. Além disso, extraía elementos do folclore, fazia colagens verbais e, em grande parte, denunciava certa herança oswaldiana (PADILHA, 2009). Os tropicalistas entraram em contato com o Cinema Novo de Glauber Rocha e com o teatro de José Celso Martinez Correa, com a encenação da peça O Rei da Vela no Teatro Oficina; conheceram Augusto de Campos e o Concretismo, a poesia e os manifestos de Oswald de Andrade, que propunha “a devoração crítica da cultura estrangeira”.

Sua consagração veio no ano de 1968. A pauta da liberdade política somava-se agora a pautas comportamentais, nas quais o conceito de liberdade extrapolava os contornos dos direitos civis para alcançar os direitos individuais (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2015, meio digital). Entre 1967 e 1968, Caetano, Gil, Tom Zé e Os Mutantes lançaram discos altamente influenciados pelas teses do movimento. A influência do tropicalismo chegou às artes e à moda, contribuindo para disseminar no país os cabelos compridos, os adereços hippies, os princípios do manifesto antropofágico de Oswald de Andrade e o conceito recente de contracultura – a música e a moda foram índices da grande lucratividade das emissoras de TV, que ganhava e aumentava cada vez mais sua audiência através dos programas musicais e festivais. O movimento legitimou as raízes do que viria a ser o rock brasileiro, inaugurado ainda nos anos 1960 com Os Mutantes, seguido por Raul Seixas e Secos & Molhados, em 1973 (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2015, meio digital).

## **Considerações Finais**

Este artigo dedicou-se ao fenômeno musical dos anos 60 e 70, que teve significativo papel revolucionário na arte, cultura, meios de comunicação e sociedade brasileira. O trabalho teve como principal objetivo realizar uma abordagem historiográfica dos anos da Ditadura Militar brasileira e com isso analisar a música enquanto forma de protesto sob ponto de vista da cultura e, como um espetáculo do entretenimento na TV, sob ótica dos meios de comunicação da época. Para isso, fez-se necessário um estudo sobre a televisão no Brasil e também suas principais características durante seu desenvolvimento e amadurecimento nas décadas de 60 e 70.

Acerca do estudo do contexto histórico, sentiu-se necessidade de buscar algumas influências e movimentos internacionais, bem como analisar os principais acontecimentos no âmbito nacional relacionado ao surgimento dos movimentos de contestação e o nascimento do sentimento de revolta e questionamento por parte da sociedade. Ainda dentro do estudo sobre o período ditatorial, é feita uma análise voltada para como era o cenário musical nesta época, apresentando de maneira sucinta os principais desafios e desdobramentos resultantes das relações: música x meio de comunicação e artistas x programas (e festivais) musicais.

O trabalho é finalizado com uma discussão em cima dos principais movimentos musicais do período e como eles foram cooptados e incorporados na programação televisiva, afim de serem transformados em produtos comerciais e espetáculos de entretenimento para uma audiência fiel e encantada com as novas tendências artísticas.

## **Referências bibliográficas**

BELLEZI, Clenir . *A arte literária brasileira*. São Paulo: Moderna, 2000.

CALADO, Carlos. *Tropicália: a história de uma revolução musical*. São Paulo: Editora 34, 1997.

PADILHA, Patrícia de Paula. *Análise crítica da música Pra não dizer que não falei das flores*. 2009. Disponível em:  
<<http://mestresdahistoria.blogspot.com.br/2009/08/analise-critica-da-musica-pra-nao-dizer.html>>. Acesso em: 17 jul.2012.

PELLEGRINI, Tânia; FERREIRA, Mariana. *Português: Palavra e Arte*. São Paulo: Atual, 1998.

MEMÓRIAS DA DITADURA. 2015. Disponível em:  
<<http://memoriasdaditadura.org.br/>>. Acesso em 27 jul.2015.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. *História da Televisão Brasileira – uma visão econômica, social e política*. Editora Vozes, 2010.

VILLA, Marco Antonio. *Ditadura à brasileira: 1964-1985 a democracia golpeada à esquerda e à direita*. Editora Leya, 2014.



# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — LFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

+

## XII PósCom

|| Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio ||

# GT 6

# Discurso, Ciência e Poder

## Anais

COMUNICAÇÃO

E SUAS

INTERLOCUÇÕES

21, 22, 23 de outubro de 2015

PUC-RIO

ISSN: 2176-610x

## **Vira, vira, viraliza** Reflexões sobre as narrativas midiáticas do ELA na campanha do “*Ice Bucket Challenge*”<sup>1</sup>

Ana Catarina Holtz<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente trabalho tem como objetivo entender as narrativas midiáticas sobre a ELA durante a campanha do “*Ice Bucket Challenge*” ou o “desafio do balde de gelo”, organizada pela *ALS Association* no ano de 2014. A pesquisa está dividida em dois momentos, no primeiro será feita uma discussão teórica sobre as políticas públicas direcionadas às doenças raras, em especial a lei *Orphan Drug Act*, bem como a importância das associações de pacientes como a *ALS Association*; o segundo contará com uma pesquisa no *The New York Times*, na revista *Time* e no portal Folha de São Paulo/Uol, buscando compreender como a doença foi noticiada durante a campanha. O referencial teórico tem como base Foucault, Rose, Agamben, Novas, Petryna, Rabinow, Kellner, Silverstone, Pelbart e Vaz.

**Palavras-chave:** Mídia; Biopolítica; Cidadania biológica; Esclerose Lateral Amiotrófica; *Ice Bucket Challenge*

O criador do Facebook, Mark Zuckerberg, desafiou o fundador da Microsoft, Bill Gates, enquanto o cantor Justin Bieber convocou para o desafio o presidente americano, Barack Obama, já a apresentadora Oprah Winfrey preferiu desafiar o cineasta Steven Spielberg. E assim, o “*Ice Bucket Challenge*” (IBC), ou em português, “desafio do balde de gelo”, tornou-se um dos principais virais do ano de 2014. A dinâmica é bem simples: o desafiado tinha que escolher entre fazer uma doação para a *ALS Association*, organização sem fins lucrativos que defende os interesses dos portadores de Esclerose Lateral Amiotrófica (ELA), ou então virar um balde de gelo na própria cabeça – que deveria ser devidamente registrado e postado em alguma rede

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda pela PUC/SP. E-mail: [anaholtz89@gmail.com](mailto:anaholtz89@gmail.com).

social, como Youtube ou Instagram – após a realização, o desafiado teria que convocar outras três pessoas para fazer o mesmo.

O “*IBC*” é um viral particularmente interessante, pois está atrelado a uma campanha de arrecadação de fundos de financiamento para pesquisas no combate à ELA, doença degenerativa que afeta os neurônios motores, levando a perda progressiva dos movimentos voluntários, cuja cura é desconhecida e não há medicamentos específicos para o tratamento dos portadores. A campanha foi idealizada por Pete Frates<sup>3</sup>, ex-capitão do time de baseball da Universidade de Boston, portador do ELA e membro da *ALS Association*, que postou no seu Facebook o desafio no dia 31 de julho de 2014, usando a *hashtag* #StrikeOutALS, convocando sua rede de contatos a fazer uma doação no valor de U\$ 100,00 para a *ALS* ou jogar o balde de gelo na própria cabeça. Em poucos dias surgiram milhares de vídeos semelhantes, especialmente na cidade de Boston, dessa forma, o desafio ganhou popularidade, assim como o site da organização, que teve um aumento de doações, uma vez que muitos participantes além de fazerem seus registros do desafio, também contribuíam financeiramente para a campanha.

Os vídeos dos desafios viralizaram pelas redes sociais reunindo anônimos, celebridades e líderes políticos. Nesse sentido a mídia teve um papel fundamental, não apenas divulgando os vídeos – é importante ressaltar que houve vários desafios transmitidos durante programas televisivos – mas também exercendo uma função didática de explicar o significado do viral, já que os vídeos em si, pouco traziam de informação sobre a campanha, assim, coube a ela a tarefa de elucidar, com maiores detalhes, a causa por trás dos desafios, principalmente no que diz respeito à doença ELA.

Diante desse cenário, a campanha do “*IBC*” teve como um dos efeitos, uma maior repercussão do ELA na mídia, porém, é importante questionar de que maneira a doença foi retratada nessas narrativas midiáticas que surgiram durante esse período de grande exposição. Esse trabalho tem como objetivo compreender como a doença foi

---

<sup>3</sup> Disponível em: <http://time.com/3136507/als-ice-bucket-challenge-started/> acesso em julho/2015.

noticiada durante a campanha, no entanto, primeiramente, será feita uma contextualização teórica sobre as políticas públicas direcionadas às doenças raras, bem como uma discussão sobre o papel das associações de pacientes, como a *ALS Association*.

### **Por uma biopolítica dos raros**

A Esclerose Lateral Amiotrófica faz parte de um grupo de doenças classificadas pelo governo americano como “órfãs”, em virtude do decreto “*Orphan Drugs Act*” (ODA), que determina que medicamentos para doenças extremamente raras e que não possuem tratamento disponível tenham subsídios como forma de estimular o desenvolvimento de novas drogas. Assinado em 1983, o decreto possibilitou o surgimento de mais de 400 novos medicamentos, que não estavam disponíveis anteriormente por falta de interesse da indústria farmacêutica em investir em produtos com um pequeno mercado consumidor<sup>4</sup>. Dessa forma, o “*Orphan Drugs Act*” consiste em uma política pública voltada para atender diversos interesses, sociais e econômicos, portanto, é importante retomar alguns conceitos sobre o que Foucault (1988) chamou de “biopolítica”. Para o autor, nos séculos XVII e XVIII, inicia-se um período no qual a vida é tomada pelos mecanismos do poder, de tal maneira que:

[...] o biológico reflete-se no político; o fato de viver não é mais esse sustentáculo inacessível que só emerge de tempos em tempos, no caso da morte e de sua fatalidade: cai, em parte, no campo de controle do saber e de intervenção do poder (p.155).

Assim, a biopolítica é a forma como o poder, valendo-se de cálculos e estratégias de controle da população, se apropria da vida, gerenciando taxas como a de nascimentos e mortalidade, com o intuito de maximizar, ordenar e regulamentar todo o corpo social. As áreas relacionadas à saúde, como a medicina e toda a indústria decorrente dela, são fundamentais para a biopolítica, as descobertas científicas da

---

<sup>4</sup> Disponível em:

<http://www.fda.gov/ForIndustry/DevelopingProductsforRareDiseasesConditions/ucm2005525.htm>  
acesso em ago/2015.



biomedicina e biotecnologia, no século XXI, causam um impacto significativo na sociedade.

Como discutido por Novas (2009) após a regulamentação do ODA, nos anos 80, as empresas de biotecnologia foram muito beneficiadas, pois ele reduz significativamente os custos de produção, além de garantir a exclusividade de mercado por 7 anos. O modelo americano foi adotado por outros países, como Cingapura, Japão, Austrália e a União Europeia, sendo considerado um caso de sucesso de intervenção governamental que combina melhorias na saúde pública, ao mesmo tempo em que promove inovação em uma área estratégica, como a biotecnologia. Dessa forma, o cenário no qual surge o decreto do ODA mostra a articulação entre Estado, indústria e sociedade que marca a biopolítica do século XXI, porém, o desenvolvimento de uma tecnologia que tem no biológico seu principal recurso, produz também uma mudança lenta, mas constante, na relação do sujeito com seu próprio corpo.

A percepção de que, cada vez mais, é possível administrar, aprimorar, manipular a vitalidade dos indivíduos, desenvolver novas – e mais eficientes – formas de controle no que diz respeito à saúde, é uma das particularidades da biopolítica contemporânea (ROSE, 2013). Nesse sentido, surgem novas maneiras dos sujeitos se relacionarem tanto consigo, quanto com os outros, a própria noção de cidadania é alterada na medida em que a vida ganha uma dimensão molecular, na qual a identidade genética adquire novos significados. Assim, cidadania passa a ser biológica, podendo:

[...] incorporar uma exigência de proteções particulares, para a atualização ou cessação de políticas ou de ações particulares [...] A vida adquire um novo valor potencial, a ser negociado em toda uma série de práticas de regulação e de compensação (ROSE, 2013, p. 192).

Para Adriana Petryna (2002), a “cidadania biológica” é um fenômeno que ocorre quando um grupo heterogêneo de sujeitos é unificado por uma característica biológica, como sobreviventes do desastre de Chernobyl, em 1986. Após a explosão de uma usina nuclear, os habitantes da região desenvolveram doenças, supostamente, relacionadas à exposição de material radiativo. No período seguinte ao acidente,



começaram a surgir grupos organizados com o objetivo de reivindicar uma reparação governamental pelos danos causados, tendo como base o fato de todos, por mais diversificado que fosse o grupo, terem em comum, prejuízos na saúde e qualidade de vida em decorrência do desastre. Sendo assim, a “cidadania biológica” forma uma espécie de nação, unida pela sua condição biológica, independente dos limites geográficos e religiosos, constituindo um novo território de luta política.

Esses grupos de ativistas representam uma nova maneira de socialização entre pacientes, constituindo uma “biossocialidade” como descrita por Rabinow (1996). A organização em associações, como a *ALS*, responsável pela campanha do “*IBC*”, possibilita o fortalecimento político desses grupos que ganham maior poder de ação, seja fazendo *lobby* com o governo, demandando soluções para a indústria farmacêutica, potencializando doações, ou até mesmo adquirindo visibilidade midiática, como foi o caso da repercussão da campanha viral de 2014. Nesse sentido, a noção de cidadania em um mundo das “bios” – biotecnológico, biomédico, biossocialidade – ganha uma nova dinâmica, como explica Rose:

[...] o cidadão biológico contemporâneo está sentado na intersecção entre esses comportamentos mais ou menos autorizados e uma variedade de outros fluxos de informação e de formas de intervenção. [...] está sendo cada vez mais posta em prática uma cidadania ativa, na qual as próprias pessoas estão assumindo um papel dinâmico no crescimento de sua própria instrução científica, especialmente biomédica (2013, p. 201).

Retomando o ODA, o *Food Drugs Administration* (FDA), órgão do governo americano que concede as patentes de “medicamentos órfãos”, é responsável por separar doenças “órfãs” e “não órfãs”, legitimando assim, aquelas que estarão disponíveis para serem “adotadas” pelos laboratórios farmacêuticos. A nomenclatura que remete a orfandade é particularmente interessante, pois se refere a um abandono por parte do mercado, que em outras condições não apresentou interesse em desenvolver os medicamentos para determinadas doenças, sendo assim, o FDA acaba criando um grupo de exceção de doenças. Nesse sentido:

Enquanto o exemplo é excluído do conjunto na medida em que pertence a ele, a exceção é incluída no caso normal justamente porque não faz parte dele. E como o pertencimento a uma classe pode ser demonstrado apenas com um exemplo, ou seja, fora dela, do mesmo modo o não pertencimento

só pode ser demonstrado em seu interior, isto é, com uma exceção (AGAMBEN, 2010, p. 29).

Assim, o capitalismo, com auxílio da biopolítica, se apropria da diferença, do excluído, “pois num mundo onde todas as diferenças são admissíveis, mas onde todas as diferenças se equivalem precisamente [...] tudo poderá, desde então, ser objeto de comércio” (PELBART, 2011, p. 105). A indústria farmacêutica, que até 1983 parecia ignorar essas doenças, passa a lucrar com um nicho de mercado, por outro lado, os doentes têm uma oportunidade, ou pelo menos uma esperança, de tratamento e melhoria na sua qualidade de vida.

Após as discussões iniciais sobre as políticas públicas para doenças raras, será apresentado um estudo do viral “IBC”, que tem como objetivo analisar as narrativas midiáticas a respeito do ELA, doença pela qual a campanha buscava arrecadações, durante o período de maior repercussão do desafio.

### **Que comece o desafio**

Com uma dispersão similar a uma epidemia viral, o “IBC” atingiu repercussão mundial poucos dias após o desafio ser lançado nas redes sociais. Não demorou muito para que programas de entretenimento e o resto da imprensa mostrassem interesse em abordar o tema, apresentando-o para uma nova leva de expectadores que ainda não tinha entrado em contato com o desafio.

Para Silverstone (2014), é preciso pensar na mídia como um processo que está sempre em percurso, sendo assim, o seu papel é fundamentalmente político e econômico. A partir do século XX, com a grande proliferação das tecnologias de comunicação, a mídia ganhou uma nova dimensão na vida cotidiana, de tal maneira que ela passou a mediar várias relações, inclusive de consumo, nas palavras do autor:

Consumimos a mídia. Consumimos pela mídia. Aprendemos como e o que consumir pela mídia. Somos persuadidos a consumir pela mídia. A mídia, não é exagero dizer, nos consome. [...] Consumimos objetos. Consumimos bens. Consumimos informação. Mas, nesse consumo, em sua trivialidade cotidiana, construímos nossos próprios significados, negociamos nossos valores e, ao fazê-lo, tornamos nosso mundo significativo (p.150).

Portanto, ao analisar uma narrativa midiática é preciso entender a mídia em toda a sua complexidade, uma vez que seus textos não são simples veículos para uma comunicação ideológica ou puro entretenimento, suas produções incorporam discursos, tanto sociais quanto políticos, cuja análise exige métodos de leitura capaz de articular sua importância social, na economia, e principalmente, entender o meio político em que ela é criada, veiculada e recebida (KELLNER, 2001).

A relação entre mídia e indústria farmacêutica é fundamental para a criação de novos mercados consumidores. Como discute Vaz (2012), as estratégias de marketing dos laboratórios farmacêuticos têm na mídia uma importante aliada na divulgação dos supostos benefícios de seus medicamentos, principalmente quando, valendo-se do discurso de um “jornalismo científico”, a imprensa faz um papel semelhante ao da publicidade, oferecendo recursos para que seus leitores/consumidores, em certa medida, sejam incentivados a buscar tratamento para as doenças divulgadas no seu noticiário. Dessa maneira, a mídia atua como um importante *stakeholder* para a formação e manutenção de mercados na área da saúde.

Do ponto de vista econômico, a campanha de arrecadação de fundos para a *ALS Association* foi um sucesso. Segundo dados da associação<sup>5</sup>, o “*IBC*” arrecadou, em 2014, US\$ 115 milhões, desse total, 67% foram destinados à pesquisas para o tratamento e cura da doença, entre elas estão o *Project MinE* (projeto para identificar genes relacionados ao ELA), o *Neuro Collaborative* (trabalho em conjunto de três laboratórios de pesquisa de novos tratamentos eficientes), *The New York Genome Center* (banco de dados com exemplares de sequências genéticas) e a *ALS Act* (projeto de triagem e pesquisa por biomarcadores como indicadores da doença). É interessante notar como os projetos financiados pela associação refletem o que Rose (2013) chama de “biopolítica molecular”, uma biopolítica cada vez mais focada no desenvolvimento técnico-científico em escala molecular, realizando pesquisas em nível genético por meio do sequenciamento de DNA e biomarcadores.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.alsa.org/fight-als/ibc-progress.html> acesso em ago/2015.

Para analisar as narrativas midiáticas sobre o ELA durante o período de maior repercussão do desafio foram realizadas buscas nos sites dos jornais Folha de São Paulo e *The New York Times*, bem como na página da revista americana *Time*, tendo como critério notícias de 01/07/2014 até 30/09/2014 que tivessem o termo “*Ice Bucket Challenge*” e “Desafio do balde de gelo” (no caso brasileiro). Após um levantamento inicial constatou-se que a primeira menção ao desafio foi feita no dia 07/08, pelo *New York Times*<sup>6</sup>, a revista *Time*<sup>7</sup> aborda pela primeira vez, quatro dias depois, 11/08, enquanto no Brasil, a Folha de São Paulo só registra uma notícia sobre o desafio no dia 18/08, por meio do blog “#hashtag” de Ygor Salles<sup>8</sup>, que aborda de maneira breve a finalidade da campanha e a doença do ELA, tendo como principal foco a grande participação de famosos, como Fernanda Paes Leme, Mark Zuckerberg e Bill Gates.

Tendo como base os veículos analisados, na mídia americana, o dia 11/08 pode ser considerado uma marca que consolida o desafio como um novo viral, pois é a partir dessa data que, tanto o *New York Times* quanto a *Time*, abordam com maior frequência o desafio. Com a manchete “*The Ice Bucket Challenge takes over social media*”<sup>9</sup> (O desafio do balde de gelo toma conta das redes sociais – tradução livre), a *Time* apresenta a campanha, que até aquele momento já havia arrecadado U\$1,35 milhões, sem, no entanto, dar ênfase ao ELA ou à própria *ALS Association*, optando por explicar a dinâmica de funcionamento do desafio, ilustrada por vários vídeos de famosos e anônimos, todavia, na mesma reportagem é problematizada a importância do desafio no desenvolvimento de uma cura para a doença. Nesse caso, a reportagem, apesar de enfatizar mais o desafio do que a ELA em si, propõe uma reflexão a

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.nytimes.com/aponline/2014/08/07/us/ap-us-ice-bucket-challenge.html> acesso em ago/2015.

<sup>7</sup> Disponível em: <http://time.com/3101414/the-ice-bucket-challenge-takes-over-social-media/> acesso em ago/2015.

<sup>8</sup> Disponível em: <http://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2014/08/18/o-que-e-o-desafio-do-balde-de-gelo-que-comeca-a-pegar-no-brasil/> acesso em ago/2015.

<sup>9</sup> Disponível em: <http://time.com/3101414/the-ice-bucket-challenge-takes-over-social-media/> acesso em ago/2015.

respeito da importância de uma campanha como essa, na conscientização da doença e na arrecadação de fundos para as pesquisas.

No site do *The New York Times* foram registradas 56 notícias a respeito da campanha, sendo que o período de maior incidência foi até 26/08, dentre elas notas sobre celebridades que aceitaram o desafio como o ex-presidente norte-americano George W. Bush<sup>10</sup> e a editora de moda Anna Wintour<sup>11</sup>; em contrapartida, relata a decisão do Departamento de Estado dos EUA que proibiu que seus embaixadores realizassem o desafio<sup>12</sup>; acidentes de pessoas envolvendo o desafio, como o caso de dois bombeiros que foram eletrocutados enquanto ajudavam a banda marcial da Universidade de Campbellsville<sup>13</sup>; além de colunas de comentaristas que problematizavam o desafio<sup>14</sup>, propondo que outras iniciativas utilizassem mais as redes sociais para divulgação de suas causas, porém, mesmo nesses casos em que há uma preocupação em reconhecer a campanha como uma proposta eficiente, a ELA em si, aparece apenas para contextualizar a iniciativa da *ALS Association*. Dessa maneira, quando se analisa a trajetória do “IBC” no *The New York Times*, percebe-se que a associação responsável pela campanha teve mais destaque do que a própria ELA, cuja aparição se restringia em uma breve definição – doença neurodegenerativa – ou seja, para a *ALS Association* a campanha serviu como uma grande publicidade da sua instituição, porém a doença a qual está relacionada não foi caracterizada em sua singularidade, enquanto a entidade conseguiu se destacar entre as outras que realizam atividades semelhantes como àquela que idealizou o bem sucedido desafio, a ELA, aparentemente, é uma doença neurodegenerativa, assim como outras doenças que causam a degeneração progressiva do sistema nervoso.

---

<sup>10</sup> Disponível em: <http://www.nytimes.com/aponline/2014/08/20/us/ap-us-bush-ice-bucket-challenge.html> acesso em ago/2015.

<sup>11</sup> Disponível em: <http://runway.blogs.nytimes.com/2014/08/20/anna-wintour-takes-ice-bucket-challenge/> acesso em ago/2015.

<sup>12</sup> Disponível em: <http://www.nytimes.com/aponline/2014/08/21/us/politics/ap-us-ice-bucket-challenge-diplomats.html> acesso em ago/2015.

<sup>13</sup> Disponível em: <http://www.nytimes.com/aponline/2014/08/21/us/ap-us-ice-bucket-challenge-firefighters-hurt-.html> acesso em ago/2015.

<sup>14</sup> Disponível em: [http://www.nytimes.com/aponline/2014/08/22/arts/ap-us-ice-bucket-phenom.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/aponline/2014/08/22/arts/ap-us-ice-bucket-phenom.html?_r=0) acesso em ago/2015.



A revista *Time* teve 59 ocorrências a respeito do “IBC”, no período entre 11/08/2014 e 20/09/2014, e, assim como o *The New York Times*, a maior frequência foi até o dia 26/08. Cabe ressaltar que o propósito desse levantamento não é comparar quantitativamente as ocorrências nos dois veículos, mas sim, entender como eles criaram uma narrativa em torno do desafio, bem como visualizar de que maneira a ELA foi retratada. Dessa forma, analisando as notícias veiculadas pela revista, percebe-se que ela manteve um direcionamento mais aberto, ainda que houvesse muitas menções aos vídeos de celebridades, a *Time* teve uma cobertura menos centralizada nas *performances* dos famosos e mais preocupada em mostrar como o desafio estava impactando nas arrecadações para a *ALS Association* e procurava problematizar como um fenômeno como esse poderia mudar a maneira como as entidades de apoio à pacientes de outras doenças arrecadam fundos para a suas causas.

A reportagem “*Here’s how the ALS Ice Bucket Challenge actually started*”<sup>15</sup> (Aqui está como o desafio do balde de gelo da ALS realmente começou – tradução livre) mostra a forma que o desafio começou. O golfista Chris Kennedy foi desafiado por um amigo a participar do “ICB”, sem estar relacionado à *ALS Association*, pois o participante poderia escolher qualquer instituição de caridade, Kennedy escolheu apoiar uma entidade ligada ao ELA porque possuía parentes com a doença, assim, a #StrikeOutALS começou a circular entre os contatos de pessoas ligadas à entidade, até chegar em Pete Frates, que como citado anteriormente, acabou formalizando a relação entre o desafio e a *ALS Association*. É importante ressaltar que com essa reportagem, a *Time* ajuda a criar uma conexão maior com a campanha, pois ela contextualiza o desafio de forma que o público possa compreender sua origem, primeiramente desvinculada a uma causa específica, até ser oficializada como uma campanha de arrecadação contra o ELA, ainda que a doença fique em segundo plano na matéria, a mídia aqui faz um papel investigativo e explicativo, fornecendo recursos

---

<sup>15</sup> Disponível em: <http://time.com/3136507/als-ice-bucket-challenge-started/> acesso em ago/2015.

para que seus leitores possam entender com maior profundidade os vídeos que viralizaram na internet.

Em meio à notícias que pouco abordavam a ELA, a revista *Time* publicou no dia 20/08 uma matéria intitulada “*This heartbreaking Ice Bucket Challenge video is the best one yet*”<sup>16</sup> (Este comovente vídeo de desafio do balde de gelo é ainda melhor – tradução livre) na qual o jovem Anthony Carbajal fala sobre a importância da campanha. O vídeo que ilustra a matéria foi postado pelo próprio Carbajal após uma série de críticas ao desafio, como um desperdício de água ou mais um exemplo de um ativismo “preguiçoso”. Nele, o jovem de 26 anos aparece jogando o famoso balde na sua cabeça, para, em seguida, se apresentar explicando que “sempre tive medo do ELA, porque ela está na minha família, minha avó teve, minha mãe foi diagnosticada quando eu estava no colegial e cinco meses atrás eu fui diagnosticado” (tradução livre), enquanto Carbajal comenta como é difícil falar sobre a doença, aparece cenas dele cuidando da mãe, que por encontrar-se em um estado mais avançado da doença apresenta sequelas, como alimentação por sonda, perda total dos movimentos voluntários e respiração por aparelhos. Bastante emocionado, o jovem explica que ninguém gosta de falar sobre a doença, muito menos ver, pois é muito desafiador encarar uma pessoa amada morrendo dessa maneira – a expectativa de vida após o diagnóstico é de dois anos e meio – mas que toda essa exposição da doença é muito importante para os pacientes com ELA, pois é a primeira vez que ela está nos centros das atenções, Carbajal ainda questiona a indústria farmacêutica não se interessar pela doença, em suas palavras “não existe muito incentivo para que a indústria farmacêutica invista bilhões de dólares para desenvolver um medicamento, porque eu não sou lucrativo, não vale a pena me salvar?” (tradução livre). Ao final do vídeo, o jovem se desculpa pela emoção, mas que acredita que apenas jogar um balde de gelo na cabeça não seria o suficiente para ser entendido, é importante registrar que nos últimos segundos da gravação, entra a seguinte frase: “*To do the #ALSIceBucketChallenge making a scary disease easier to talk about*” (fazendo mais

<sup>16</sup> Disponível em: <http://time.com/3149803/als-ice-bucket-challenge-2/> acesso em ago/2015.

fácil falar sobre uma doença assustadora – tradução livre), a frase é bastante significativa, pois ela mostra um dos objetivos da campanha, aumentar o conhecimento sobre a ELA, que, como mencionado por Carbajal, é uma doença cujo cotidiano do paciente é pouco comentado, entretanto, a maneira como a imprensa retratou a ELA durante o período da campanha não abordou os detalhes trazidos à tona pelo jovem.

Como discutido anteriormente, as reportagens pouco falavam sobre a doença, as matérias deram maior ênfase ao fator viral da campanha, a participação massiva de celebridades e anônimos, discutiu a sua eficiência, questionou o caráter performático do desafio e procurou problematizar como outras causas poderiam se valer de estratégias parecidas para atingir tamanha visibilidade.

A revista *Time* apresentou uma ampla cobertura do desafio, inclusive mantendo uma sessão especial no seu site para agrupar as notícias relacionadas ao desafio, dessa forma, além de exibir coletâneas sobre os melhores vídeos das celebridades<sup>17</sup>, seleção de vídeos de cachorros fazendo o desafio<sup>18</sup>, a revista também abria espaço para discussões mais complexas sobre o tema, como o próprio vídeo de Anthony Carbajal; um comparativo entre a repercussão do desafio e a morte de Michael Brown que deu origem a onda de protestos em Ferguson, Missouri na mesma época<sup>19</sup>; uma discussão sobre como outras entidades poderiam utilizar o desafio como um aprendizado pra aumentarem sua visibilidade e, consequentemente, sua arrecadação<sup>20</sup>; e também abordar uma discussão sobre bioética, após a Arquidiocese de Cincinnati proibir que seus fiéis fizessem o desafio por discordar das pesquisas financiadas pela *ALS Association* que envolviam pesquisas com células embrionárias. Portanto, percebe-se que a narrativa criada pela revista permitiu a problematização do desafio, seus impactos para a entidade organizadora, sua importância para entender

<sup>17</sup> Disponível em: <http://time.com/3111965/here-are-the-27-best-celebrity-ice-bucket-challenge-videos/> acesso em ago/2015.

<sup>18</sup> Disponível em: <http://time.com/3148546/als-ice-bucket-challenge-dog-videos/> acesso em ago/2015.

<sup>19</sup> Disponível em: <http://time.com/3136939/michael-brown-ferguson-als-ice-bucket-challenge/> acesso em ago/2015.

<sup>20</sup> Disponível em: <http://time.com/3204261/the-real-ice-bucket-challenge/> acesso em ago/2015.

comportamentos contemporâneos como a viralização e ainda trouxe, ainda que de maneira tímida, um olhar mais atento para a ELA.

Para entender como a repercussão do desafio se deu no Brasil, foi analisado o site do portal Folha de São Paulo/Uol, tendo os mesmos critérios estabelecidos para o *The New York Times* e a *Time*, com exceção da busca que foi feita utilizando “desafio do balde de gelo”, por tratar-se de um veículo brasileiro. Para o período selecionado, foram encontradas 28 correspondências, sendo que a primeira, como já comentado anteriormente, data de 18/08, e aborda rapidamente o que é o desafio e como o fato de celebridades influentes (ou seja, com muitos seguidores), terem sido importantes para a viralização do vídeo.

O que chama a atenção nos resultados da Folha de São Paulo é que diferentes setores do portal abordaram o assunto, como colunistas<sup>21</sup>, sessão de celebridades<sup>22</sup>, caderno de saúde<sup>23</sup>, especial de empreendedorismo social<sup>24</sup> e até no editorial<sup>25</sup>.

Diferentemente dos outros veículos que enfatizaram o desafio e como ele poderia impactar positiva ou negativamente, a Folha, em diversos momentos, procurou apresentar a doença para além daquela descrição “doença neurodegenerativa”, bastante usada pela mídia americana, que não enfatizou as características da ELA. No caderno “Equilíbrio e Saúde” encontra-se a matéria “Desafio do balde de gelo eleva doações para a doença<sup>26</sup>”, que mostra como o desafio aumentou o número de doações para entidades relacionadas à doença nos EUA e também no Brasil, a reportagem traz um quadro informativo de como a ELA age no organismo, enfatiza a rapidez com que ela avança e quais os cuidados que os

<sup>21</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/joaopereiracoutinho/2014/08/1505407-intervalo-de-gelo.shtml> acesso em ago/2015.

<sup>22</sup> Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2014/08/1504030-xuxa-se-recusa-a-fazer-desafio-do-gelo-e-incentiva-fas-a-cobrem-doacoes-de-artistas.shtml> acesso em ago/2015.

<sup>23</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2014/08/1508649-desafio-do-balde-de-gelo-levanta-mais-de-us-100-milhoes-em-doacoes.shtml> acesso em ago/2015.

<sup>24</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2014/09/1512692-organizacoes-ligadas-a-doencas-raras-sofrem-para-captar-recursos.shtml> acesso em ago/2015.

<sup>25</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2014/08/1504981-editorial-febre-do-gelo.shtml> acesso em ago/2015.

<sup>26</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2014/08/1504754-desafio-do-balde-de-gelo-eleva-doacoes-para-doenca.shtml> acesso em ago/2015.

pacientes precisam (fisioterapeuta, fonoaudiólogo, nutricionista e acompanhamento psicológico), bem como o custo aproximado de todos esses tratamentos – que cabe ressaltar, são todos paliativos – para as famílias, a matéria ainda levanta, de maneira breve, o questionamento sobre o real impacto da campanha para o progresso das pesquisas, fato rebatido na reportagem por Sílvia Tortorella, diretora do Instituto Paulo Gontijo, participante do Projeto *MinE*, um dos beneficiados pelo *ALS Association*, em suas palavras “A campanha é um sucesso, está tendo uma repercussão fantástica. Não conseguíamos atenção porque ninguém sabia o que era o ELA. Agora nós aparecemos para o mundo”. Dessa maneira, juntamente com outras matérias que abordavam o desafio, a Folha teve a cobertura que mais se dedicou a expor a ELA, seus sintomas, como os pacientes vivem e quais iniciativas estão sendo tomadas em âmbito nacional, para que a qualidade de vida dos seus portadores seja melhorada.

### **Considerações finais**

O objetivo desse trabalho era entender como a ELA foi noticiada durante a campanha do “*IBC*”, buscando articular, em um primeiro momento, as políticas públicas destinadas às doenças raras, especificamente o decreto “*Orphan Drugs Act*”, e a importância das associações de pacientes como a *ALS Association*, organizadora da campanha, para, na sequência, analisar de que maneira a doença foi retratada por três veículos de comunicação: *The New York Times*, a revista *Time* e o portal Folha de São Paulo/Uol.

As narrativas midiáticas produzidas pelos dois veículos americanos tiveram como principal enfoque a participação de celebridades, a capacidade de viralização da campanha e procurou problematizar como outras entidades poderiam usar o desafio como exemplo de sucesso para as suas causas. Dessa forma, para os americanos, a mídia acabou construindo um retrato em que a ELA foi deixada em segundo plano, optando por focar suas discussões no impacto midiático da viralização do desafio. Já no Brasil, a doença assumiu um papel protagonista nas discussões, com direito a



quadros informativos e levantamento dos custos com os tratamentos paliativos da doença, sendo assim, a narrativa construída procurou enfatizar os pacientes e mostrar as suas dificuldades, em vez de problematizar a mecânica e a exposição de celebridades no desafio.

As discussões propostas nesse trabalho mostram uma análise ainda inicial sobre as narrativas midiáticas de doenças raras, sendo assim, outras questões podem ser trabalhadas futuramente, como as consequências dessa exposição para a *ALS Association*, o impacto das celebridades para a divulgação da campanha ou como outras entidades utilizam as redes sociais para a divulgação de suas causas.

### **Referências bibliográficas**

AGAMBEN, G. *Homo sacer: o poder soberano e a vida nua*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

FOUCAULT, M. *A história da sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

KELLNER, D. *A cultura da mídia*. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

NOVAS, C. Orphan Drugs, Patient Activism and Contemporary Healthcare. *Quaderni*. Communication, technologies, pouvoir, (68), 13-23, 2009.

PELBART, P. P. *Vida capital: ensaios de biopolítica*. São Paulo: Iluminuras, 2011.

PETRYNA, A. *Life exposed: Biological Citizens after Chernobyl*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2002.

RABINOW, P. Artificiality and Enlightenment: from Sociobiology to Biosociality. In: *Essays on the Anthropology of Reason*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1996.

ROSE, N. *A política da própria vida: biomedicina, poder e subjetividade no século XXI*. São Paulo: Paulus, 2013.

SILVERSTONE, R. Por que estudar a mídia? 4ª. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

VAZ, P. Doença mental e consumo nas revistas semanais brasileiras. *E-Compós* (Brasília), v. 15, p. 17-33, 2012.

## **O Renascimento do Parto** uma análise das narrativas de controle e de empoderamento feminino por meio do parto humanizado <sup>1</sup>

Ana Teresa Gotardo<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo analisa as narrativas do documentário brasileiro *O renascimento do parto*, lançado em agosto de 2013, visando compreender como os discursos sobre violência obstétrica, saber científico e tecnológico modernos, institucionalização e controle sobre o corpo, sobre a vida (biopoder) são desconstruídos por meio da “volta ao primitivo”, ao natural, ao humanizado, à experiência sensível e de empoderamento da mulher. A análise será baseada nos conceitos relacionados a processos bio-sociológicos, como biopolítica e biopoder (enquanto complexos dispositivos disciplinares), e a questões relacionadas aos processos civilizadores da Modernidade. Por fim, a desconstrução dessas verdades será relacionada aos conceitos do Pós-Moderno e do retorno ao primitivo.

**Palavras-chave:** empoderamento; controle; Modernidade; Pós-Modernidade; cinema documentário.

### **Introdução**

*Isso pode ser resumido pela admirável fórmula de Fernando Pessoa: “Uns governam o mundo, outros são o mundo”. São, sem dúvida, aqueles que são o mundo que nos interessam. (Maffesoli, 1998, p.273)*

O Brasil é, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), campeão mundial no número de cesáreas – enquanto a taxa considerada ideal está entre 10 e 15% dos partos (OMS, 2015), no Brasil esse número chega a 50% do total de nascimentos na rede pública<sup>3</sup> e até a 84% na rede de saúde suplementar<sup>4</sup>. Trata-se de um sistema que privilegia a linha de produção no parto por meio da cesárea, um privilégio baseado na

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 - Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ. E-mail: [aninhate@gmail.com](mailto:aninhate@gmail.com)

<sup>3</sup> Fonte: [http://www.unicef.org/brazil/pt/PT-BR\\_SOWC\\_2012.pdf](http://www.unicef.org/brazil/pt/PT-BR_SOWC_2012.pdf)

<sup>4</sup> Fonte: <http://www.ans.gov.br/aans/noticias-ans/consumidor/2718-ministerio-da-saude-e-ans-publicam-resolucao-para-estimular-parto-normal-na-saude-suplementar>

conveniência médica, o qual normalmente retira o direito de escolha da mulher acerca das intervenções sobre seu corpo e tampouco se preocupa com o tempo de formação do feto ou demais riscos cirúrgicos associados. A frequência e naturalização dessa apropriação do corpo feminino pelos profissionais da saúde vem sendo, inclusive, questionada juridicamente, e passou a ser reconhecida oficialmente pela Defensoria Pública do Estado de São Paulo como “violência obstétrica”<sup>5</sup>.

O termo, utilizado para questionar a verdade médica sobre a apropriação do corpo e dos processos reprodutivos das mulheres, é chocante – ainda mais quando acompanhado de relatos e imagens que corroboram a sensação de invasão do corpo, da escolha, mostrando os traumas das mulheres e consequências negativas aos recém-nascidos. A obrigatoriedade da cirurgia (já que muitas mulheres são levadas a pensar que não possuem outra alternativa) é justificada pelo saber científico da área, tido como “inviolável” pelo senso comum moderno. E se alguém o questiona, corre o risco de ser submetido ao saber jurídico – outro “inviolável” – como o caso da gestante Adelir Lemos de Goes, que foi obrigada pela justiça e escoltada ao hospital pela polícia militar para ser submetida a uma cesariana contra sua vontade. Na matéria publicada pela *Folha de São Paulo* (BALOGH, 2014), diversos comentários dos leitores aplaudem a decisão.

Para questionar esse movimento hegemônico, grupos de pessoas, meios de comunicação (especialmente os internacionais), além da Organização Mundial de Saúde – OMS, estão buscando formas de desnaturalizar o parto cesáreo no Brasil, de desconstruir a verdade moderna do saber médico institucionalizado, da técnica, da tecnologia e do controle para empoderar o corpo feminino e sua capacidade de parir – um retorno ao “primitivo”, tal como nos orienta Maffesoli sobre a Pós-Modernidade. Nesse contexto, temos o documentário brasileiro *O Renascimento do Parto*, de Érica de Paula Eduardo Chauvet, lançado em 9 de agosto de 2013. O elenco conta com cientistas, médicos, parteiras, doulas, mães, pais. O filme foi selecionado para o *6th Los Angeles Brazilian Film Festival*, o *IV Doc Brazil Festival China 2013*, o *VI*

---

<sup>5</sup> <http://www.defensoria.sp.gov.br/dpesp/repositorio/41/violencia%20obstetrica.pdf>

*Festival Internacional de Cine Latinoamericano y Caribeño de Margarita* na Venezuela e para o *31º Festival de Cine de Bogotá* na Colômbia, além dos festivais nacionais – 7º Festival Goiamum Audiovisual de Natal no Rio Grande do Norte e a 10ª Mostra Cinema Popular Brasileiro de Nova Friburgo no Rio de Janeiro.

Este artigo objetiva realizar uma breve análise das narrativas apresentadas no filme, buscando as relações estabelecidas pela produção de sentidos do ato de narrar, já que os discursos, por sua ampla visibilidade, muitas vezes orientam as práticas sociais. Nessa perspectiva, buscamos apoio em Michel de Certeau, que fala sobre a importância de desviar o olhar dos sistemas linguísticos e privilegiar as práticas significativas.

Nossa pesquisa pertence a este tempo “segundo” da análise, que passa das estruturas às ações. Mas neste conjunto muito amplo vou considerar apenas ações narrativas. Elas permitirão precisar algumas formas elementares das práticas organizadoras de espaço: a bipolaridade “mapa” e “percurso”, os processos de delimitação ou de “limitação” e as “focalizações enunciativas” (ou seja, o índice do corpo do discurso). (CERTEAU, 1994, p. 201).

## O saber institucionalizado e as narrativas de violência

*O renascimento do parto* é um documentário brasileiro que explora esse imaginário da necessidade do controle médico na gravidez e parto. Segundo o médico obstetra Ricardo Jones, um dos entrevistados no filme, a entrada da figura do médico e do hospital no parto é muito recente em relação à história da humanidade e é justificado de várias formas, por diversos profissionais, no decorrer do longa-metragem. Fernanda Macedo, também médica obstetra, fala, por exemplo, da lógica cultural e econômica em torno da questão, que envolve a sensação de “segurança”<sup>6</sup> e

---

<sup>6</sup> É interessante notar (embora não seja o foco deste estudo) que, na teoria de Marketing, a segurança é o segundo item da hierarquia de necessidades de Maslow, também conhecida por pirâmide de Maslow, vindo apenas após as necessidades fisiológicas. Assim, essa questão também pode ser vista sob um viés mercadológico, ou seja, essa sensação de segurança é “vendida” mercadologicamente em um momento em que a sensação de cuidado, proteção e responsabilidade sobre um ser “indefeso” aflora na mulher. A necessidade de segurança é utilizada mercadologicamente como fator de convencimento para um

naturalização do parto cesáreo. Já a antropóloga Robbie Davis-Floyd fala em uma visão paradigmática tecnocrata, no qual o corpo é visto como uma máquina, tratado como objeto, separado da mente e com foco em resultados imediatos.

Essa questão do controle do corpo e da saúde é tratada amplamente por Foucault (2000), que nos traz o conceito de biopolítica e biopoder. Segundo o autor, há, no final do século XVIII, o início de uma nova tecnologia de controle sobre o corpo: de uma forma disciplinar para uma forma regulamentadora. Esses conjuntos de mecanismos não atuam no mesmo nível e, portanto, não excluem um ao outro. Ao contrário, na maioria dos casos atuam de forma articulada para o exercício do poder.

O poder disciplinar e o poder regulamentador são, segundo Foucault, uma tecnologia disciplinadora do corpo e uma tecnologia regulamentadora da vida, respectivamente. Enquanto o primeiro produz efeitos individualizantes por meio da aplicação de forças sobre o corpo com o objetivo de torná-lo útil e dócil, o segundo atua sobre a vida, agrupando efeitos sobre uma população por meio do controle e possível modificação dos eventos característicos da vida em massa, visando compensar seus efeitos, assegurando, portanto, o equilíbrio global, “a segurança do conjunto em relação a seus perigos internos” (FOUCAULT, 2000, p.297).

A biopolítica, essa nova tecnologia de poder regulamentar, lida, então, com a população, que é vista como um problema científico e político, biológico e de poder, controlando questões como proporção de nascimentos e óbitos, fecundidade, longevidade, dentre outras, constituindo em sua prática áreas de saber que definem o campo de atuação de seu poder: o de intervir para fazer viver e o de deixar morrer. Esse poder “intervém sobretudo nesse nível para aumentar a vida, para controlar seus acidentes, suas eventualidades, suas deficiências, daí por diante a morte, como termo da vida, é evidentemente o termo, o limite, a extremidade do poder” (idem, p.295).

Como processos bio-sociológicos, a biopolítica e o biopoder são mais complexos que os dispositivos disciplinares por implicarem órgãos complexos de

---

parto mais “seguro” para mãe e filho – segurança essa baseada na falta de conhecimento dos pais e do poder do conhecimento médico institucionalizado.



coordenação e centralização. Nesse contexto, a medicina, como uma área de saber técnico, torna-se o elemento

[...] cuja importância será considerável dado o vínculo que estabelece entre as influências científicas sobre os processos biológicos e orgânicos (isto é, sobre a população e sobre o corpo) e, ao mesmo tempo, na medida em que a medicina vai ser uma técnica política de intervenção, com efeitos de poder próprios. A medicina é um saber-poder que incide ao mesmo tempo sobre o corpo e sobre a população, sobre o organismo e sobre os processos biológicos e que vai, portanto, ter efeitos disciplinares e efeitos regulamentadores. (idem, p.301-302)

Assim, a medicina passa a ter uma função de coordenação dos tratamentos médicos, centralização da informação, normalização e normatização do saber, articulando diretamente com as questões centrais da biopolítica que se instaurava.

Simmel (1973) aponta que, também no século XVIII, houve uma exigência de especialização funcional do homem e seu trabalho, fenômeno também apontado por Elias (1994), em sua análise sobre a história dos costumes durante a formação do Estado Moderno e sobre como se deu o processo de mudança na conduta e sentimentos humanos – o processo civilizador. Elias destaca que as principais alterações que modelaram personalidades de maneira civilizadora foram: a) o processo de diferenciação social proporcionado pela competição crescente; b) a progressiva divisão de funções devido à diferenciação; c) o crescimento das cadeias de interdependência, pois o indivíduo passa a depender de um maior número de pessoas; d) a formação de uma teia mais rigorosa e precisa, com ações integradas. Esse processo social compeliu o indivíduo a modelar sua conduta de forma mais diferenciada, uniforme e estável, através do exercício do controle cada vez mais cedo, na infância, do crescimento do autocontrole consciente e inconsciente e da variação dos modelos de autocontrole de acordo com a função social e posição do indivíduo.

Essa construção da qual trata Elias está inserida dentro de um contexto da Modernidade, ou “pós-medievalidade” que, como nos esclarece Maffesoli

[...] foi justamente esse processo que regeu o nascimento de uma família cristalizada em sua estrutura nuclear, que favoreceu a “implementação do trabalho” e gerou as grandes

instituições de ensino e do trabalho social, sem esquecer as da saúde e os diversos tipos de “confinamento” em que os séculos XIX e XX não foram nada avaros. Corrigindo, na medida em que isso era possível, os malefícios do devir econômico do mundo e do produtivismo que lhe era inerente, esse “social” trouxe uma segurança inegável para a grande maioria. Mas, ao mesmo tempo, e no sentido estrito do termo, “enervou” o corpo comunitário, transferindo para instâncias longínquas e abstratas a tarefa de gerir o bem comum e os liames coletivos. Tudo isso me levou a dizer que, em muitos aspectos, assistimos à instauração de uma “violência totalitária” que, invertendo a terminologia durkheimiana, permitiu o deslizamento de uma “solidariedade orgânica”, mais próxima do cotidiano, para uma “solidariedade mecânica”, promovida por uma estrutura técnica que se auto-proclama avalista do bom funcionamento da vida social. (MAFFESOLI, 2004, p.14-15)

Essas características da Modernidade estão amplamente presentes e naturalizadas nas narrativas sobre a cesárea no Brasil. *O renascimento do parto* busca contestar, por meio de relatos de mães, pais e especialistas, essa naturalização que leva muitas pessoas ainda a se submeterem a uma cirurgia sem que essa seja sua vontade, ou sem que haja necessidade. Trata-se de um processo, no entanto, que contesta um poder constituído há séculos, poder esse que, tal como nos diz Foucault (2000, p.302):

Dizer que o poder, no século XIX, tomou posse da vida, dizer pelo menos que o poder, no século XIX, incumbiu-se da vida, é dizer que ele conseguiu cobrir toda a superfície que se estende do orgânico ao biológico, do corpo à população, mediante o jogo duplo das tecnologias da disciplina, de uma parte, e das tecnologias de regulamentação, de outra.

A questão do controle sobre o corpo não é, no entanto, a única abordada pelo documentário para justificar a preferência dos médicos pela cesariana. Robbie Davis-Floyd, Melania Amorin (médica obstetra e professora da UFPB), Fernanda Macedo e Ricardo Chaves (pediatra) falam também da questão econômica que envolve a escolha pela cesariana – não vale a pena financeiramente para o médico deixar de atender pacientes no consultório para acompanhar horas de um trabalho de parto

normal enquanto pode fazer uma cesárea em apenas 20 minutos. A cesárea é, na maioria das vezes, uma conveniência médica – como provas, os especialistas citam, por exemplo, o baixo valor pago pelo plano de saúde para um parto normal e a lotação dos hospitais em véspera de feriados prolongados para cesáreas eletivas. O mesmo vale para os hospitais, que, segundo os especialistas do documentário, preferem ter suas salas cirúrgicas rapidamente liberadas para outros usos que mantê-las à disposição de gestantes por 12 horas (ou o tempo que for necessário).

Maria Esther Vilela, gestora no Ministério da Saúde e uma das entrevistadas pelo filme, comenta que “o modelo de atenção ao parto no Brasil, muito centrado na tecnologia, foi aos poucos criando a cultura da cesariana como o modo de nascer mais confortável, talvez mais adequado a essa sociedade de consumo”. Simmel (1973) aponta a metrópole moderna como voltada para a produção para o mercado, dominada pela economia do dinheiro. O autor ressalta que

A mente moderna se tornou mais e mais calculista. A exatidão calculista da vida prática, que a economia do dinheiro criou, corresponde ao ideal da ciência natural: transformar o mundo num problema aritmético, dispor todas as partes do mundo por meio de fórmulas matemáticas. Somente a economia do dinheiro chegou a encher os dias de tantas pessoas com pesar, calcular, com determinações numéricas, com uma redução de valores qualitativos a quantitativos. Através de uma natureza calculativa do dinheiro, uma nova precisão, uma certeza na definição de identidades e diferenças, uma ausência da ambiguidade nos acordos e combinações surgiram nas relações de elementos vitais – tal como externamente esta precisão foi efetuada pela difusão universal dos relógios de bolso. (SIMMEL, 1973, p.14)

Para entrar nessa dimensão “quantitativa” moderna (reiterada por imagens de diversas cesáreas como em linha de produção, máquinas, relógios e até mesmo do trânsito acelerado), o parto normal precisou se cercar de mitos que impusessem regras de dificuldade – as quais, além de se tornarem diretrizes, contribuíram para a diminuição da segurança e do poder da mulher sobre seu corpo. A obstetriz Ana Cristina Duarte salienta, inclusive, que eles são amplamente reiterados em nossas conversas cotidianas por mulheres que, ao serem vítimas de violência obstétrica e não

identificá-la, reproduzem suas narrativas sobre o parto normal como um momento de sofrimento. Já no consultório médico, a entrevistada cita questões como bebê grande, a idade da mulher, considerada velha demais para parir a partir dos 30 ou 35 anos, ou nova demais, ou gorda, ou magra demais, sedentária, “que ela pode ficar larga”, dor, pressão alta, diabetes, que a mulher não entrou em trabalho de parto. Melania Amorin salienta que “circular de cordão, bebê grande demais, bebê pequeno demais, grau de placenta avançado, pouco líquido, muito líquido, são indicações que não existem. São entidades que se criaram, entidades fantasmagóricas enquanto indicações de cesariana”. Para comprovar, um parto natural na água de um bebê com uma circular de cordão é exibido. E a médica obstetra salienta: “um achado absolutamente fisiológico, até 40% dos bebês nascem com o cordão enrolado no pescoço. Mas se criou o mito do cordão assassino. Não existe essa possibilidade do bebê se enforcar com o cordão umbilical”.

Trata-se também de ver a mulher como incapaz, seu corpo como defeituoso e a intervenção médica como sempre necessária e “salvadora” do bebê e da parturiente. As próprias mulheres acabam por acreditar nessa “defectividade”. O médico Ricardo Gomes salienta que

O nascimento humano é um evento que foi moldado através de 5 a 7 milhões de anos de experimentação. Apesar desses milênios de aprimoramento, pro surgimento do modelo obstétrico contemporâneo, era fundamental que se criasse a ideia de que as mulheres são essencialmente incompetentes e incapazes para dar conta do processo de nascimento por si mesmas.

Se os médicos veem os partos cesáreos como “mais um dia de trabalho”, como forma de ganhar dinheiro rapidamente, de controlar seu tempo, o corpo e a vida do outro, as questões negativas deste processo saltam aos olhos de mães e pais e buscam compreender o processo e a indústria do nascimento. É importante salientar, como já disse anteriormente, que o senso comum aceita a opinião médica de forma inquestionável, assim como há mulheres que, por razões diversas, optam pela

cesariana e, desta forma, não a reconhecem como uma forma de violência ou como um procedimento que envolve riscos.

O documentário traz depoimentos de mulheres que reconhecem / entendem ter passado por atos de violência obstétrica. As narrativas trazem questões chocantes, como mentiras contadas por médicos às gestantes. Uma das entrevistadas conta, por exemplo, que seu médico tentou justificar uma cesárea utilizando uma circular de cordão apontada em uma ultrassonografia que não era dela. Outras falam que se sentiram enganadas por seus médicos, que prometeram parto normal durante todo pré-natal e que, na 38ª semana de gestação, as obrigaram, inclusive com assédio moral, a marcarem uma cesariana em conformidade com suas [deles] agendas. Falas ríspidas, ameaças, indicações míticas ou mesmo sugestões de que não seriam capazes levaram mulheres que queriam partos normais a marcarem cirurgias contra a vontade, antes do tempo do bebê, por conveniência médica. O choro, a tristeza, a sensação de terem sido incapazes e frágeis, são comuns às entrevistadas. Segundo Ricardo Gomes, porém,

As próprias mulheres acreditam que são incapazes de ter seus filhos de uma forma mais fisiológica e mais natural exatamente porque a cultura contamina a sua autoestima. E aí um processo que era para ser essencialmente o empoderamento das mulheres no momento de gerar a vida, de parir, de dar à luz, se transformou num processo que fundamentalmente fortalece os médicos e as corporações.

A violência e o controle sobre o corpo e a vida são salientados pelas imagens, que mostram úteros expostos, sendo abertos, e mãos que giram dentro desses úteros procurando por bebês para retirá-los usando força e fórceps. Os bebês não são levados para as mães que, amarradas na cama, são obrigadas a verem seus filhos de longe (isso quando os veem), sem tocá-los. Após, os bebês são submetidos a todo tipo de tratamento: aspiração nasal, colírios, pesagem, fechamento do cordão, tudo rapidamente, para não se perder o tempo da linha de produção.

Por outro lado, a cesariana também é citada, no filme, como uma cirurgia que pode salvar vidas, quando bem indicada (pesquisas científicas apontam que apenas



20% dos partos precisariam de intervenção cirúrgica). Quando não necessária, a cesárea representa maior risco para gestante e feto – como, por exemplo, infecções hospitalares, nascimentos prematuros, aumento da mortalidade neonatal, desmame precoce, relação dificultada entre mãe e filho. O Ministério da Saúde classifica a questão como “epidemia oculta”, relacionada a classes sociais mais elevadas. Nesse contexto, o documentário busca desmistificar o parto natural com informações para que as mulheres voltem a ter confiança em si, em seu corpo e capacidade de parir.

## O parto natural e o retorno ao primitivo

A gente tem muito, muito o que aprender das mulheres do campo, porque elas têm contato muito direto com o seu próprio ser, com a natureza. Elas não duvidam se, quando engravidam, se elas vão poder parir ou não. A cabeça não atrapalha, sabe? A cabeça da mulher moderna atrapalha muito. Precisamos nos limpar desses contaminantes mentais e limpar essa coisa social de “a mulher não vai parir porque a mulher moderna já não sabe parir mais”. Isso não é verdade. Nós mulheres sabemos parir. Nós mulheres gostamos de parir. (Naoli VINAVER, parteira e antropóloga)

A desconstrução da verdade moderna sobre o nascimento cirúrgico é feita com base no empoderamento do corpo feminino, reconhecimento da experiência e retorno ao primitivo, levando em conta os saberes populares, as experiências cotidianas, históricas, comunitárias. Imagens de mulheres utilizando métodos alternativos de combate à dor, dançando, tranquilas, felizes, sorrindo, junto a seus filhos recém-nascidos e mais velhos, ao lado de seus companheiros, em ambientes humanizados, muitas vezes em suas próprias casas. Sobre essa atenção ao conhecimento popular,

Cabe lembrar que ater-se à vivência, à experiência sensível, não é comprazer-se numa qualquer *delectatio nescire*, ou negação do saber, como é costume crer, por demais frequentemente, da parte daqueles que não estão à vontade senão dentro dos sistemas e conceitos desencarnados. Muito pelo contrário, trata-se de enriquecer o saber, de mostrar que um conhecimento digno deste nome só pode estar

organicamente ligado ao objeto que é o seu. É recusar a separação, o famoso “corte epistemológico” que supostamente marcava a qualidade científica de uma reflexão. É, por fim, reconhecer que, assim como a paixão está em ação na vida social, também tem seu lugar na análise que pretende compreender esta última. Em suma, é pôr em ação uma forma de empatia, e abandonar a sobranceira visão impositiva e a arrogante superioridade que são, conscientemente ou não, apanágio da *intelligentsia*. (MAFFESOLI, 1998, p.272)

A defectividade do corpo feminino é desconstruída pelo primeiro depoimento de uma mãe que, reconhecendo-se magra e com quadril estreito, lutou para ter seu parto normal contra a conveniência e a insistência médica e, assim, percebeu que não tinha defeitos e se sentia parte de uma natureza perfeita. Marcio Garcia, ator e pai, salienta que quem dá a vida é a mulher, e quem está por trás é Deus, não o médico. Busca-se, com essas narrativas, uma reconstrução da “normalidade” da gestação, como um acontecimento fisiológico que, ao invés de ser visto como doença, com alerta e preocupação, deve ser visto com alegria pela geração de uma nova vida. Que há beleza, bênção, saúde e capacidade de fazer da mulher.

Os elementos trazidos como justificativas para o empoderamento do corpo feminino podem ser considerados

os elementos “arcaicos”, como constantes antropológicas, [que] são, ao mesmo tempo, integrados e torcidos. São aceitos enquanto tais e, ao mesmo tempo, revisitados. Ou ainda, aquilo que é sempre e renovadamente antigo é, igualmente, sempre e renovadamente atual. Assim são os fenômenos não racionais, as agregações tribais, as ambiências emocionais ou afetuais, o culto do corpo ou as diversas manifestações do hedonismo contemporâneo. Tudo aquilo que se credita, para o melhor e para o pior, à pós-modernidade, contém boa parte de pré-modernidade. De minha parte direi, portanto, que é essa constante “distorção” de coisas antigas que faz a qualidade essencial da vivência, ou, ainda, que o vivente é o feito de constantes arcaicas sucessivamente retrabalhadas. É isso que faz do ser societal um perpétuo acontecimento. (MAFFESOLI, 1998, p.275)

A desconstrução da medicina enquanto saber médico institucionalizado passa ainda por outras narrativas. O médico Ricardo Gomes cita, por exemplo, a falta de contato da produção científica na área da obstetrícia com a prática obstétrica, o que levou ao excesso de intervenções baseadas em “achismos” e em dogmas médicos não comprovados empiricamente – após a busca por evidências, percebeu-se que havia mais dor envolvida que resultados positivos. A também médica Melania Amorin diz:

Ao contrário do que muitos leigos pensam, durante muito tempo a prática médica, ela não era respaldada por evidências científicas sólidas. Quando a gente começou a falar em medicina baseada em evidências, havia pessoas, principalmente da área da saúde, que se chocavam: “mas como? Então a medicina toda não é baseada em evidências, a gente não é uma atividade científica?” E na verdade, infelizmente, grande parte das práticas médicas até bem recentemente não era respaldada por evidências científicas sólidas.

Todas essas questões estão presentes no documentário como forma de luta pelo fim da violência obstétrica, tanto no que diz respeito à gestante quanto ao bebê, por meio da informação e desconstrução de verdades construídas ao longo de séculos. A ideia principal é mostrar às pessoas que é possível parir de forma natural e segura, com qualidade e delicadeza, sem traumas, intervenções desnecessárias e choques ao recém-nascido – uma forma de dar “boas-vindas” ao ser que nasce. Trata-se também do respeito às condições fisiológicas do nascimento, como o bebê estar pronto para nascer e a liberação de uma série de hormônios necessários para o acontecimento.

No que diz respeito à questão hormonal, o cientista e médico obstetra francês Michel Odent ainda enfatiza que eles são necessários para a construção do amor, ou seja, o parto normal é fisiologicamente necessário para a liberação de um coquetel conhecido como “hormônios do amor”, responsável pela vinculação entre mãe e filho. O uso da ocitocina sintética (hormônio utilizado em intervenções para acelerar o parto) causa um desequilíbrio hormonal que, segundo a análise do entrevistado, torna “os hormônios do amor redundantes, inúteis, no período crucial em torno do nascimento”. Ele salienta, ainda, que outros mamíferos não humanos que tiveram

interferência em seus partos acabaram abandonando o filhote e que isso deveria ser um modelo para os humanos. O cientista questiona: “qual o futuro da humanidade nascida de cirurgia cesariana ou da ocitocina sintética?”

A antropóloga Robbie Davis-Floyd explica, então, o paradigma do parto humanizado, modelo este que o Brasil e o documentário em análise tentam promover:

Corpo e mente estão conectados. A paciente não é um objeto, ela é um sujeito. [...] Humanismo é prestar atenção às necessidades do indivíduo, com respeito e dignidade durante o nascimento do bebê, respeitando e honrando suas escolhas, garantindo que ela tenha escolhas e que ela entenda as suas opções.

Os entrevistados salientam, contudo, que, para que o controle do parto saia das mãos dos médicos, é necessário o reconhecimento da importância e capacidade de outros profissionais na atenção ao nascimento, tais como parteiras, obstetrias, enfermeiras obstétricas e doulas. O documentário exhibe inclusive o exemplo das parteiras do Norte e Nordeste do Brasil que, sem nenhuma formação acadêmica, auxiliam inúmeros partos.

Nesse mesmo contexto, o hospital não deve mais ser visto como lugar da segurança para o parto. Há, sim, outros lugares reconhecidamente apropriados, tais como casas e parto e a casa onde a mulher vive. A Organização Mundial da Saúde entende e orienta que o lugar apropriado para o parto é aquele no qual a mulher se sintam bem e segura. A questão está no respeito à decisão da mulher.

Conexão com o corpo e consigo mesma, expressão da alma por meio do corpo, instinto, poesia, empoderamento, desafio, transcendência de limites, parto como ritual de iniciação e de passagem que fortalece não apenas a mãe, mas a família e o bebê. Essas são apenas algumas das formas trazidas pelos entrevistados para qualificar a experiência, formas essas totalmente não racionalizadas, holísticas, talvez impossíveis de serem entendidas por quem não tenha passado pela experiência – e muitas mulheres não a terão por desconhecimento ou, muito pior, por serem impedidas em um processo que envolve trauma, controle e violência. Ricardo Gomes salienta:

Nós só vamos verdadeiramente humanizar o nascimento se oferecermos de volta para a mulher o pleno controle do seu destino e o pleno controle do seu parto. Os três pontos fundamentais que sustentam, portanto, a humanização do nascimento são: em primeiro lugar, o protagonismo restituído à mulher, que é fundamental. Em segundo lugar, uma visão integrativa e abrangente do fenômeno e não simplesmente do ponto de vista mecânico e fisiológico, mas abarcando também os aspectos psicológicos, afetivos, emocionais, espirituais, culturais e contextuais onde este parto está acontecendo. E o terceiro ponto fundamental é uma vinculação visceral com a medicina baseada em evidências.

## Considerações finais

Desde que comecei a me envolver com a vida acadêmica, ainda como bolsista de iniciação científica, sempre vivi o incômodo de me deparar com produções audiovisuais que privilegiam e reproduzem discursos hegemônicos, criam verdades estereotipadas, comumente voltadas para o consumo. Encontrar o documentário *O renascimento do parto* na TV foi importante para mim como mestrande e como gestante, identidades que hoje assumo na busca pela desconstrução de verdades, como forma de reconhecer e vivenciar uma pequena parte da multiplicidade pós-moderna.

Nota-se como o documentário aborda o aspecto sensível do parto humanizado, em contraponto à visão consumista e racionalista da cesárea. Um dos exemplos mais claro é encontrado na fala de Maria Esther Vilela, gestora do Ministério da Saúde:

A falta de sentido está completa no mundo, como se o mundo fosse consumir, consumir, consumir. [...] A gente faz muita festa para casamento que no ano seguinte já se desfez, gasta fortunas, se prepara anos para eventos tão plásticos, mas tão vazios, às vezes. E o parto e nascimento não precisa fazer nada por si só, ele nos coloca numa situação onde ali a gente se vê numa potência de ser humano, assim, que nos alimenta, que nos molda, que nos fortalece.

A desconstrução do modelo cesarista vigente hoje no Brasil passa pela demonstração de que os depoimentos sobre traumas em partos estão ligados à



violência de intervenções desnecessárias, não à dor do parto ou ao parto em si. Enquanto isso, o modelo humanizado é mostrado e descrito como um momento mágico, especial, pelo empoderamento feminino, pelo envolvimento total e pela construção do amor, tão necessário à humanidade, e sem o qual não há futuro. Assim, temos um documentário que luta contra uma verdade moderna e institucionalizada vigente, buscando alternativas pós-modernas, por meio do retorno ao “primitivo”, que garantam às pessoas o direito de escolha sobre seu corpo e sua vida.

## Referências

BALOGH, Giovanna. Justiça do RS manda grávida fazer cesariana contra sua vontade. In: *Folha de São Paulo*, São Paulo, 02 abr. 2014. Cotidiano. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/04/1434570-justica-do-rs-manda-gravida-fazer-cesariana-contra-sua-vontade.shtml>>. Acesso em 05 jan. 2015.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano 1: artes de fazer*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. 2v. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

FOUCAULT, Michel. *Em defesa da sociedade: curso no Collège de France*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MAFFESOLI, Michel. *Elogio da razão sensível*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. *Notas sobre a pós-modernidade: O lugar faz o elo*. Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2004.

*O Renascimento do Parto*. PAULA, Érica de; CHAUVET, Eduardo. Brasil: 2013. 90minutos. Outras informações em <<http://orenascimentodoparto.com.br/>> e <<https://www.facebook.com/orenascimentodoparto>>.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. *Declaração da OMS sobre taxas de cesáreas*. Suíça, 2015. Disponível em <[http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/161442/3/WHO\\_RHR\\_15.02\\_por.pdf?ua=1](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/161442/3/WHO_RHR_15.02_por.pdf?ua=1)>. Acesso em 26 mai. 2015.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio Guilherme. *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973. p.11-25.

## **Imagens fotográficas como ferramenta para investigar o cuidado em saúde: Pensando em políticas públicas<sup>1</sup>**

Arielly Fidelis<sup>2</sup>

Arlinda Moreno<sup>3</sup>

Carlos Estellita-Lins<sup>4</sup>

**Resumo:** Diante das diferentes concepções de cuidado cabe refletir acerca de sua influência nas práticas de saúde em todo o país. Cada local de atendimento adota atitudes próprias no cuidado, por vezes atendendo à diretrizes prescritas por organismos governamentais, as ultrapassando ou contradizendo. O trabalho ambiciona interpretar semiológica e tematicamente fotografias que guardem nexos reveladores do processo de cuidar. Buscou-se apresentar uma análise crítica comparativa de imagens fotográficas que retratam momentos assistenciais em saúde no contexto brasileiro. Este repertório iconográfico permitiu a visualização e a reflexão acerca de formas de concepção do cuidado.

**Palavras-chave:** Fotografia; cuidado; saúde mental; subjetividade; políticas públicas.

### **Introdução:**

Neste estudo são abordadas diferentes concepções de cuidado em saúde e os modos de exercer imbricados a cada uma delas. São apresentadas diretrizes para o chamado cuidado em saúde sob a ótica da Organização Mundial da Saúde e do Ministério da Saúde do Brasil, a partir do entendimento de que estas instâncias influenciam diretamente a organização das práticas em saúde e, também, orientam o fazer dos trabalhadores que atuam neste contexto. Ao discutirmos as concepções de

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda Arielly Cristina Fidelis | [arielly.psi@gmail.com](mailto:arielly.psi@gmail.com). Fundação Oswaldo Cruz, Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Programa de Pós-Graduação em Educação Profissional em Saúde, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

<sup>3</sup> Dr<sup>a</sup> Arlinda B. Moreno | [morenoar@fiocruz.br](mailto:morenoar@fiocruz.br). Fundação Oswaldo Cruz, Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca, Departamento de Epidemiologia e Métodos Quantitativos em Saúde, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

<sup>4</sup> Dr. Carlos Eduardo Freire Estellita-Lins | [cefestellita@gmail.com](mailto:cefestellita@gmail.com). Fundação Oswaldo Cruz, Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

cuidado e a forma como se apresentam nas políticas e publicações torna-se possível captar como se expressam no cotidiano dos dispositivos de saúde e na realização das ações. A partir disso é possível averiguar as consonâncias e divergências nos modos de compreender o cuidado e o seu exercício e, ainda, verificar a funcionalidade destas no contexto do SUS. Diante das diferentes concepções de cuidado cabe refletir acerca de suas influências nas práticas de saúde em todo o país. Cada local de atendimento adota atitudes próprias no (e para o) cuidado em saúde, por vezes, atendendo às diretrizes, ultrapassando-as e/ou contradizendo-as.

O estudo ambiciona interpretar semiológica e tematicamente fotografias que guardem nexos reveladores do processo de cuidar. E, por meio dessa estratégia metodológica, promover uma análise crítica comparativa de imagens fotográficas que retratam momentos assistenciais em saúde, na tentativa de buscar sentido para o cuidado em saúde.

### **Concepções de cuidado na saúde:**

Em uma publicação da Organização Mundial da Saúde (2008) destinada a discutir e orientar sobre a assistência em saúde no âmbito primário, o cuidado é apresentado como facilitador de uma integração segura, efetiva e socialmente produtiva das ações de promoção da saúde, de prevenção da doença, de cura e assistência de modo geral. Para que seja possível esta confluência são apontados como fatores importantes, a atuação dos profissionais no contexto em que tiverem inseridos e o desenvolvimento de ações de saúde e bem-estar que priorizam as pessoas e o território assistidos considerando os valores e capacidades previamente identificados. Segundo a OMS, colocar a pessoa como o centro do cuidado em saúde implica em investir em bons relacionamentos para que a assistência se torne mais efetiva, eficiente e equitativa e os serviços bem-sucedidos (OMS, 2008).

A Organização Mundial da Saúde (2008) aponta três premissas fundamentais para a prática do cuidado, a compreensão que remete ao conhecimento da equipe acerca das condições de saúde do local onde está inserida; a orientação que diz respeito a instrumentalizar as pessoas atendidas com informações acerca dos

tratamentos, garantindo desta forma a efetividade das ações e, a continuidade, que implica acompanhar os casos assistidos assegurando a eficácia do trabalho desenvolvido. Este esquema sugerido pela OMS baseia-se no interesse em levantar o perfil do território, agir efetivamente nas necessidades de saúde identificadas e assim, elevar os índices sociais e os ganhos em saúde.

É possível identificar elementos da conceituação de cuidado propugnada pela OMS, sendo esta perpassada por suas políticas e publicações. No cenário dessa organização internacional o cuidado é visto numa dimensão pragmática, onde as ações resolutivas ganham maior expressão quando direcionadas exatamente para as necessidades pressupostamente apresentadas pelas pessoas assistidas. A influência do modelo biomédico é claramente exposta quando é enfatizada a provisão de informações sobre o tratamento para alcançar a efetividade, e também quando o acompanhamento das pessoas torna-se uma estratégia de garantia de eficácia das ações prescritas. O conceito de saúde como ausência de doença parece estar nas entrelinhas destas premissas do cuidado. Colocar a pessoa como centro, como é enfatizado no documento, é na verdade torná-la alvo de procedimentos eficazes contra as doenças que mais incidem no contexto onde ela se encontra e investir em “bom relacionamento”. Tal posicionamento, nada mais parece do que uma estratégia de convencimento para a utilização de práticas e medidas consideradas adequadas para a condição sociopolítica em que se apresenta. Nota-se, portanto, um cuidado distante das pessoas.

No contexto nacional, o Ministério da Saúde é principal articulador do setor e difusor de orientações através das políticas e programas – vale lembrar que, em boa medida, influenciado pelas inflexões dos organismos internacionais como a OMS.

Utilizou-se como elemento de cotejamento entre o cuidado pragmático e o intersubjetivo, dentre algumas possíveis escolhas, a Política Nacional de Humanização (PNH), criada em 2003 visando aplicar diretrizes à rede do Sistema Único de Saúde (SUS), de modo que as diferentes políticas existentes, assim como aquelas criadas posteriormente tivessem-na como base. Humanizar os atos em saúde,

de acordo com o Ministério da Saúde, significa oferecer atendimento de qualidade unindo avanços tecnológicos com o acolhimento, articulando melhorias dos espaços de cuidado com as condições adequadas de trabalho para os profissionais. Significa, também, abandonar a concepção verticalizada que enfatiza a operacionalização de normas, por vezes descontextualizadas e dispersivas em favor de índices a serem cumpridos independentes da resolutividade e qualidade (BRASIL, 2004).

A PNH aponta para a valorização do usuário (denominação do SUS a pessoa que necessita acorrer aos serviços de saúde), em seus aspectos subjetivo e social e também para a promoção de integração e de co-responsabilização de profissionais e gestores na produção da saúde. Nesta política, são elencadas como prioridades: reduzir o tempo de espera por um serviço por meio de um atendimento acolhedor e resolutivo; fazer com que todo o usuário conheça seus cuidadores e que estes forneçam-lhes informações e façam valer os seus direitos no SUS; e estimular a participação dos profissionais e da comunidade (BRASIL, 2004). Em meio aos objetivos de melhorias no atendimento e assistência à saúde dos brasileiros, a política de humanização incentiva a criação de vínculo entre os profissionais e usuários como padrão na atenção à saúde em todas as esferas do SUS. No âmbito da atenção básica, por exemplo, entre os princípios e diretrizes presentes na Política Nacional de Atenção Básica (PNAB) está previsto o desenvolvimento de uma relação de vínculo entre os profissionais de saúde e as pessoas atendidas no território, a fim de garantir as ações de saúde e o alcance do cuidado à comunidade (BRASIL, 2012).

É apresentada na PNH a oposição à mecanização e padronização dos atos em saúde. No corpo teórico da política é explicitamente ressaltada a necessidade de valorizar os aspectos subjetivos presentes na atenção à saúde da população. Porém, as mudanças sugeridas e as prioridades elencadas parecem apontar somente para alterações, sobretudo, de cunho pragmático, voltadas para a estrutura dos dispositivos e para a operacionalização dos serviços. Constata-se, a partir disso, uma compreensão de cuidado por parte do MS como condições estruturais e organizativas que permitem a realização dos procedimentos adequados, referidos como espaços de cuidado,



conforme a necessidade de saúde apresentada. Implica numa operacionalização de serviços e práticas, cujos os operadores são chamados de cuidadores.

As publicações mencionadas representam instâncias que exercem grandes influencias no dia-a-dia dos dispositivos de atenção à saúde e também no exercício profissional dos trabalhadores da saúde, uma vez que recebem orientações advindas diretamente dessas instituições. Nelas, o sentido do cuidado é atravessado por valores como aqueles inerentes à efetividade e à eficiência das ações, com resultados que remetem à erradicação de uma determinada doença ou agravo de saúde e não à valorização da saúde da pessoa. Apresenta uma lógica detentora do saber uma vez que orienta os profissionais a levantarem as necessidades e promoverem ações resolutivas, sem participação alguma da pessoa ou da comunidade assistida no processo. O cuidado ainda é entendido como condições adequadas das instalações dos dispositivos e agilidade dos serviços. Nenhum dos fatores mencionados merece ser descartado, é reconhecida a importância de cada um para o funcionamento de um sistema de saúde, porém, o que pretende-se enfatizar é a insuficiência destes fatores quando se trata do cuidado à saúde.

Este estudo adota uma concepção de cuidado ampliada, voltada para as trocas intersubjetivas intrínsecas ao processo. O cuidado é entendido como um potencial reconciliador entre as práticas assistenciais e a vida, que não se restringe apenas a controlar, tratar ou curar. O processo de cuidado comporta procedimentos técnicos e operacionais, porém não se reduz a eles (AYRES, 2009a).

No momento do encontro, o usuário e profissional chegam de modo diverso, o profissional comparece com seus saberes especializados sobre o problema a ser solucionado, enquanto o usuário apresenta o conhecimento produzido com a experiência que o mobilizou a procurar assistência. Os saberes trazidos pelo usuário, apesar de não serem especializados como os dos profissionais, são legitimados pela vivência real daquilo que é o principal motivo do encontro: sua fragilidade. Os dois tipos de saberes devem ser reconhecidos no momento assistencial. No cuidado à saúde o usuário possui uma função ativa, ou seja, compartilha com o profissional as influências que afetam diretamente o exercício do cuidado (AYRES, 2009a).

Outro aspecto importante é que esta noção ampliada de cuidado valoriza o resgate de procedimentos essenciais à prática de atenção à saúde: a escuta, o acolhimento, o olhar e o tocar. Em meio à prática em saúde com tecnologias diagnósticas, terapêuticas e prognósticas, o relato tem de recuperar sua centralidade. Afinal, é na narrativa que estão presentes os elementos principais para a construção do enredo que atribui sentido e tornam compreensíveis os padecimentos e carecimentos de cuidado (AYRES, 2009b).

O cuidado implica também em se encontrar com aquilo que não é dito, mas que se expressa por meio do comportamento, do olhar, da postura corporal, do ritmo da respiração, entre outras formas expressivas que podem ser identificadas a partir de um olhar atento do profissional. E ainda, a importância do toque que transcende a mera apalpação com a finalidade de obter informações fisiológicas, mas com o entendimento de que o adoecer é uma experiência profundamente atrelada ao corpo. “Não basta apenas escutar, ver e tocar mais. Na verdade, quando tomamos essa atitude já estamos fazendo diferente: a quantidade muda a qualidade. Mas é preciso ser ainda mais radical quando se almeja o cuidado.” (AYRES, 2009b p. 18).

O contexto e as condições em que são desenvolvidos os encontros entre profissionais e usuário, a formulação das políticas e modelos de atenção e os encontros interpessoais que acontecem nos espaços de assistência, influenciam a expressão das subjetividades. Por isso, o vínculo deve ser entendido não como uma escolha individual dos profissionais ou dos indivíduos que fazem uso dos dispositivos, mas como a construção de oportunidades para possibilitar encontros intersubjetivos mais ricos, potentes e sensíveis, produtores de autonomias e compartilhamentos (AYRES, 2009b).

O sentido do cuidado que tem fundamentado as práticas de atenção à saúde pode ser identificado a partir do modo como são conduzidos os encontros e as ações. As imagens fotográficas emergem como ferramenta de investigação, considerando que a imagem é uma produção cultural uma vez que pode transmitir informação acerca de situações sociais complexas, sendo dotada de eficácia simbólica (DAVALLON, 1999).

### **Caminhos Metodológicos:**

Foram analisadas imagens publicadas pelo Ministério da Saúde nas cartilhas Memórias da Saúde da Família no Brasil (2010) e Saúde da Família: um retrato (2009), imagens produzidas pelo fotógrafo André François em seu trabalho de documentação de práticas em saúde em diferentes regiões do Brasil – disponibilizadas na web, e ainda, imagens fotográficas de uma coletânea chamada Clinic publicada na França contendo trabalhos de diferentes artistas sobre equipamentos coletivos de saúde.

Este repertório iconográfico permitiu visualizar e refletir sobre as diferentes formas de concepção de cuidado. Optou-se por realizar uma interpretação semiológica e temática das fotografias. A semiologia é uma abordagem teórica que investiga as significações e fundamenta-se na correlação entre significante e significado que forma o signo, “total associativo dos dois primeiros termos”. O signo é o sentido. O sentido, por sua vez, possui um caráter polissêmico. (BARTHES, 2009 p.203).

### **Análise das imagens**

#### ***Fotografias do Ministério da saúde***

São apresentadas duas imagens, retiradas das cartilhas mencionadas anteriormente. Na imagem 1 estão presentes duas mulheres sentadas em torno de uma mesa. Uma encontra-se na parte de trás, vestida com um jaleco branco no qual se identifica o logotipo do Programa Saúde da Família e de outras instituições. Denota-se que esta mulher seja uma profissional da saúde. Sentada de lado junto à parte da frente da mesa, encontra-se outra mulher, vestida de modo casual que segura em seu colo um objeto que parece uma bolsa, considera-se que esta seja uma usuária do SUS. A mulher que veste o jaleco branco, ou seja, a profissional de saúde tem em suas mãos algumas folhas de papel pertencentes a uma pasta, também presente na imagem. Na mesa onde se encontram, divisa-se um porta-canetas, um teclado de computador e algumas folhas de papel. O cenário é composto por uma pia com alguns frascos

dispostos sobre ela e por uma maca que estão ao fundo. O ambiente é de cor branca e aparenta bom estado de conservação. Entende-se que se trata de um momento assistencial, de atendimento da profissional à mulher à sua frente. As folhas em suas mãos denotam a avaliação de exames ou de um prontuário. Ambas sorriem em direção à câmera que registrou a cena – cena esta que se mostra agradável. Chama atenção o ambiente organizado e bem apresentável, porém, não é percebida uma interação entre profissional e usuária, inclusive o fato da usuária não estar de frente para a profissional é um aspecto que ganha destaque na cena. Pode-se conjecturar que a relação estabelecida entre as mulheres da cena não tenha transcendido a tradicional relação médico-paciente pautada no conhecimento científico e na assimetria em torno dos resultados dos exames apresentados.

Na imagem 2 vê-se duas mulheres em pé conversando no meio de uma rua, enquanto um homem de bicicleta parece estar em movimento e seguir em frente. Uma delas veste um colete com o logotipo do Programa Saúde da Família nas costas, aparentando ser uma Agente Comunitária de Saúde. A outra mulher está em um vestido casual e encontra-se com o abdômen estendido e com a mão na cintura, como uma grávida; está com os olhos direcionados para o rosto da suposta ACS, como quem presta atenção no que está sendo dito. O cenário é composto por construções de tijolos aparentes, calçada com alguns lixos e mato. Desta cena entende-se que a profissional da saúde está transmitindo alguma informação à gestante.

Estas duas imagens chamam a atenção por sua relação e diálogo com aspectos da PNH. Como foi pontuado anteriormente, o cuidado nesta política expressa-se pelas boas condições estruturais e capacidade dos dispositivos em organizar as atividades, como a redução de fila de espera. Na primeira imagem, destaca-se a sala onde ocorre a cena, bem como os equipamentos disponíveis e capazes de prover condições agradáveis para os procedimentos que por ventura precisariam ser realizados. Não há objeções quanto a importância destes aspectos estruturais na atenção à saúde e no processo de cuidado, e ainda, que demonstram, um avanço para o SUS e uma conquista da população quanto a sua assistência. Porém, estes não podem ser colocados como fatores primordiais para exercer o cuidar, pois isto está para além do

mero funcionamento e operacionalização de serviços no interior dos dispositivos, implica em uma relação entre profissional e usuário assimétrica, intersubjetiva. Na imagem, apesar das boas condições estruturais, não é observado um encontro intersubjetivo entre as pessoas presentes na cena.

A segunda imagem apresenta um encontro entre profissional da saúde e usuária que ocorre fora do referido pela PNH, espaço de cuidado. Elas estão na rua, onde, teoricamente, não haveria condições de prover nenhum procedimento clínico. A política de humanização parece não considerar este lugar como um espaço de cuidado. Todavia, esta conversa que ocorreu em uma das ruas do bairro pode ter feito com que a usuária se sentisse num encontro de cuidado, compreendida quanto as suas necessidades, que poderiam ser além do fato de estar gestante. Nessa conversa, pode ter sido considerada a história desta usuária, seu contexto familiar, as condições em



que vive e também as necessidades clínicas do momento em que está vivendo. E ali, fora do dispositivo, sem utensílios e aparatos clínicos o cuidado pode ter sido gerado. A PNH parece não dar conta da dimensão intersubjetiva do cuidado.



Foto: Ministério da Saúde, 2010.

### *Fotografias da coletânea francesa Clinic*

Percebeu-se nas fotografias da coletânea francesa uma ênfase no ambiente clínico, na figura do profissional da saúde e, sobretudo, nos equipamentos tecnológicos que auxiliam na manutenção da vida. Para a presente discussão, foram selecionadas duas imagens. Primeira é a fotografia de um recém-nascido em uma incubadora. Observa-se na cena um bebê deitado sobre panos brancos dentro da incubadora que tem forma de uma caixa transparente ligada a alguns fios. O ambiente onde se encontra a incubadora parece escuro, esta permanece iluminada pelas lâmpadas brancas próximas à caixa, que deve servir também para o aquecimento. A caixa transparente possui quatro aberturas que servem para possibilitar o manuseio do bebê no interior da mesma. A segunda fotografia selecionada é a de uma mulher



sentada em um banco redondo de madeira sem roupas na parte de cima do corpo. Junto a ela encontra-se uma máquina que parece realizar um tipo de exame no ombro da mulher.

Em ambas as cenas não há presença de profissionais, inclusive tanto o bebê quanto a mulher parecem estar sozinhos no ambiente, salvo a presença daquele que registrou a imagem. Os equipamentos parecem comandar as situações de saúde retratadas, o bebê



vive graças ao funcionamento da máquina e a mulher consegue subsídio sobre o que ocorre com o seu ombro através do resultado que a máquina mostrará. O avanço tecnológico colocou os equipamentos no lugar de grandes aliados da manutenção da vida, são capazes de auxiliar no diagnóstico, nos tratamentos e no prognóstico. Com esta realidade houve não só uma mudança no modo de exercer a assistência em saúde, como também no de conceber a

atenção à saúde por parte dos profissionais e das pessoas assistidas. Os recursos, os procedimentos, os aparelhos, o conhecimento científico ganharam espaço na assistência à saúde, ocupando muitas vezes um lugar primordial em detrimento de medidas voltadas com e para a pessoa.

Figura 1: Encubadora. Fonte: FAUCHEUX, Rémi (org). *Clinic: Une exploration de l'univers médical à travers la photographie contemporaine*. França: Images En Manoeuvres Éditions, s/d.

Figura 2: Exame em mulher.

FAUCHEUX, Rémi (org). *Clinic: Une exploration de l'univers médical à travers la photographie contemporaine*. França: Images En Manoeuvres Éditions, s/d.

### ***Fotografias do fotógrafo André François***

As fotografias integram um livro chamado Cuidar produzido pelo fotógrafo André François como resultado de diferentes expedições pelo território brasileiro acompanhando as práticas de saúde. As imagens conseguem mostrar as relações desenvolvidas em torno da atenção à saúde. São retratados encontros entre profissionais e usuários onde são valorizados os seus espaços, suas histórias, suas características culturais. A relação intersubjetiva e as trocas que ocorrem em seu interior apresentam-se como principal recurso para a condução do cuidado. Nas imagens é possível captar olhares, toques e momentos de interação que transcendem a manipulação de um organismo doente, que alcançam as pessoas presentes na cena.

Uma das imagens escolhidas para esta discussão é a de um bebê na incubadora, condição semelhante a que foi apresentada acima. A imagem mostra um recém-nascido deitado em uma mini rede instalada no interior da incubadora. O bebê está deitado numa posição que parece confortável a ele. Em uma das janelas da incubadora encontra-se uma mão sem luvas, da qual a criança segura o dedo. Existem alguns aspectos interessantes nessa imagem, a presença de uma rede dentro da incubadora para que a criança repouse e a presença do toque, da transmissão do calor humano. A outra imagem é a de um homem vestido com um jaleco branco e com um estetoscópio em volta do pescoço e de uma mulher idosa. A cena remete a uma visita domiciliar. O homem parece ser um profissional de saúde e a mulher a pessoa assistida. A porta onde eles estão dá acesso ao interior da casa. Na imagem é possível identificar alguns móveis. A imagem retrata a mão do profissional posicionada no ombro da senhora. Este toque não parece estar atrelado a algum tipo de exame ou outro procedimento clínico. O profissional está com os olhos direcionados para a

idosa, parece atento ao que está sendo expressado naquele momento. O toque no ombro parece se dar em torno de algo que está sendo dito, como um apoio, como um significado de presença do profissional diante da situação narrada.



Foto: André François/ImageMagica

Foto: André François/ImageMagica

## Considerações Finais:

Neste estudo evidenciou-se a contribuição da imagem fotográfica como recurso possível para discussão de questões pertinentes ao cuidado à saúde. Foi possível ter acesso a diferentes situações assistenciais que se fazem presentes



cotidianamente nas práticas de saúde e que sofrem influências diretas do modo como o cuidado é compreendido.

As imagens publicadas pelo Ministério da Saúde possibilitam uma discussão acerca dos espaços onde o cuidado acontece e as condições ditas adequadas para isso. Vimos que apenas as condições estruturais e organizativas não



são suficientes para que seja exercida uma atenção cuidadora, a despeito de ser um fator importante para possibilitar um espaço no qual corram trocas intersubjetivas na díade profissional-usuário. A PNH demonstrou-se limitada quanto a capacidade de alcançar a dimensão relacional do cuidado, a medida que prioriza as condições de operacionalização das ações em saúde, aspecto este importante, mas não suficiente.

As imagens apresentadas da coletânea francesa apresentaram o paradoxo contemporâneo das políticas em saúde que dizem buscar a centralidade das ações nos usuários, ao mesmo tempo em que investem cada vez mais em tecnologias avançadas e valorizam o conhecimento científico como única verdade sobre as condições de saúde. Não que exista oposição ao uso dos equipamentos, mas cabe uma reflexão acerca da necessidade de retorno aos aspectos essenciais da prática do cuidado à saúde: o olhar, a escuta atenta e o toque do profissional. As imagens francesas poderiam ser relacionadas com o que foi discutido acerca das diretrizes da OMS, onde a efetividade e a eficiência das ações em saúde são compreendidas como sinônimo de cuidado e os profissionais, que são os detentores do saber, precisam estar atentos a estas condições para aplicarem as medidas mais adequadas conforme as necessidades apresentadas.

As imagens capturadas pelo fotógrafo André François expressam de forma mais enriquecedora o acontecimento do cuidado, onde os equipamentos funcionam como favorecedores, como um meio de alcance das necessidades apresentadas pelas pessoas. Os momentos assistenciais retratados pelo fotógrafo mostram a valorização daquele que está sendo assistido; os profissionais atuam para além das técnicas e procedimentos clínicos e se mostram presentes numa dimensão intersubjetiva. As imagens do fotógrafo retratam a expressão do cuidado como Ayres (2009 p.42) coloca:

uma compreensão filosófica e uma atitude prática frente ao sentido que as ações de saúde adquirem nas diversas situações em que se reclama uma ação terapêutica, isto é, uma interação entre dois ou mais sujeitos visando o alívio de um sofrimento ou o alcance de um bem estar, sempre mediada por saberes especificamente voltados para esta finalidade.



Propositadamente foram escolhidas duas imagens de recém-nascidos na incubadora. É curiosa a comparação entre as duas fotografias. Na primeira, que pertence à coletânea francesa, a imagem chama a atenção para o equipamento, para a tecnologia que possibilita a manutenção da vida da criança fora do útero da mãe, quando ela ainda precisa de atenção especial. A incubadora pode ser vista na imagem em seus minuciosos detalhes, como um equipamento digno de admiração. O bebê pouco aparece, está presente na cena como um objeto de intervenção do aparato tecnológico. A imagem remete ao tratamento adequado para a fragilidade apresentada pela criança. Na outra imagem, a do fotógrafo André François, vê-se também um recém-nascido com necessidades de atenção em saúde específicas, pois precisa estar na incubadora. Mas o que se destaca na imagem não é a caixa transparente que mantém a vida. O que está em evidência na cena é a criança sendo considerada para além de suas fragilidades de saúde. A presença da rede dentro da incubadora denota a valorização dos aspectos culturais onde possivelmente a rede possui uma significação de conforto e aconchego. A posição em que se encontra a criança denota que lhe foi ofertada uma maneira de sentir-se menos desconfortável, tendo em vista que ela não se encontra numa posição tradicional de um bebê acamado. E a mão que ali aparece demonstra o reconhecimento da dimensão afetiva e emocional como um dos aspectos da constituição da pessoa e, portanto, importante para a recuperação da saúde. A cena capturada parece expressar o acontecimento do cuidado.

**Referências:**

AYRES, José Ricardo de Carvalho Mesquita. *Cuidado: trabalho e interação nas práticas de saúde*. Rio de Janeiro: CEPESC: UERJ/IMS: ABRASCO, 2009a.

\_\_\_\_\_. Organização das ações de atenção à saúde: modelos e práticas. *Saúde e Sociedade*, v. 18, n. 2, 2009b. Disponível em: <  
[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-12902009000600003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902009000600003)  
> Acesso em: 13 ago 2015.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Difel, 2009.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria Executiva. Núcleo Técnico da Política Nacional de Humanização. *HumanizaSUS: política nacional de humanização: a*

humanização como eixo norteador das práticas de atenção e gestão em todas as instâncias do SUS. Brasília: 2004.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. *Saúde da família: um retrato*. Brasília: Ministério da Saúde, 2009.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. *Memórias da saúde da família no Brasil*. Brasília: Ministério da Saúde, 2010.

DAVALLON, Jean. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, Pierre, et al. *Papel da memória*. Campinas: Pontes, 1999.

FAUCHEUX, Rémi (org). *Clinic: Une exploration de l'univers médical à travers la photographie contemporaine*. França: Images En Manoeuvres Éditions, s/d.

IMAGEMAGICA. *Cuidar*. Disponível em: <http://www.imagemagica.org.br/cuidar/>. Acesso em: 14 ago. 2015.

IMAGEMAGICA. *Cuidar*: um documentário sobre a medicina humanizada no Brasil. Disponível em: <http://www.imagemagica.org.br/portal/index.php/trabalhos-e-projetos/cuidar/> . Acesso em: 14 ago.2015

Organização Mundial da Saúde. *Cuidados de saúde primários: agora mais que nunca*. Alto Comissário da saúde, 2008.

## **Corpo-método:**

### **Estratégias para a produção de um saber incorporado<sup>1</sup>**

Camila Mozzini<sup>2</sup>

#### **Resumo**

O presente resumo toma as condições de produção do saber e suas implicações metodológicas enquanto problema a partir da questão: como criar métodos de escrita, de ensino, de relação e de comunicação que posicionem o corpo enquanto forma de conhecimento? Método aqui pensado a partir de Descartes (1979), Sousa Santos (1995), Feyerabend (2007), Kuhn (1989), Morin (2005) e Foucault (2008; 2010a; 2010b; 2011). Corpo-método: se cognição implica a compreensão das formas como o pensamento opera para conhecer a si próprio, ao outro e ao entorno (MATURANA e VARELA, 1995), pensar não é uma faculdade abstrata da mente. Assim, este estudo objetiva um abrir espaço a um método que parta da experiência, uma experiência que se dê no corpo, e um corpo que floresça enquanto forma de saber.

#### **Palavras-chave**

Ciência; Método; Cognição; Corpo.

Qual seria o momento trágico em que, com um gesto, o humano vislumbrou a si mesmo como uma diferença? O primeiro couro de animal que se converteu em abrigo para a pele? A primeira pedra lascada? Não mais uma árvore, um animal, um punhado de areia, um sopro de vento... mas um humano. Um ser capaz de manipular a natureza e o seu entorno através gestos. Um ser com a habilidade de conjecturar o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação (UERJ), mestra em Psicologia Social e Institucional (UFRGS) e graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo (UFRGS). Pesquisa as interfaces entre corpo, arte e tecnologia. E-mail: [camila.mozzini@gmail.com](mailto:camila.mozzini@gmail.com).

presente e modificar o real. Provar o fruto proibido da árvore do conhecimento acabou por findar o Éden, o paraíso, a magia de ser uno e interconectado com o universo. É somente a partir desta separação fundante que o “humano” surgiu enquanto categoria de pensamento. É somente nesta condição cindida que o conhecer se tornou possível. Conhecer que, nos infinitos ires e devires da história, legitimou-se através de uma palavra chamada “ciência”. Produzir ciência implica em, a todo momento, tomar o mundo como um conceito passível de abstração e, portanto, de manipulação. Para tal, faz-se necessário um método.

O instante em que Descartes (1979) lança o *Discurso sobre o método* marca, não enquanto origem, mas sim como uma ruptura histórica, a emergência da questão metodológica como uma questão problemática às chamadas “ciências das humanidades”. Insatisfeito com a falta de fundamentação racional da área das humanas e com a não aplicação do conhecimento matemático a problemas da vida, ele buscou a verdade dos conceitos por meio de demonstrações físicas e matemáticas – consideradas por ele como as únicas indubitáveis. Atualizando o ideal Pitagórico de submeter o universo aos números, Descartes postulou como preceito metodológico que só o que for evidente pode ser considerado verdadeiro. Nesse sentido, o filósofo procurou a todo custo ultrapassar qualquer incerteza, propondo a dúvida hiperbólica como método para se chegar à claridade da razão. Frente à hipótese de sermos enganados por um *gênio maligno* que conduz ao erro e a não objetividade do mundo físico, Descartes propôs a existência de um *bom Deus* que, sendo bom, a imagem que o homem faz do mundo exterior não é uma invenção de sua mente. Se Deus existe como garantia da objetividade, é efetiva a certeza de que o mundo físico é real. Assim, o pensamento oferece ao espírito, através da dúvida metódica, um conjunto de regras para se chegar ao conhecimento verdadeiro tendo em vista que o conhecimento sensível é causador de erro, e a verdade é atingida através do intelecto. Através de um processo dedutivo, é o cogito que garante “a existência da ‘coisa que pensa’: a alma” (REGIS e MESSIAS, 2012, p. 34).

Nesse sentido, a partir do século XVII, a ciência foi o palco em que a cosmovisão cartesiana deu seus maiores passos. Desde a era Moderna, a atividade

científica se distanciou dos discursos estéticos, religiosos e do senso comum, fazendo com que o conhecimento científico se tornasse um discurso anormal, ou seja, que não dialoga com os discursos normais que circulam na sociedade e dão sentido às práticas individuais na cotidianidade (SANTOS, 1995). A reflexão sobre os fundamentos, a validade e os limites do conhecimento científico se tornou um dos ramos fundamentais da filosofia do século XVII e, assim, ciência e filosofia, ironicamente, constituíram-se como campos de saberes separados.

Estudioso da História da Ciência e criador do conceito de paradigma em ciência, Kuhn (1989) considera por paradigma as realizações científicas universalmente reconhecidas que, durante algum tempo, fornecem tanto problemas quanto soluções modelares para uma comunidade de praticantes científicos. Desta forma, o autor propõe o conceito de ciência normal, entendido como a pesquisa firmemente baseada em uma ou mais realizações científicas que são reconhecidas em algum período por uma comunidade específica de cientistas, proporcionando os fundamentos para sua prática posterior. Essa forma de pesquisa se conforma “como uma tentativa vigorosa e devotada de forçar a natureza a esquemas conceituais fornecidos pela educação profissional” (KUHN, 1989, p. 24) que frequentemente suprimem novidades fundamentais na medida em que estas subvertem os compromissos básicos assumidos com a ciência normal. Assim, as áreas de conhecimento investigadas se tornam restritas e direcionam a visão do cientista pois, ao concentrar uma faixa de atenção a determinados problemas, o paradigma força os cientistas a pesquisar alguma parcela da natureza com profundidade e detalhamento.

Nesse sentido, Santos (1995) aponta que existem dois tipos de crise em ciência: a primeira diz respeito às crises de crescimento, que demonstram uma insatisfação com os métodos e conceitos basilares de certa disciplina frente à existência de alternativas viáveis; já a segunda são as crises de degenerescência, que atravessam todas as disciplinas, ainda que não uniformemente, colocando em xeque a própria epistemologia e forma de inteligibilidade do real que um paradigma proporciona, e não somente os instrumentos metodológicos ou conceituais deste. Ele



assinala que o apogeu da dogmatização da ciência significou também o começo de seu declínio que, conseqüentemente, iniciou um movimento de desdogmatização.

Partindo da perspectiva de dupla ruptura epistemológica na ciência, Santos (1995) considera que, enquanto a primeira ruptura diz respeito às perguntas ‘como se faz ciência?’ e ‘para que se quer o senso comum?’, a segunda propõe a pergunta ‘para que se quer a ciência?’. Nesse sentido, a ruptura inicial transforma o conhecimento científico e o senso comum em vetores que apontam em direções opostas, desenvolvendo com afincos métodos e princípios de validade que fossem ao encontro da concepção cartesiana e da crença da objetividade científica. Contudo, a segunda ruptura trouxe a ideia de que o conhecimento científico deve se tornar um senso comum transformado, pois “se as duas formas de conhecimento fossem totalmente distintas, a ciência não podia aspirar transformar-se em senso comum; se fossem idênticas, não podia pretender transformar o senso comum” (SANTOS, 1995, p. 50).

É deste imbróglio filosófico-matemático que até hoje se acirraram as disputas entre ciências exatas e ciências humanas: de que modo provar matematicamente com variáveis que não são mensuráveis? Como produzir evidências claras e distintas a partir de saberes subjetivos? E tais disputas não deixaram de produzir efeitos ao presente: não raro, método *bom* é aquele capaz de provar a realidade do que se quer provar de forma isenta e impessoal, sem a tão cartesianamente amaldiçoada ‘distração dos sentidos’. Para Feyerabend (2007), a ideia de um método composto por princípios firmes, imutáveis e obrigatórios para conduzir a pesquisa científica é um tanto complicada quando confrontamos com a pesquisa histórica. Isto porque não há uma única regra, ainda que plausível e solidamente amparada epistemologicamente, que em algum momento não seja violada: “fica evidente que tais violações não são eventos acidentais, não são o resultado de conhecimento insuficiente ou de desatenção que poderia ser evitada. Pelo contrário, vemos que são necessárias para o progresso” (FEYERABEND, 2007, p. 37).

Propor o cientista como um ser sem intuições, teimosias, irracionalidades, a-racionalidades e capaz de ser imparcial é uma forma um tanto ingênua de entender o humano e suas circunstâncias sociais. A própria substituição da teoria geocêntrica, de

Ptolomeu, apoiada e defendida mais tarde pela Igreja Católica, pela heliocêntrica, de Copérnico, foi desenvolvida por Galileu contando não só com argumentos, mas também com ferramentas propaganda, intuição e truques psicológicos pois, de início, o telescópio utilizado por Galileu era um instrumento de baixíssima confiabilidade (FEYERABEND, 2007). Sob esta óptica, o desenvolvimento da ciência não se identifica com uma trajetória racional, mas sim corresponde a um “processo instável de desracionalizações e re-racionalizações, constituindo as aventuras da racionalidade nas terras desconhecidas e obscuras do real” (MORIN, 2003, p. 165).

Isto porque o saber, como bem se debruçou Michel Foucault (2010a; 2010b) ao longo de sua extensa obra e vida, não apenas *diz sobre* determinado tema mas, sobretudo, *produz* o real tal como ele se atualiza no presente: só houve manicômios porque se formulou a categoria do louco como um anormal; só existem plataformas de mensuração da produtividade acadêmica porque predomina uma concepção objetiva de método enquanto verdade. Se na chamada “ciência”, o método é correntemente entendido enquanto algo que se *aplica* a um certo corpo empírico com o intuito de, dali, obter conclusões analíticas, um outro percurso pode entendê-lo não como uma série de etapas rígidas, mas sim enquanto um processo, uma caminhada que não tem um caminho pré-definido visto que se faz no próprio ato de caminhar (MORIN, 2005). Como propõe o método cartográfico, “o desafio é o de realizar uma reversão do sentido tradicional de método – não mais um caminhar para alcançar metas pré-fixadas (*metá-hodos*), mas o primado do caminhar que traça, no percurso, suas metas” (PASSOS & BARROS, 2010, p. 17).

Não basta compreender, é preciso experienciar o caminho. E experienciar é, necessariamente, algo que parte do corpo, do toque das palmas dos pés no chão, do encontro dos poros com o ar, das imagens produzidas no aparato visual, do sabor que sinestesia o gosto, do som que atravessa a matéria e faz vibrar. O corpo que se faz método, corpo-método que se produz enquanto forma de conhecimento. Contudo, que corpo seria esse? Antes de respostas, talvez seja mais interessante lançar novas perguntas: como um corpo passa a ser um corpo belo? Como um amontoado de carne, ossos, músculos, órgãos, tecidos e células com funções específicas se transmuta em

um potente canal de atração física, em um local de culto estético? É em situações de desfalecimento, por exemplo, que um corpo sedutor e seduzido, adornado e cuidado, lembra que antes de ser um corpo belo é um corpo funcional, exposto em sua vil existência, perscrutado em sua banalidade fisiológica. Neste instante é possível ver com clareza a não naturalidade das formas como são constituídos nossos corpos hoje. O corpo emerge, então, enquanto “superfície de inscrição dos acontecimentos” (FOUCAULT, 2011, p. 22) que não deixa de escapar aos caprichos da história: “ele é formado por uma série de regimes que o constroem; ele é destroçado por ritmos de trabalho, repouso e festa; ele é intoxicado por venenos – alimentos ou valores, hábitos alimentares e leis morais simultaneamente; ele cria resistências” (p. 27). Assim, estamos diante de um corpo historicamente marcado, mas que nem por isso deixa de produzir e deixar suas marcas, um corpo que ao mesmo tempo em que se vê encurralado a seguir certas diretrizes sociais, cria brechas e rotas de fugas para a produção de caminhos outros imprevisíveis.

Tomar o corpo enquanto uma forma de produção de conhecimento traz algumas implicações. O olhar não apenas enxerga, o tato não apenas toca, o paladar não apenas saboreia, o olfato não apenas cheira, a audição não apenas ouve. Os sentidos colapsam modos representativos de conhecimento e instauram outras formas de lidar com a matéria sensível e com processo do conhecer, ou seja, com o que se entende por cognição. Aqui, cognição se afasta de teorias computacionais da mente, que entendem o processo cognitivo enquanto “manipulação de informações e representações simbólicas segundo regras da lógica formal” (REGIS e MESSIAS, 2012, p. 39) restritas ao âmbito mental/psíquico, como bem protagoniza a corrente chamada “cognitivista”. Se cognição implica na compreensão das formas como o pensamento opera para conhecer a si próprio, ao outro e ao entorno, é importante destacar que o ato de pensar não é uma faculdade abstrata da mente. Pensar está no corpo como um todo – e nas relações que este cria com aquilo que o afeta. Assim, conhecer, isto é, operar cognitivamente, é um procedimento irreduzível a processos representacionais. A linguagem, nesta perspectiva, deixa de ser uma mediadora neutra que fala *sobre* as coisas visto que atua como uma força política capaz de *produzir*

realidade e *efeitos no mundo*: “ao invés de descrever o plano dos fatos, a linguagem, em continuidade com ele, passa também a construí-lo” (TEDESCO, 2008, p. 119).

O ato de comunicar não se traduz por uma transferência de informação do remetente ao destinatário, mas sim pela modelagem mútua de um mundo comum por meio de uma ação conjugada: é a nossa realização social através do ato da linguagem que dá vida ao nosso mundo (VARELA, s/d, p. 91).

Desse modo, ao descrever o mundo, simultaneamente o criamos tal como o descrevemos – por isso não surpreende a relação entre ficção e realidade, entre imaginação e produção de materialidade. Julio Vernes que o diga: ao criar a imagem de um aparato capaz de voar e dar a volta ao mundo, ele não apenas materializou uma nova imagem ao mundo, mas produziu-a como um vetor de produção de realidade. A grande questão passa a ser, então, a questão da representação. Se não há um mundo dado previamente às relações entre sistema, indivíduo e ambiente, cai por terra o entendimento de que o conhecimento se daria no momento em que descobríssemos uma forma adequada de reter e interpretar a realidade que se coloca, soberana, adiante. O ato de conhecer cada vez mais se distancia ao tratamento de informação. Isto porque, ao contrário de uma ordem intrínseca, já constituída *a priori*, a informação surge enquanto “uma ordem que emerge das próprias atividades cognitivas” (VARELA, s/d, p. 11). Se não há um mundo exterior predeterminado a ser desvelado, então o que haveria? Como podemos conhecer se não há nenhuma garantia exterior de que o que se apresenta como real existe? Voltaríamos à questão cartesiana do gênio maligno que a todo momento engana os precários sentidos humanos e que busca na existência de um bom Deus a segurança da objetividade? Para Varela (s/d), a alternativa à realidade como representação é a compreensão da cognição como *enação*, ou seja, uma “ação produtiva: o historial da união estrutural que en-age, que faz-emergir um mundo” (VARELA, s/d, p. 89). Assim, ao contrário de uma faculdade de resolução de problemas, a inteligência passa a ser entendida como a faculdade de “*penetrar* num mundo partilhado” (idem).

Se, contudo, nosso mundo vivido não tem fronteiras pré-definidas, então deve parecer não realístico a espera por capturar um entendimento de

senso comum na forma de uma representação – entendido representação na sua acepção forte de representação de um mundo dado diante mão. De fato, se quisermos resgatar o senso comum, devemos inverter a atitude representacionista, tratando o saber-fazer contexto-dependente não como um artefato residual que pode ser progressivamente eliminado pela descoberta de regras mais sofisticadas, mas de fato, como a essência mesma de uma cognição criativa<sup>3</sup> (VARELA, THOMPSON, ROSCH, 1993, p. 149).

Uma cognição criativa, assim, implica no entendimento de que o conhecimento depende de uma conexão inseparável entre o ser/estar no mundo e nosso corpo, nossa linguagem e história social, ou seja, de uma corporificação ou *embodiment*. Segundo Pereira (2006), uma das ideias interessantes trazidas pela noção de *embodiment* é a aposta de que o “corpo atua como mais um dos agentes que compõem o conjunto de práticas culturais e subjetivas – a partir de características somáticas, fisiológicas e funcionais as mais variadas – e não apenas, como um produto de tais práticas” (p. 95). Nesse sentido, a perspectiva da enação envolve dois pontos centrais: o primeiro diz respeito ao fato de que a percepção consiste em uma ação perceptualmente guiada; e as estruturas cognitivas emergem de padrões sensório-motores recorrentes que permitem a ação ser perceptualmente guiada (VARELA, THOMPSON, ROSCH, 1993). O conhecimento resulta, então, de interpretações em movimento que emergem de nossas capacidades de compreensão. Essas capacidades estão enraizadas na estrutura de nosso corpo biológico e são vividas e experienciadas no domínio da ação consensual e da história cultural.

Se estamos imersos em um emaranhado tecido paradigmático que modula práticas científicas historicamente legitimadas, como bem propõe Kuhn (1989), há que se pensar nas formas como tais processos de normalização implicam na produção

---

<sup>3</sup>Tradução livre da autora para o trecho: “If, however, our lived world does not have predefined boundaries, then it seems unrealistic to expect to capture commonsense understanding in the form of a representation-where *representation* is understood in its strong sense as the re-presentation of a pregiven world. Indeed, if we wish to recover common sense, then we must invert the representationist attitude by treating context-dependent know-how not as a residual artifact that can be progressively eliminated by the discovery of more sophisticated rules but as, in fact, the very essence of *creative cognition*”.



de paradigmas de corpo. Uma criança em idade escolar aprende logo cedo a importância de manter-se sentado, de parar a vontade de mexer o corpo para, dentro de uma estrutura de sala encapsulada por paredes, ouvir a um professor que transmite conteúdos entendidos enquanto cognitivamente relevantes ao aprendizado. Aquele que não se encaixa em tais padrões logo corre o risco de ser categorizado como “mal comportado”, inquieto ou desatento. E ainda que exista um amplo leque de outras pedagogias em ascensão, a grande maioria das instituições de ensino ainda produz e reproduz de forma contundente o mesmo dispositivo disciplinar (FOUCAULT, 2008) presente na prisão, no manicômio e na fábrica, o qual implica na produção de certos modos de relação com o próprio corpo, com o corpo do outro e com o corpo social, orgânico e inorgânico que nos rodeia. Um corpo sentado, enquadrado, receptivo ao exterior, docilizado através de retenção do movimento.

Tal dispositivo remonta ao contexto europeu de consolidação dos estados-nação. Nos mecanismos de disciplina, a lei penal e sua infração são inseridas em um complexo conjunto tanto táticas de vigilância, controle, esquadrinhamentos e avaliação quanto de práticas de normação que impõem ao culpado toda uma série de exercícios de moralização e correção com o intuito de prever e prevenir futuras infrações. Este cenário configura, em uma territorialidade de tipo fronteira, a formação de um Estado administrativo que busca, através de regulamentos e disciplinas, distribuir espacialmente os indivíduos em posições específicas. Impedir o movimento implica em estratégias de posicionar cada indivíduo em seu devido lugar: sala de aula, mesa do professor, mesas e cadeiras aos alunos dispostas de modo a estar de frente à mesa do expositor de conteúdo, quadro branco cercado por paredes brancas. Esta é a estrutura que hegemonicamente molda posição do corpo no processo de produção de conhecimento. E é esta estrutura que cada vez mais deixa clara sua insuficiência diante da necessidade de estratégias pedagógicas que não só ensinem e transmitam conteúdos, mas que, acima de tudo, operam a incorporação destes nas práticas cotidianas através de trocas inventivas consigo, com o outro e com o entorno. É necessário reposicionar o lugar que o corpo ocupa nos atuais paradigmas de saber.

Isto porque, ao contrário de verdades fragmentárias, analíticas e claras, o corpo se afeta como um todo. Carregamos em cada célula deste corpo que hoje constitui a chamada “espécie humana” os bilhões de anos que resultaram na produção de seres vivos, sejam eles animados ou inanimados: somos passado. Carregamos em nossos genes os bilhões de possíveis desdobramentos e virtualidades que esta estranha espécie humana pode vir a ter em sua convivência com o incerto: somos futuro. O que se atualiza deste paradoxal caldeirão espaço-temporal? O aqui e agora, ou seja, o corpo. O corpo é o que nos presentifica, o mais fiel espelho do que fomos, somos e seremos enquanto espécie, enquanto forma de vida. É a interface viva das estratégias biopolíticas de captura das subjetividades, assim como a superfície singular das dinâmicas que abrem rachaduras poéticas nos moldes do consolidado. Ele prescinde aos órgãos e mergulha nos fluxos mas, ao mesmo tempo, precisa da permanência dos estratos para continuar a existir (DELEUZE, 1996). Como bem colocou José Gil (2001), o corpo é paradoxal, ou seja, uma relação interna de contrários que permite que o doce seja simultaneamente salgado, que o rico seja ao mesmo tempo pobre, que o leve seja sincronicamente pesado, que o imaculado contenha em si o pecado: que o representado seja criado.

Diante de um contexto de crises de crescimento e de degenerescência (SANTOS, 1995), os quais colocam em xeque tanto os métodos de certas disciplinas quanto as bases epistemológicas que atravessam todas as disciplinas, faz-se necessário criar estratégias de ruptura com os dispositivos disciplinares de docilização dos corpos. No que diz respeito às crises de crescimento, muitos autores vêm reivindicando, no campo da Comunicação, o corpo como nossa primeira mídia (PEREIRA, 2006). Contudo, uma outra camada destas reivindicações nos defronta com crises de degenerescência que não só questionam o lugar do corpo no processo do pensar, mas que buscam na criar formas de saber que necessariamente partam do corpo. O corpo atua, assim, como um elemento de pesquisa e um organizador social de afetos, vínculos, trocas e processos cognitivos, os quais implicam na reconfiguração do que se entende por conhecimento científico. Um conhecimento científico que resgate o senso comum (SANTOS, 1995) na medida em que o processo

cognitivo não pode ser entendido sem o mesmo: senso comum não é nada além do que nossa história social e corporal. Disto resulta a conclusão de que mundo e mente estão em relação de mútua especificação e dependente co-originação (VARELA, THOMPSON, ROSCH, 1993).

Se a criação de brechas nos atuais paradigmas de corpo se fazem necessárias, estas devem ser feitas com um cuidado: o de não cair em um louvor cego ao movimento hiperativo que hoje estimula corpos em um regime energético de continuidade que entra em sintonia com os atuais dispositivos de controle. Isto porque, enquanto o recomeço articulava o deslocamento entre escola, quartel e fábrica nas sociedades disciplinares, nas de controle a formação é permanente e interminável, instaurando a competição de lógica empresarial no seio da escola e do trabalho. A composição se desloca do “homem da disciplina” enquanto produtor descontínuo de energia para o “homem de controle”, ser “ondulatório, funcionando em órbita, num feixe contínuo” (DELEUZE, 2008, p. 223). Assim, ao invés de toupeiras, cada vez mais nasceriam serpentes. Símbolo do padrão disciplinar, o primeiro animal sobe e desce, entra e sai em um movimento que recomeça do zero sempre que for necessário. Mas a serpente, ao contrário, rasteja, deixando na terra a continuidade das marcas de suas elipses. E o confronto no reino animal se expande para os sistemas analógico e numérico, funcionando como uma metáfora para descrever a diferença entre as moldagens e moldes do confinamento disciplinar e a modulação autodeformante e contínua dos modos de controle.

A questão não está em negar de toda espécie de repouso em prol do frenético, de pausa em prol do mexer, de sentar em prol do levantar, de ouvir em prol do falar, de reflexão em prol da ação. Para além de criar binarismos que isolam e apartam instâncias que se dão em termos de complementariedade e simultaneidade, o que está em jogo é a invenção de pedagogias que se possam *jogar* com tudo o que hoje existe de forma a criar formas lúdicas, relacionais, contextuais e incorporadas de saber. Seja em pé, seja sentado; seja parado, seja em movimento; seja em um sala fechada, seja em um espaço aberto; seja com um ministrante, seja em coletivo: não é o repouso em si ou o movimento em si o detentor da chave milagrosa que irá transformar as

estratégias pedagógicas hegemônicas, mas sim as relações que podem ser criadas a partir do imenso caldeirão de práticas corpóreas a partir da especificidade que o contexto de trocas demanda.

Deste modo, o processo de conhecer quebra com os parâmetros cartesianos de desconfiança dos sentidos na medida em que dialoga diretamente com a matéria corpórea e as formas de afetos e sensorialidades que daí advêm. Uma sala de aula que promova o desafio de lidar com as multiplicidades do sensível, com as singularidades dos corpos, com as heterogeneidades do aprender necessariamente passa por uma reconfiguração do estatuto do corpo no processo de produção de saber – o que dialoga diretamente com a criação de outros modos de trilhar não só o pesquisar, mas o próprio viver. O importante é que o método parta da experiência, que a experiência que se dê no corpo, e que corpo que floresça enquanto método. Corpo como ferramenta, instrumento, ponto de partida, linha de chegada para formas de conhecer a si mesmo, ao outro e ao mundo. Um método-corpo que tenha como horizonte um imenso desafio: “se pudéssemos recuperar para a sociedade humana a natural confiança das crianças nos adultos, essa seria a maior conquista da inteligência, operando no amor, jamais imaginada” (MATURANA e VARELA, 1995, p. 27).

## Referências

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Tradução Aurélio Guerra Neto et alii. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.

\_\_\_\_\_. *Conversações*. São Paulo: Ed. 34, 2008.

DESCARTES, René. *Discurso do método*; *Meditações*; *Objecções e respostas*; *As paixões da alma*; *Cartas*; introdução de Gilles-Gaston Granger; prefácio e notas de Gerard Lebrun; tradução de J. Guinsburg e Bento Prado Júnior. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1979.

FEYERABEND, Paul K. *Contra o método*. São Paulo: Editora UNESP, 2007.

FOUCAULT, Michel. *Segurança, território, população*. Tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes: 2008.

\_\_\_\_\_. *A arqueologia do Saber*. Tradução Luiz Felipe Baeta Neves. 7 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010a.

\_\_\_\_\_. O sujeito e o poder. Tradução de Vera Portocarrero e Gilda Gomes Carneiro. 2 ed. In: DREYFYS, Hubert; RABINOW, Paul. *Michel Foucault, uma trajetória filosófica – para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010b, p. 273 - 295.

\_\_\_\_\_. *Microfísica do Poder*. Tradução Roberto Machado. São Paulo: Graal, 2011.

GIL, José. *Movimento Total – O Corpo e a Dança*. Lisboa: Relógio D'água, 2001.

KUHN, Thomas S. *A Estrutura das revoluções científicas*. São Paulo: Perspectiva, 1989.

MATURANA, Humberto; VARELA, Francisco. *A árvore do conhecimento: as bases biológicas do entendimento humano*. Tradução de Jonas Pereira dos Santos. Campinas: Editorial Psy II, 1995.

MORIN, Edgar. *O Método I: a natureza da natureza*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005.

\_\_\_\_\_. A necessidade de um pensamento complexo. In: MENDES, Candido (org.). *Representação e Complexidade*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003. p. 69-78.

PASSOS, Eduardo; BARROS, Regina Benevides. A cartografia como método de pesquisa-intervenção. In: Eduardo Passos, Virgínia Kastrup e Liliana Escóssia (Orgs.), *Pistas do método da cartografia: Pesquisa-intervenção e produção de subjetividade*. Porto Alegre: Sulina, 2010, p. 52-75.

PEREIRA, Vinícius Andrade. Reflexões sobre as materialidades dos meios: embodiment, afetividade e sensorialidade nas dinâmicas de comunicação das novas mídias. In: *Revista Fronteiras – estudos midiáticos* (Unisinos), v. VIII(2), p. 93-101, maio/agosto 2006.

REGIS, Fátima; MESSIAS, José. Comunicação, tecnologia e cognição: rearticulando homem, mundo e pensamento. In: REGIS, F.; ORTIZ, A.; AFFONSO, L. C.; Timponi, R (Orgs.), *Tecnologias de Comunicação e Cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Introdução a uma ciência pós-moderna*. 4 ed. Porto: Afrontamento, 1995.

TEDESCO, Silvia. Políticas da cognição. Porto Alegre: Sulina, 2008, p. 113-135.

VARELA, Francisco. *Conhecer – As ciências cognitivas: tendências e perspectivas*. Lisboa, Instituto Piaget, s/d.

VARELA, Francisco; THOMPSON, Evan; ROSCH, Eleanor. *The embodied mind: cognitive science and human experience*. Massachusetts: MIT Press: 1993.



## **Jornalismo e Ciência: diferentes fontes do saber<sup>1</sup>**

Catarina Schneider<sup>2</sup>  
Mayra Sá<sup>3</sup>

### **Resumo**

Este artigo propõe diferenciar os tipos de conhecimento, trazendo o foco, principalmente, para o jornalismo e ciência: suas distinções, semelhanças e o questionamento se o jornalismo, a partir de suas características, pode ser considerado uma forma de conhecimento. Após essa explanação será discutida as diferenças entre a forma de fazer o jornalismo e a ciência, as suas particularidades e dificuldades enfrentadas entre esses dois grupos detentores do conhecimento. Por fim, será abordada a influência do poder capitalista no jornalismo e na ciência, como ele interfere no enquadramento das matérias e como a espetacularização influencia o jornalismo científico.

**Palavras-chave:** conhecimento jornalístico; conhecimento científico, jornalismo científico; ciência

### **1. JORNALISMO E CIÊNCIA COMO FORMAS DE CONHECIMENTO**

A ciência e o jornalismo são duas formas de conhecimento bastante diferente. Uma das distinções principais é que na ciência é necessário ter um distanciamento do objeto para que seja possível analisá-lo sem que haja interferências pessoais na pesquisa. Já no caso do jornalismo, esse distanciamento não é possível.

Conhecimento é algo, segundo Liriam Spanholz (2009), que “não significa simplesmente vivenciar ou perceber algo sobre a realidade ou o mundo exterior, mas sim trabalhar o que foi vivenciado ou percebido”. Portanto, o conhecimento resulta da comparação com aquilo que foi vivenciado com o que está gravado no cérebro. Dessa forma, nenhum conhecimento resulta em uma imagem completamente diferente da realidade, há uma reconstrução em correlação com a realidade, não uma cópia dela.

---

<sup>1</sup> Trabalho encaminhado ao GT6 (Discurso, Ciência e Poder) do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social/Jornalismo na Universidade Federal de Sergipe (UFS), mestranda em Comunicação na Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: [schneidercatarina@gmail.com](mailto:schneidercatarina@gmail.com).

<sup>3</sup> Graduada em Comunicação Social/ Jornalismo na Universidade Federal de Juiz de Fora, mestranda em Comunicação na Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: [mayra.jorn@gmail.com](mailto:mayra.jorn@gmail.com).

Segundo Sponholz (2009), os tipos mais exemplificados sobre o conhecimento são a ciência e o senso comum. Este último pode ser considerado como ponto de partida para todos os outros tipos de conhecimento, que tem como fonte as experiências vivenciadas pessoalmente e também através de outras pessoas, da mídia ou de outro tipo de conhecimento, como a própria ciência. Portanto, a autora afirma que o senso comum não resulta apenas dos sentidos, das experiências e observações, havendo também um pouco da perspectiva teórica que o fundamenta.

“O senso comum também pode se apropriar do conhecimento produzido pela ciência. A declaração “A terra é redonda” não vem nem da experiência nem da observação. No entanto, quando assumidas pelo senso comum, as declarações científicas não são retratadas de maneira crítica. Enquanto a ciência busca conhecer mais, o senso comum aceita esta declaração sem questionamentos” (SPONHOLZ, 2009, p.99).

O senso comum, conhecido também como bom senso, é um conhecimento básico da sociedade, permitindo encontrar soluções em situações inesperadas e reconhecer verdades óbvias. Para que seja nomeado senso comum, não é necessário ser compartilhado por todos, mas sim pelo grupo que dividem os mesmos conhecimentos. “O senso comum não fornece modelos de ação para tarefas básicas, rotineiras, que possibilitam nossa sobrevivência, mas também esquemas de interpretação, através dos quais nós modelamos nossas relações sociais” (MOSCOVICI, 2003, citado por SPONHOLZ, 2009, p.102).

No entanto, apesar de ser entendido de forma totalmente divergente da ciência, o senso comum tem uma característica semelhante a ela. Ambos são constituídos por conhecimentos construídos através de tentativas e erro, com a diferença que a ciência tenta se aproximar cada vez mais da realidade, enquanto o senso comum se basta no conhecimento que dê para sobreviver.

As principais diferenças entre elas é que a ciência problematiza seus objetos, a sua observação da realidade segue regras e derivam de uma teoria, exigindo uma justificativa e uma explicação de como chegou a determinada conclusão. No senso comum, essa explicação não poderia ser dada porque não há meios de chegar até ela.

A ciência está sempre em busca de novos conhecimentos, enquanto o senso comum só fará isto se as soluções apresentadas não funcionarem mais.

No entanto, esta realidade proposta pela ciência não é a mesma entendida pelo jornalismo, pois ele não apresenta a realidade em si, ele constrói uma nova, produzindo a representação na realidade primária, ou seja, àquela do mundo físico. O jornalismo é, então, considerado por muitos autores uma forma de chegar ao conhecimento, não como sendo o conhecimento em si.

Portanto, há autores que afirmam que o jornalismo representa um tipo de conhecimento que se assemelha ao do senso comum, pois os dois se baseiam em um conhecimento adquirido pela acumulação de experiências. Segundo Park (1967, citado por SPONHOLZ, 2009), as notícias ou o jornalismo não produzem um conhecimento científico, pois a sua função é orientar pessoas no mundo em que vivem. Dessa maneira, as notícias produzidas pela mídia têm, de alguma forma, a mesma função para o público que a percepção do senso comum tem para o indivíduo.

No entanto, se for observar a partir da perspectiva de produção, o jornalismo não pode ser considerado uma ciência comum, ou seja, não pode ser definido como senso comum, pois a percepção individual e a realidade observada por ele é vivenciada dentro de um contexto que também envolve teoria e é passível de explicações. É a partir de técnicas profissionais, de um saber teórico, de regras e da tentativa de testar suas suspeitas que o jornalismo reconstrói a realidade primária em realidade secundária, ou seja, aquela transmitida pela mídia, chamada de realidade midiática.

A singularidade, então, é a característica principal do jornalismo como tipo de conhecimento, e é ela que impede que o jornalismo seja classificado como ciência, pois esta se preocupa com a universalidade. E o jornalismo, dentro desta categoria, revela um tipo de conhecimento que envolve aspectos da realidade mais amplos que o senso comum e mais restritos que a ciência, mas que tem seu lugar de importância na sociedade, pois reconstrói a realidade que a sociedade não pode presenciar.

Com relação à função, o que aproxima o jornalismo do senso comum é o que distancia da ciência. Como Meditsch(

1992, 54) esclarece, embora jornalismo e ciência tenham coisas em comum (ambas são formas de conhecimento condicionadas historicamente pelo desenvolvimento da sociedade industrial capitalista), ambos assumiram tarefas diferentes e desenvolveram metodologias específicas. A ciência se transformou nas ciências, enquanto o jornalismo se mantém no generalismo. E esta seria a tarefa mais importante do jornalismo, a de possibilitar o diálogo entre o físico, o advogado, o operário e o filósofo (MEDITSCH, 1992, citado por SPONHOLZ, 2009, p. 111).

Outra diferença importante entre o conhecimento da ciência e a forma de produzir conhecimento do jornalismo é que os acontecimentos não podem ser repetidos e a observação é limitada devido ao tempo e modo de fazer do jornalismo. Isso não acontece na ciência, em que as experiências podem e devem ser repetidas inúmeras vezes, além da observação ser feita pessoalmente durante muito tempo pelo pesquisador. No caso da utilização de um método, tanto o jornalismo como a ciência se baseiam em regras para elaboração do trabalho. No entanto, os critérios científicos não se adequam ao jornalismo porque o modo de fazer desses dois tipos de conhecimento são bastante diferentes.

De acordo com Meyer (1991), tanto o jornalistas quanto os cientistas partem de uma teoria, já que os jornalistas também precisam de um modelo teórico para que possam selecionar e organizar os dados relevantes e torná-los compreensíveis para o público. Ele ainda afirma que os jornalistas, assim como os cientistas, formulam hipóteses e tentam testá-las. No entanto, alguns autores divergem dessa concepção, pois afirmam que o fato do jornalismo partir de uma teoria não é suficiente para mostrar que o jornalismo se assemelha a um método científico, pois o jornalista tem poucas chances de desenvolver a teoria sem sofrer alterações, principalmente estando na prática.

Assim, como já foi dito, há divergência entre os autores quando se trata do reconhecimento do jornalismo como uma forma de conhecimento. Assim, segundo Meditch (1997), ele afirma que o jornalismo é uma forma de produção de conhecimento. “O jornalismo não revela mal nem revela menos a realidade do que a

ciência: ele simplesmente revela diferente. E ao revelar diferente, pode mesmo revelar aspectos da realidade que os outros modos de conhecimento não são capazes de revelar” (MEDITSCH, 1997, p.3). É importante observar que o jornalismo não apenas reproduz o conhecimento que ele mesmo produz, mas também o conhecimento produzido por outras instâncias, como a científica. “Assim, olhar para o jornalismo como uma reprodução do conhecimento, que vai além da transmissão, ajuda a entender o papel do jornalismo na sociedade” (MEDITSCH, 1997, p. 9).

Segundo o autor, o conhecimento proporcionado pelo jornalismo tem um duplo papel na construção do senso comum, em que a revelação da novidade refere-se a apenas um aspecto. A forma, ou seja, o discurso como a novidade chega ao público é bastante diferente da ciência. Assim, ele afirma que

O jornalismo não é uma “ciência mal feita”, simplesmente porque não é uma ciência e nem pode aspirar a ser tal. Por um lado, o jornalismo como forma de conhecimento é capaz de revelar aspectos da realidade que escapam à metodologia das ciências; por outro, é incapaz de explicar por si mesmo a realidade que se propõe a revelar (MEDITSCH, 1997, p. 9).

De acordo com ele, um dos principais problemas do jornalismo como modo de conhecimento é a falta de transparência da forma de fazer a notícia. Ela é apresentada ao público como sendo a realidade e, mesmo que o público perceba que se trata apenas de uma versão da realidade, dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientaram a equipe de jornalistas à construí-la. Outro aspecto problemático do jornalismo enquanto conhecimento é a velocidade de sua produção. No entanto, ao mesmo tempo em que a velocidade representa um limite, representa também uma vantagem em relação a outros modos de conhecimento. “A velocidade não é uma característica exclusiva do jornalismo, mas sim da civilização em que vivemos que, por funcionar assim, necessita de informações produzidas rapidamente”. (MEDITSCH, 1997, p. 11).

Mais um ponto importante a ser observado como um aspecto problemático do jornalismo é a espetacularização. O que distingue uma matéria jornalística de um relato científico, por exemplo, é que ela se destina à pessoas comuns e que precisam



se interessar pelo que está sendo passado pela mídia. Em consequência, o jornalismo procura de alguma forma aliciar as pessoas para que se interessem por aquela informação, através de técnicas narrativas e dramáticas.

“Isto não é um mal em si, o uso destas técnicas se justifica amplamente pela eficácia comunicativa e cognitiva que proporcionam. O problema é quando passam a ser utilizadas em função de objetivos que não os cognitivos, como a luta comercial por audiência e o esforço político de persuasão. No cotidiano do jornalismo praticado em nossas sociedades, é muito difícil distinguir entre estes três tipos de objetivo” (MEDISTSCH, 1997, p. 10).

Assim, o jornalismo apresenta semelhanças tanto com a ciência quanto com o senso comum, podendo ser chamado então de conhecimento híbrido. Essas divergências é o que constrói esses tipos de conhecimento e refletem diretamente na forma como cada um busca reconhecer a realidade. Portanto, o que difere a ciência e jornalismo do senso comum é a utilização de regras profissionais no conhecimento da realidade.

## **2. AS DIFERENTES FORMAS DE FAZER**

O avanço da tecnologia, da profissionalização dos jornalistas e da comercialização do jornalismo no século XIX e XX, fez surgir a venda de periódicos em grande quantidade e de baixo custo. Para atender a frenética circulação dos jornais, foi preciso que seu modo de preparo entrasse numa rotinização. A busca pela objetividade, pela imparcialidade da informação num espaço de tempo muito curto, tornou o jornalismo uma prática “superficial”. Assim, as rotinas passaram a constituir um elemento crucial nos processos de produção da notícia e se tornaram um elemento chave do novo paradigma construtivista que emergiu nos anos 70.

Dentro desse contexto de produção marcado pelo tempo, os jornalistas trabalham dentro do que Traquina (2005) chama de *ethos* profissional, ou seja, do resultado de uma cultura que é internalizada e que guia o seu trabalho, compartilhando essa maneira ‘imediatista’ de ver o mundo. Assim, a produção acaba, muitas vezes, se moldando ao que o autor nomeia de “jornalismo em pacote”, isto é,

“os produtos jornalísticos acabam ficando muito parecidos, mesmo com as diferenças de tendências editoriais ou políticas” (TRAQUINA, 2005, p.26).

O saber do jornalismo é um saber feito para sociedade, em que seu objetivo é entender e passar para o público o que ele quer e precisa saber, e o que a comunidade jornalística, junto com os gatekeepers e embasados nos valores-notícia, acreditam ser importante transmitir para a sociedade. Com o passar dos anos, para que fosse possível os jornalistas se aprofundarem em assuntos específicos, o jornalismo abriu espaço para assuntos especializados, como jornalismo econômico, político, cultural e científico.

No jornalismo científico, esse objetivo é ainda mais exaltado, já que seu discurso é produzido por uma comunidade revestida de conhecimento específico. Colocar em debate as consequências e promover a divulgação das descobertas científicas é uma das funções do jornalismo científico, que a partir de década de 1980 passou a ocupar um espaço relevante na imprensa brasileira.

A importância dada à popularização da ciência ampliou-se, consideravelmente, devido a alguns fatores que se concretizaram na sociedade, como a necessidade do entendimento social dos impactos da ciência e tecnologia na vida cotidiana e a necessidade da ciência dar soluções aos problemas básicos da humanidade. No entanto, não muito diferente dos “moldes” colocados ao jornalismo em geral, o processo de produção do jornalismo científico também está sujeito à força do mercado e às rotinas produtivas, pois são elaboradas por profissionais que partilham uma forma de “ver” comum e que difere totalmente da forma dos cientistas.

Isso destaca ainda mais a diferença do saber da mídia e do saber da ciência. A forma de executar o jornalismo científico pelos meios de comunicação de massa, muitas vezes é considerada, pelos estudiosos, como uma vulgarização do saber científico, pois a imprensa tem uma forma de elaboração da notícia que está preocupada com os resultados do problema, não com os processos que levaram a eles. Os cientistas e pesquisadores, a base para que a divulgação da ciência seja realizada, condenam a mídia e atribuem a ela a desinformação ao público por conta de uma cobertura inadequada dos assuntos científicos. Muitos desconfiam dos jornalistas,

criticam suas reportagens por infidelidade, simplificação e sensacionalismo. Porém, é preciso entender os limites que dividem esses dois grupos.

O trabalho jornalístico é uma atividade prática e cotidiana, orientada para cumprir as horas de fechamento. Para isso precisam elaborar estratégias, como a “rede noticiosa” (TCHUMAN, 1978, citado por TRAQUINA, 2004) que guia o jornalista para capturar os acontecimentos e evitar que haja imprevisibilidade. O imediatismo é valorizado no jornalismo e a sua definição como relatos atuais sobre acontecimentos atuais difere da forma de trabalho e que os cientistas veem o acontecimento. Os jornalistas tem um tempo curto para fazer as matérias, eles estão sempre na busca pela produtividade, onde há pressões constantes em cima das práticas de trabalho, exigências profissionais, além da força do mercado. São rotinas que influenciam o processo de produção. Já os cientistas precisam de um período muito maior para concluir seu trabalho e o jornalista quer simplificá-lo e associá-lo a algo que seja mais próximo do público leitor, para isso traduz os termos e busca informações precisas, o que pode provocar uma reação negativa nos “donos da informação”.

Bourdieu (1983) e Rodrigues (1990) distinguem o funcionamento do campo científico e do campo dos media. Para o primeiro autor, campo científico é o lugar de luta concorrencial, onde o monopólio da autoridade científica e da competência científica está em jogo. Já para o segundo, ele define campo dos media como sendo a designação para dar conta da instituição de mediação que se instaura na modernidade.

Comparando as funções expressivas do campo científico e do campo dos media, Rodrigues (1990, p. 155) afirma que, embora ambos se assemelhem em sua pretensão à universalidade e à formação de consensos, a natureza da legitimidade de cada um desses campos se distingue ao se compararem os valores de transparência e publicidade (entendidos como tornar pública a informação) com os de rigor e de adequação ao real (entendidos como veracidade e objetividade da informação). Apesar desses valores existirem em ambos os campos, a relação hierárquica entre eles é invertida, prevalecendo a transparência e a publicidade no campo dos media, e o rigor e a adequação ao real no campo científico (MONTEIRO, 2003, p. 168).

Além das questões do modo de trabalho, outro ponto que deve ser chamado atenção, principalmente para os jornalistas que se propõem a falar de ciência, são as fontes. Segundo Vilas Boas (2005), o jornalista científico deve prestar atenção ao procurar suas fontes. Elas devem estar dispostas a falar sobre o assunto, comprometidas com o processo de democratização da ciência e tenham uma boa capacidade de comunicação, já que a fonte terá que explicar da melhor forma para que o jornalista possa formular as questões e torná-las compreensíveis. Porém, é preciso tomar cuidado para que a fonte não se torne um vício do jornalista.

A dependência de fontes oficiais, que segundo Perseu Abramo (1988) é um dos padrões de manipulação da mídia, também é muito evidente no jornalismo científico. A teoria interacionista defende que a posição dominante das fontes oficiais é uma conquista e que os jornalistas devem ter alguns requisitos na escolha dessas fontes oficiais. No caso do jornalismo científico, a maioria das matérias não abordam o outro lado da questão. Geralmente é sempre o cientista, professor ou instituição que fala, com o intuito de passar para o leitor que ali é uma verdade absoluta, e não traz questionamentos e espaço para que o público reflita e tire suas conclusões.

Assim, mesmo que a abundância de acontecimentos e a escassez do tempo leve os jornalistas a criarem o que Gaye Tchuman (1973, citado por Traquina, 2004) chama de ‘rotina do inesperado’, tendo como consequência a dependência dos canais de rotina, é importante que o jornalista aumente as opções de fontes para suas matérias e que procure o público para que ele também se manifeste com relação aos assuntos abordados. Para Vilas Boas, “não é possível confiar só na ciência sem que o público participe, pois é improvável que a credibilidade na ciência seja reconstruída, quando quebrada, sem a popularização do saber científico” (VILAS BOAS, 2005, p. 27).

Olhando para os dois lados responsáveis pela elaboração e divulgação do Jornalismo Científico, é possível notar a dificuldade que há entre esses dois grupos se entenderem e trabalharem juntos. Os cientistas muitas vezes têm razão ao resistir aos meios de comunicação de massa, pois esses meios, muitas vezes, simplificam e

‘sensacionalizam’ a ciência, tudo para que a matéria tenha mais importância jornalística e seja ‘vendida’ mais facilmente. Portanto, a forma diferente de trabalhar desses dois grupos- o jornalista, que tem um tempo curto para fazer suas matérias, enquanto que o cientista precisa de um período muito maior para concluir seu trabalho- os pesquisadores da ciência não compreendem o sentido do sensacionalismo que é feito com suas pesquisas. Já os jornalistas usam disso para poder chamar a atenção do público.

Porém, os cientistas também não entendem e não aceitam os fundamentos do jornalismo. Ao escrever um texto científico, os jornalistas tem que simplificar os termos, associá-los a algo que seja mais próximo da realidade dos leitores, provocando, dessa forma, uma reação negativa nos ‘donos da informação’. Isso é feito porque o jornalismo científico tem uma função básica de inclusão social e democratização do conhecimento, ou seja, ele deve estar acessível ao grande público.

Mas, diante de todo entrave entre jornalistas e cientistas, estes também podem contribuir muito com a comunicação caso se disponham a falar sobre seus experimentos e pesquisas para a sociedade. Muitos deles não têm interesse em abrir o seu laboratório para os jornalistas, pois têm receio em ser avaliados, em ter seu trabalho copiado ou até mal interpretado. Portanto, a falta de interesse do pesquisador é um dos principais fatores que distanciam a produção científica da publicação.

No entanto, não é só de divergência que a relação dos jornalistas e cientistas é construída. Segundo Burket (1990), há pontos em comum entre eles, como o interesse pela objetividade, a busca pelo relato honesto e a tentativa de passar o conhecimento científico para a sociedade de uma forma que ela aceite, aprove e absorva.

### **3. O PESO DO SISTEMA CAPITALISTA NOS DOIS CAMPOS DO SABER**

Alguns fatores de submissão do jornalismo aos interesses capitalistas, como a estrutura de propriedade dos media, procura do lucro, dependência dos jornalistas das fontes governamentais e do mundo empresarial, inverteram um pouco o papel central do jornalismo –informar- e passou para o papel de “vender”. Dessa forma, segundo



Perseu Abramo, as notícias são como são porque são determinadas pelo fator econômico e, para que cheguem a esse ideal, o jornalismo muitas vezes usam do sensacionalismo como arma. Porém, no debate sobre a verdadeira motivação da empresa de comunicação em manipular a informação e distorcer a realidade, o autor coloca o campo econômico e a busca do lucro, num segundo plano, já que esse pode ser obtido com melhor resultado em outras atividades empresarias. Para ele, a motivação real está no campo político, na lógica do poder.

É importante observar que a manipulação está estruturada no modo de produção do jornalismo e é exercida por profissionais que passaram por um conhecimento prévio nas universidades, que têm domínio das técnicas de comunicação e dos “macetes” adotados pelos jornalistas tanto para ocultar, fragmentar ou inverter os fatos.

A ciência também está dentro da lógica de mercado e não está livre do interesse econômico para se desenvolver e chegar a um resultado que possa ser útil à humanidade. O jornalismo científico também é um “negócio” e precisa ser vendido, e para que chame a atenção do público e se torne rentável, também se utiliza do sensacionalismo.

Porém, a divulgação científica tem o objetivo de passar assuntos da ciência e tecnologia de uma forma mais simplificada para que seja possível de ser entendida por toda sociedade. Há uma distância entre falar de ciência e de divulgação científica e é possível sim que o espetáculo talvez já tenha penetrado na ciência, como em tantas outras instâncias. Segundo Michel Thiollent (citado por AGUIAR, 2007, p. 108) a informação científica obedece às leis do acontecimento. Diante dessa afirmação, é possível confirmar que as notícias científicas são o resultado do processo de produção, definido com a percepção, seleção e transformação da matéria-prima (acontecimento, ou descoberta científica no caso do jornalismo científico) num produto (notícia).

Assim, para “vender ciência”, o jornalista elege notícias que julga estarem mais próximas do público, o que nem sempre significa que sejam mais relevantes ou legítimas no meio científico. Pois ele e o cientista não compartilham,

necessariamente, a mesma opinião sobre os valores-notícia da ciência, porém, a seleção é obrigatória, uma vez que os espaços na mídia são pequenos diante da produtividade dos pesquisadores. Entretanto, para muitos, a ciência é o que está escrito nos jornais e as informações divulgadas pela mídia têm o poder de alterar o estilo de vida e a opinião das pessoas sobre os assuntos noticiados. Por isso, uma boa matéria pode melhorar a capacidade do público em avaliar esses temas, mas uma matéria ruim pode induzir ao erro, a ilusão e reduzir o poder e a possibilidade de escolha da sociedade, que fica submissa ao que a mídia diz sobre a ciência e sobre o saber científico.

Portanto, o enquadramento das matérias científicas está submetida ao que o jornalismo, dentro da sua cultura profissional, acredita que chamará atenção do público. Isso, muitas vezes, faz os cientistas desacreditam no trabalho jornalístico, pois percebe que há um foco naquela informação que se destaca mais. Porém, isso não é um problema, pois o jornalismo, seja ele científico ou não, tem uma relação direta com o marketing do seu produto, pois ele precisa ser rentável. No entanto, não é permitido que esse ‘objetivo’ esteja à frente das funções primordiais do jornalismo, como a verdade e a segurança da informação, sem que haja distorções. Segundo Maria da Graça Monteiro,

“Na busca da novidade, no afã de tornar pública uma informação, o jornalista, apoiado nos valores predominantes no campo dos media, muitas vezes esbarra no que o cientista, também fundamentado em seu campo de pertença (o científico), considera como valores essenciais à divulgação científica: a veracidade e objetividade. Não é por acaso que essas diferenças e divergências vão condicionar a relação entre cientista e jornalista, definindo não somente o que pode e deve ser visto (e sabido) sobre a produção científica” (2003, p. 169).

Diante disso, Bourdie (1983, citado por MONTEIRO, 2003) afirma que não há escolha científica, inclusive um local de publicação, que não seja uma estratégia política de investimento orientada para a maximização do lucro científico, que pode também representado pela obtenção do reconhecimento da comunidade científica, ou

seja, os pesquisadores que não sejam menos privilegiados buscam a mídia para aumentar o seu capital simbólico, como prestígio e celebridade. “Os pesquisadores que desfrutam de posições hierarquicamente reconhecidas como dominantes dispõem de maior capital científico, possuem maior celebridade e prestígio e tem autoridade científica” (BOURDIEU, 1983, citado por MONTEIRO, 2003, p. 175).

Assim, a ciência, além do jornalismo, também está muito atrelada ao sistema capitalista. Para que as pesquisas sejam desenvolvidas é preciso que haja um financiamento por parte de grandes empresas ou laboratórios, o que pode restringir, de algum modo, o desenvolvimento da mesma, seja pela quantidade de verba ou por influências do financiador.

Dessa forma é notório que os conhecimentos científicos não são neutros e estão permeados de relações sociais e de poder, de estereótipos, culturas, contextos e parcialidades. Por isso, é preciso olhá-lo com mais cuidado, tentando perceber as visões que eles expressam, sobre determinado campo de estudo. A ciência é uma atividade social, e por isso é sempre influenciada pelas relações sociais dos sujeitos que a produzem.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Partindo do que foi exposto, o jornalismo e a ciência são formas de conhecimento que se distinguem bastante em vários aspectos. Apesar de existirem semelhanças, as suas construções são diferentes desde a base, por isso, talvez, haja uma dificuldade na formação do jornalismo científico, desde o enquadramento escolhido para as matérias até a constituição do seu discurso.

Dessa forma, é preciso entender e respeitar o lugar e os limites que o jornalismo e a ciência ocupam e, diante disso, buscar formas para que os dois se encontrem sem que nenhum perca a sua essência e seu objetivo principal e nem se coloque no espaço do outro conhecimento. Assim, considerar o jornalismo como modo de conhecimento implica também em aumentar a exigência sobre a formação profissional dos jornalistas, que deixam de ser meros comunicadores para se

transformarem em produtores e reprodutores de conhecimento, ofuscando o seu principal objetivo.

Portanto, acredito que debates agregando os jornalistas e cientistas acrescentam muito para entender esses limites dos dois campos, as dificuldades de cada um e ajudam a buscar uma forma para que os dois possam trabalhar em parceria. Além disso, o conhecimento científico deve, sim, se tornar mais acessível, mais claro, saindo um pouco do espaço de ‘detentor da verdade’, facilitando, assim, o acesso para os jornalistas e até para o público em geral que pode ir em busca do conhecimento para além do jornalismo científico.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Helvânia. Deus está nas bancas- uma reflexão sobre a abordagem da religião na revista Superinteressante. In: Melo, José Marques; GOBBI, Maria Cristina; ENDO, Ana Claudia (ed.). *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*. Universidade Metodista, SP, 2007. 302 p.

BOAS, Sergio Vilas (Org.). *Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos*. 3. ed. São Paulo: Summus, 2005. 92 p.

BURKETT, Warren. *Jornalismo Científico: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Forense Universitária Ltda, 1990. 229 p.

MEDITSCH, Eduardo. *O jornalismo é uma forma de conhecimento?* (Conferência proferida em 1997). In: Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação. Disponível em:

MONTEIRO, Maria da Graça. *Duelo ou Dueto? A Controvertida Relação entre Cientista e Jornalista*. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio Teixeira (ed).

8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

*Comunicação para a ciência, ciência para comunicação.* 1 ed. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2003

PERSEU, Abramo. *Padrões de manipulação na grande imprensa.* São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003 + CHAPARRO, Manuel Carlos. Propostas teóricas In *Pragmática do Jornalismo*. 3a. ed. rev. São Paulo: Summus, 2007. pp.140-151.

SPONHOLZ, Liriam. *Jornalismo, conhecimento e objetividade.* Além do espelho e das construções. Florianópolis: Insular, 2009. pp. 79-148.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo Volume II - A tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transnacional.* Florianópolis: Insular, 2005.

\_\_\_\_\_. *Teorias do Jornalismo Volume I - Porque as notícias são como são.* Florianópolis: Insular, 2004.



## **Engajamento e Memória na Internet<sup>1</sup>**

A tragédia do Morro do Bumba e a atuação da TV Comunitária de Niterói

Cinthya Pires Oliveira<sup>2</sup>

### **Resumo**

O artigo faz parte de pesquisa ampliada cujo objeto é o Canal da Cidadania, TV Comunitária em DTV (Sinal Aberto Digital), e as possíveis estratégias para promover o envolvimento da comunidade perante a produção de conteúdo regional. Neste estudo, como recorte metodológico será avaliado o caso do desmoronamento do Morro do Bumba e a atuação da TV Comunitária de Niterói a partir de questões que envolvem a problemática da memória e do esquecimento. Após completar cinco anos em abril de 2015, esse caso é emblemático não somente pela repercussão nacional, pelo número de mortos e pela quantidade de pessoas desabrigadas, como também pelos vestígios que permanecem nas diferentes plataformas online, proporcionando reflexões sobre o resgate de “lembranças” pela mídia e pela sociedade.

### **Palavras-chave**

TV Comunitária; Morro do Bumba; mídia; cultura da memória; engajamento.

### **Introdução**

Proporcionar a pluralidade de vozes e permitir a constituição de espaços para a reflexão sobre os acontecimentos cotidianos. Evitar o discurso padrão da mídia hegemônica (sentido de Gramsci) privada e discutir os recortes ou enquadramentos dos fatos, os agendamentos. Revisitar os apagamentos e esquecimentos. Questionar os filtros seletivos que norteiam a construção da memória coletiva. Esses são apenas algumas das possíveis propostas que podem permear a atuação da Comunicação Pública promovida pela TV Comunitária. A mídia é um espaço fundamental para este debate e deve ser pautada pelo pluralismo, um dos elementos essenciais para a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da UFF. Especialista em Marketing, Publicitária e Jornalista. Membro dos grupos de pesquisa EMERGE e Projeto EBC Unesco E-mail: [cinthyaoliveira@id.uff.br](mailto:cinthyaoliveira@id.uff.br)

democratização da comunicação (MORAES, 2009). A partir desse raciocínio, ratifica-se a relevância da TV Comunitária como oportunidade de proporcionar voz aos cidadãos das comunidades, caracterizando-se como espaço para desenvolver relação dialógica, visando a promoção do engajamento.

Nesse caso, a proposta deste artigo é abordar a cultura da memória e do esquecimento como constituintes de “consciência social” e portanto, uma forma de aproximação da TV Comunitária com a população local utilizando os recursos advindos com a internet, que sendo utilizada de modo complementar às atividades de radiodifusão, pode viabilizar a participação da comunidade. Com esta perspectiva, e apesar de todas as ressalvas relacionadas ao pleno uso da internet, partimos do pressuposto de que o ambiente virtual é propício para a construção da memória e do esquecimento, moldando não somente a identidade local, mas também viabilizando a participação da comunidade. Assim, a TV Comunitária poderá contribuir para a revitalização da vida cotidiana ao proporcionar espaço para o debate, o desenvolvimento da cidade, o fortalecimento da justiça social e a construção da cidadania, conforme previsão constitucional para práticas democráticas na comunicação. Este pode ser um caminho promissor para ampliar o envolvimento da sociedade com os objetivos da TV Comunitária.

## **Engajamento e Memória**

Apesar do acesso à internet ainda ser seletivo e não estar disponível para todos, a TV Comunitária pode ser um porta-voz da comunidade, reproduzindo conteúdos em outros espaços, além do espectro radiodifusor. Partindo do “reconhecimento de que a Internet se apresenta como mais uma arena de lutas e disputas pela hegemonia no interior da sociedade civil” (MORAES, 2009, p.231), indo além da conjuntura estruturante que envolve aspectos político-econômicos da comunicação comunitária, podemos considerá-la como uma plataforma de engajamento abastecida pelos fluxos de memórias e esquecimentos. Podemos compará-la ao depósito de memórias que pela seletividade, em si mesma promove

esquecimentos (RICOEUR, 2007).

Assim, diante da recorrente relação entre a palavra engajamento e uso dos dispositivos digitais, para melhor compreensão resgatamos sua origem epistemológica no francês medieval *engagier*, de *em gaje*, cujos significados possíveis são “sob compromisso, sob promessa” – de *em* (fazer) + *gager* (compromisso, garantia)<sup>3</sup>. O dicionário informal<sup>4</sup> caracteriza como participação, posição em face das questões políticas e sociais. De fato, somos seres sociais e engajados naquilo que nos interessa e desperta nossa atenção. No contexto de lutas sociais e reivindicações políticas, é analisada a atuação da massa populacional em seus movimentos encadeados, reflexivos e reverberantes. Com a evolução tecnológica, a indústria de games também se apoderou do termo na avaliação minuciosa sobre quais recursos impactavam no comportamento dos indivíduos, gerando maior envolvimento, interação, atratividade, imersão e experiência.

Enfim, trata-se de termo que envolve avaliação interdisciplinar, necessitando de análise própria em outro momento. E devido ao reduzido espaço, é suficiente nos atentarmos que são inúmeras as possibilidades de engajamento ou envolvimento para estabelecimento de “laços sociais” (RECUERO, 2009), sendo importante mencionarmos que sua origem é orgânica no ambiente social, elo imprescindível para o estabelecimento de comunicação. Portanto, rastros digitais são construídos a partir das interações sociais na internet. De acordo com Halbwachs (2006) e Rossi (2010), a memória é constituída a partir dos vestígios e rastros que permaneceram e prevaleceram ao longo do tempo e da história. Desse modo, a “consciência social” pode ser construída através de dados (relatos, registros, textos, vídeos, fotografias) preservados e selecionados para a organização de uma determinada narrativa.

Nesse caso, os meios de comunicação, sobretudo hegemônicos (sentido de Gramsci) promovem a configuração de um discurso que se consolida como verdade, história e consequentemente prevalece na “consciência social”. Há a homogeneização de fatos que prevalecem em detrimento de outros a partir do desenvolvimento

<sup>3</sup>Disponível em <http://origemdapalavra.com.br/palavras/engajar/>

<sup>4</sup> <http://www.dicio.com.br/engajamento/>

narrativo. Diante desse cenário, a TV Comunitária pode atuar como opção diversa, expondo outros enquadramentos, opiniões e pontos de vista, proporcionando um olhar diferenciado, ainda que também constituído a partir de determinados filtros. Sob esta perspectiva, parece necessário reforçar a missão dos meios de comunicação pública, sobretudo com atuação comunitária, para expor e promover enfrentamentos em relação à “consciência social” moldada por discursos hegemônicos e que solidificada, engessa a construção da democracia e da cidadania, formando a construção de memórias que podem alienar. Como as narrativas midiáticas são reconstituições que chegam até nós, sendo apropriadas pela sociedade e digeridas como fatos inquestionáveis, há complexidade que envolve a “consciência social” ao se basear e configurar suas memórias em dados também já selecionados. E quanto maior o afastamento histórico-temporal, mas facilmente vieses podem ser reforçados devido à reconfiguração pautada em reconstituições (RICOEUR, 2004).

Sobre a consolidação de crenças coletivas, Gohn (1997) também aponta que os estudos de Klandermans resgatam esse conceito objetivando o entendimento de representações sociais e do papel das comunicações nos movimentos sociais. Através de diversas orientações teóricas, conclui que

crenças coletivas são criadas não por indivíduos isolados mas por indivíduos em comunicação e cooperação nas rotinas cotidianas, por meio de encontros em congressos, partidos; conversações informais em bares, restaurantes e viagens; telex, fax, E-mail, Internet etc. Esses espaços criam um misto de vida interpessoal, transformando o que não é familiar em coisas familiares. O protesto social é, portanto, construído socialmente. (GOHN, 1997, p.84)

A partir desse entendimento podemos refletir sobre o conceito de memória coletiva de Halbwachs (2006) que aponta a configuração de múltiplas vozes na constituição do coletivo, enquanto paradoxalmente o uno se configura pelos múltiplos encontros sociais. Considerando a memória como um fenômeno social, configurado a partir de interações construídas em contextos que viabilizam o estabelecimento de “laços sociais”, observamos que o “encontro virtual” de grupos pode ser considerado suporte para a constituição de crenças coletivas. Tal questão pautará a investigação

aqui proposta sobre o uso da internet como espaço para a participação e representação da comunidade, e na formação da memória e do esquecimento a partir de possível diálogo com o canal comunitário.

A importância da construção de uma “solidariedade comunitária” a partir de movimentos sociais voltados para a comunicação pública como representante e voz da população local, pode ser melhor entendida através do conceito de memória coletiva. Cada um dos militantes e indivíduos de determinada comunidade, resgatam suas lembranças, suas histórias a partir da comunhão com o grupo social, visto que “temos sempre conosco e em nós uma quantidade de pessoas que não se confundem” (HALBWACHS, 2006, p.17). Essa relação consigo mesmo e com o outro no presente, também pode caracterizar o perfil dos movimentos sociais já sinalizados por Gohn (1997). Devemos estar atentos para que a comunicação comunitária não substitua seus atores de interesse, assim como ocorre com a mídia privada - indo além, a atuação circunspecta deve procurar se envolver com os diferentes casos que permeiam a comunidade, não necessariamente se restringindo ao presente e a temas que atraem atenção seguindo a lógica mercadológica de substituição de grupos ou personagens.

Nesse sentido, a memória individual corrobora através de pontos em comum com a construção e manutenção da memória coletiva. Para Halbwachs (2006), se a lembrança do indivíduo foi suprimida, isto indica que o mesmo não mais faz parte do grupo. Analogamente, para a formação de uma lembrança é necessário que haja concordância e união acerca de determinado evento fundamentado na comunhão social, a partir da aliança do indivíduo com a sociedade:

Para que nossa memória se auxilie com a dos outros, não basta que eles nos tragam seus depoimentos: é necessário ainda que ela não tenha cessado de concordar com suas memórias e que haja bastante pontos de contato entre uma e as outras para que a lembrança que nos recordam possa ser reconstruída sobre um fundamento comum. (HALBSWACH, 2006, p. 23)

O envolvimento ou engajamento com os sentimentos e ideias de um determinado grupo, assim como a fundamentação num interesse comum pode gerar confusão sobre a origem da lembrança. Se em nós mesmos ou nos outros. Para



Halbswachs (2006, p.31), essa sensação de lembrança nada mais é do que um eco daquilo que partilhamos através das influências recebidas de um grupo social. O autor ainda sinaliza que “a lembrança é em larga medida uma reconstrução do passado com a ajuda de dados emprestados do presente, e além disso, preparada por outras reconstruções feitas em épocas anteriores e de onde a imagem de outrora manifestou-se já bem alterada” (ibidem, p.48). Ou seja, a lembrança pode ser manipulada e simulada, tal como exposto por Ricoeur (2004).

Pelo apresentado, é essencial o posicionamento diferenciado da TV Comunitária, buscando equilíbrio entre a linguagem jornalística e seu compromisso com a resistência ao propiciar espaço para a expressão da comunidade, tendo ciência de que a memória dos indivíduos e da coletividade local são reflexos de uma visão alternativa do passado. (ROSSI, 2010, p. 29). Ainda segundo Barbosa (2007, p.41), “a memória funciona como lugar de nutrição da identidade. Sem memória, o sujeito não existe, não é.” E se “todo o conhecimento é uma forma de lembrança” (ROSSI, 2010, p.16), a constituição do saber coletivo e individual é consequência da dinâmica entre o olvido/esquecimento e memória/lembrança. O conhecimento é fruto de uma construção fragmentada e forjada. Por isso, “a história é jogo de revelação e encobrimento, de manifestação e ocultação” (ROSSI, 2010, p. 19).

### **Memória e esquecimento**

A história aprendida faz parte de esquemas e organizações cronológicas que se assemelham aos noticiários com seus marcos de aniversários de fatos. No entanto, é a vivência de uma situação que proporciona insumo para a memória individual e construção comum da lembrança social, do coletivo. Logo, a história de um país é um recorte de fatos devidamente selecionados que contribuem para a construção da memória coletiva local e para o sentimento de pertencimento entre os cidadãos. Por esta perspectiva, é possível compreender a relevância da TV Comunitária e sua atuação através da internet para dar voz e garantir “espaço” para a narrativa dos acontecimentos locais.

Apesar da comunicação fragmentada e dos vestígios deixados aleatoriamente na internet por diferentes autores, o novo contato com imagens, textos e áudios nos fazem reconstituir lembranças e cenários caracterizados. Sobre o acesso à escrita e às imagens, Assmann (2011) nomeia tais suportes como “mídias de memória” e explana sobre relação entre a memória e os meios, em suas mais diversas possibilidades de armazenamento. Apesar de sinalizar a era digital como enunciadora de uma “massa plástica que é sempre reformulada sob as diferentes perspectivas do presente” (ASSMANN, 2011, p.170), acreditamos que os novos meios ainda carregam a “aura” da escrita, com a qual também se constituem. Nesse caso, aqui pedimos licença para considerar todos os dados disponíveis na internet na atualidade – e não somente a escrita – como metáfora da memória que “é tão indispensável e sugestiva quanto extraviadora e imperfeita” (ASSMANN, 2011, p.166). Ou seja, a cada acesso aos conteúdos escritos e/ou audiovisuais depositados na internet, uma rememoração a um passado diferente visto que ocorre no presente (RICOEUR, 1994). É como se as lembranças se reproduzissem a partir do “conjunto de percepções atuais” (HALBWACHS, 2006, p.16). Neste ponto, deve-se considerar a participação da TV Comunitária na constituição da memória coletiva da comunidade, seja através da memória, seja através do esquecimento uma vez que:

El olvido puede describirse como el fracasso de la memoria e implica um rechazo o inhabilidade para comunicar. Apesar de que algunos argumenten que nuestra cultura está demasiado centrada em el passado, el olvido permanece bajo uma sombra de desconfianza y se ve como um fracasso evitable o como uma regresión indeseable. Por outro lado, la memoria puede ser considerada crucial para la cohesión social y cultural de uma sociedade. Cualquier tipo de identidade depende de ella. **Uma sociedade sin memoria es um anátema.** (HUYSEN, 2004, p.01, grifo nosso).

Sobre a problemática sinalizada por Huyssen, o olvido ou esquecimento não deve ser percebido ou identificado como uma deficiência, patologia ou negligência do indivíduo, mas ação que emana do próprio ato de existir e pensar. Para Ricoeur (2004), a sociedade é marcada pelo dever incondicional de lembrar frente à imposição de irremediavelmente nunca esquecer. No entanto, o esquecimento também faz parte da configuração narrativa, compõe parte do fluxo de construção e desconstrução da

memória para compor um discurso ou a “consciência social” de Halbwachs. Assim, o esquecimento possui capacidade de engendrar a libertação de um sofrimento (WEINRICH, 2001) e/ou articular a memória.

Esse jogo dialógico entre lembrar e esquecer, assim como suas consequências, fazem parte da dinâmica do ser social, sendo, no entanto, direcionado ou manipulado conforme os interesses da indústria midiática e de movimentos sociais, de acordo com a construção dos acontecimentos de determinada época. Isto nos possibilita inferir que a TV Comunitária deve atuar ativamente para apresentar perspectiva diferenciada dos fatos, sob a égide de sua missão representar a comunidade local, embora ciente de que se trata de uma construção narrativa apoiada em filtros.

Nesse caso, a atuação da TV Comunitária no contexto da comunidade como narradora de fatos, carregada de outras visões, pode funcionar como contraponto de valores já que “O passado não é só passado, mas portador de valores morais, civis” (LE GOFF, 2003, p. 212). Sua inserção como narradora ativa de fatos que evidenciam visões não hegemônicas, seja reforçando a memória coletiva, seja confrontando-a, possui potencial de viabilizar a educação, a imersão de um coletivo que não seja “entubado” pelo indivíduo, mas que este se identifique como constitutivo do coletivo e vice-versa, inclusive trazendo essa noção para discussão da narrativa midiática. Portanto, a partir da influência do tempo e da narrativa, a TV Comunitária deve ter como missão o fortalecimento de vínculos sobre bases comuns do grupo, viabilizando o engajamento do sujeito social em prol de uma comunicação comunitária local direcionada para a pluralidade de vozes, para a cidadania e para o desenvolvimento crítico da sociedade.

A partir das questões já expostas, entende-se a validade de estudarmos os vestígios disponíveis na internet sobre o caso do Morro do Bumba em Niterói/RJ visando correlacionar a memória e o esquecimento nas narrativas desenvolvidas que impactam na construção da identidade local e da consciência social da comunidade. Após o levantamento dos dados, espera-se obter indícios sobre a estratégia de atuação da TV Comunitária de Niterói no ambiente online, no que diz respeito ao envolvimento com a construção da memória coletiva e ao engajamento com a

comunidade local, a partir do fluxo de trocas de memórias e sensações fixadas sobre bases de conhecimento público, mas que seja diverso dos conteúdos hegemônicos produzidos e disseminados pelo “estrangeiro”, por aquele que não faz parte do mesmo grupo social.

## **Vestígios online da tragédia no Morro do Bumba**

Após chuva constante, o Rio de Janeiro presenciou uma sucessão de tragédias provocadas por alagamentos e deslizamentos em diferentes pontos do Estado. No dia 06 de abril de 2010, a cidade de Niterói foi atingida por um desastre natural. Outras regiões do Estado foram gravemente atingidas pelo desastre provocado pelas fortes chuvas e pelas condições inadequadas de saneamento e de estrutura das cidades para escoar grande volume de águas. O total de 163 vítimas foram contabilizadas<sup>5</sup>, sendo dezenas<sup>6</sup> moradores do Morro do Bumba.

Embora as medidas públicas que envolvem planos políticos, econômicos e sociais sejam alvos de muitos debates, aqui nos propomos a verificar brevemente os vestígios ou rastros de dados disponíveis na internet sobre a referida tragédia. Para tanto, avaliaremos vestígios que constroem a memória deste fato, considerando primordialmente como a TV Comunitária de Niterói se inseriu na construção de comunicação horizontal e dialógica que propicie o envolvimento do público. Como recorte metodológico será avaliado o caso do desmoronamento do Morro do Bumba e a atuação da TV Comunitária de Niterói a partir de questões que envolvem memória e esquecimento.

Após completar cinco anos em abril de 2015, o referido caso é emblemático não somente pela repercussão nacional, pelo número de mortos e desaparecidos, pela quantidade de pessoas desabrigadas, como também pelos vestígios que permanecem

---

<sup>5</sup> <http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,,MUL1561566-5606,00-HA+AO+MENOS+SOTERRADOS+NO+MORRO+DO+BUMBA+DIZ+SUBSECRETARIO+DE+DEFESA+CIVIL.html>

<sup>6</sup> A imprecisão dos números noticiados parece se intensificar com o passar do tempo. O frenesi da contagem de vítimas com atualização em “tempo real” esvaece nas narrativas que contabilizam os aniversários da tragédia.

nas diferentes plataformas online, proporcionando o “resgate” de lembranças pela mídia e pela sociedade, ainda que através de memórias manipuladas. Diante do menor volume de notícias, a “comemoração” ou a lembrança possui conotação negativa pelo trauma do acontecimento, mas ainda assim, construir a narrativa é esquecer (HUYSEN, 2014).

Nesse contexto, foi realizada observação entre os dias 17 e 24 de julho de 2015 das principais plataformas<sup>7</sup> disponíveis online para a compartilhamento de conteúdos (Google, YouTube, Twitter e Facebook) com intuito de identificar vestígios de comunicações realizadas pelas TVs Comunitárias, sobretudo a de Niterói região onde ocorreu a tragédia do Morro do Bumba. Na busca orgânica realizada pelo Google, principal ferramenta de busca, a *query* “morro do bumba” apontou 263.000 resultados. Ainda no Google, mas tendo como referência o acréscimo da palavra “Facebook” (*query* “Facebook: morro do bumba”), a busca retornou 54.000 resultados. Quando foram agregadas palavras como “tragédia ou deslizamento”, foram encontrados 38.800 resultados. Agora, sem a palavra “Facebook” na busca pelo Google, os números reduzem para 15.500. Por fim, com a inclusão de palavras<sup>8</sup> como “canal comunitário ou TV comunitária ou comunidade”, a ferramenta apontou 416 registros.

No YouTube, maior site de compartilhamento de vídeos, a busca por “morro do bumba” apresentou 6.520 resultados, destes 64 vídeos identificados como de algum modo relacionados a “TV Comunitária”, sendo apenas dois da TV Comunitária de São Gonçalo e dois da TV Comunitária de Niterói. Esta última postou os vídeos referentes aos três anos (aproximadamente 7 minutos de conteúdo audiovisual com 234 visualizações)<sup>9</sup> e quatro anos (cerca de 5 minutos<sup>10</sup> com 163 visualizações) do desastre, sendo que o vídeo de três anos fora publicado como registro dos adolescentes desabrigados. Como antes exposto, sabe-se que o acesso à tecnologia

<sup>7</sup> <http://iabbrasil.net/>

<sup>8</sup> Query: “morro do bumba + (tragédia ou deslizamento) + (canal comunitário ou TV comunitária ou comunidade)”

<sup>9</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=KHlhO834XKo>

<sup>10</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=3E8RgQ5UCmU>



muitas vezes é seletivo, mas observa-se reduzido espaço para a comunidade nos dispositivos já utilizados pela TV Comunitária, que eventualmente poderia direcionar e proporcionar este momento de vínculo e aprendizado.

Figura 1 - Imagens dos vídeos compartilhados pela TV Comunitária de Niterói



Fonte: [www.youtube.com.br](http://www.youtube.com.br)

No Facebook, foram localizadas quatro comunidades cadastradas com temas relacionados ao Morro do Bumba, porém até o referido período da análise, “Desastres naturais no Rio de Janeiro...” apresentou apenas 29 curtidas, enquanto a comunidade (“Morro do Bumba Tudo<sup>2</sup>), com maior número de seguidores (378), possui posts estivessem relacionados a assuntos diversos e cotidianos da região que não o desastre. Já no microblog Twitter, foram localizados 159 mensagens<sup>11</sup> relacionadas à *query* “Morro do Bumba”.

Além dos vídeos citados e compartilhados pelo YouTube, os vestígios mais recentes encontrados através da busca orgânica (por relevância) do Google são matérias sobre os cinco anos do acontecimento registradas pelo Jornal Extra, Agência Brasil da EBC, Jornal O Dia, além do Portal UOL, da Rádio TUPI AM e da Organização Rioonwatch. As matérias citam a tragédia, a contabilização dos anos, a esperança dos sobreviventes de receber abrigo digno. Através do Twitter, observamos que alguns canais de notícias como Repórter Brasil e Repórter Rio publicaram mensagens sobre a tragédia em 2014. Também localizamos registros de internautas sobre o caso, sendo os mais recentes aqueles que datam do ano 2013. A seguir, exemplos de posts:

<sup>11</sup> <https://twitter.com/hashtag/morrodobumba?vertical=default>

Figura 2 – Mensagens publicadas pelos internautas através do Twitter



Fonte: [www.twitter.com.br](http://www.twitter.com.br)

Ao longo do tempo, os textos e as narrativas sobre o caso reduzem volume e frequência. Em suma, a maior parte das mensagens lamentam o ocorrido e fazem referência às notícias divulgadas sobre o assunto – o poder da catarse provocada por narrativas midiáticas. A comunidade afetiva, ainda que não ligada diretamente ou disponível fisicamente, garante a conectividade e o conhecimento sobre a vivência de um sujeito outro até então desconhecido. Este, por sua vez, tem sua narrativa contada conforme ordenamento midiático, porém continua anônimo porque não adquire voz no meio - quando muito, faz parte de um enquadramento que também permeia a estratégia do esquecimento pelo apagamento (RICOER, 2004).

Se o passado é uma lembrança no presente e o futuro uma projeção no presente, uma tragédia que marca a comunidade se encrusta, sendo capaz de transferir valores morais e civis, marcas de indignação e afetos que se alastram por gerações. Numa velocidade que foge aos nossos sentidos, o presente das pessoas que estavam no Morro do Bumba se explica pelo passado histórico de desigualdade e pela ausência de política pública - uma relação cíclica a qual não propomos explorar neste espaço.

Segundo Rossi (2010, p. 24), a memória “tem algo a ver não só com o passado, mas também com a identidade e, assim (indiretamente), com a própria persistência no futuro”. Nesse caso, a transformação provocada pela tragédia do Morro do Bumba cristaliza uma identidade entre os que compartilham essa memória, sobretudo sobreviventes que marcados e presos ao passado, inclusive pela ausência de

política social que amenize o cenário dos desabrigados, torna-se ainda mais “natural” a persistência desses vestígios no futuro. Rastros ancorados em uma temporalidade fluída (tríplice do presente – Ricoeur, 1994) que alteram o futuro vivido, não sendo somente a rememoração do passado que os prende, mas a eternidade do presente que não se leva e prolonga a dor da perda.

De fato, o tema é sensível e complexo, mas ratifica o exposto por WEIRICH (2001, p.49): “a morte é o mais poderoso agente do esquecimento. Mas não é onipotente. Pois os homens desde sempre ergueram trincheiras de recordação contra o esquecimento na morte, (...)”. Ou seja, tal como sinalizado por Rossi (2010), aqueles que não mais estão permanecem na memória dos outros e assim, somente desaparecem completamente quando também se vão os últimos que estavam em condições de recordá-los. E assim prevalece o dever de memória (questão moral) corroborando com o sentimento de justiça devido às vítimas, dever relacionado psicologicamente tanto com a própria atividade de memória como com a atividade de luto (RICOEUR, 2003). Logo, diante da cultura da memória, a TV Comunitária também pode mostrar-se presente, utilizando além da radiodifusão plataformas online para configuração de discursos que evitem a lógica hegemônica, mas representem a comunidade local e promovam o envolvimento.

## **Conclusão**

A análise das mensagens compartilhadas pelos internautas e das notícias publicadas pela mídia é um celeiro rico para a contextualização da memória e do esquecimento a partir de catarse e afetos demonstrados na constituição de narrativas audiovisuais e/ou textuais sobre o Morro do Bumba. No entanto, através de estudo complementar a este, seguiremos com esta avaliação uma vez que aqui nos propomos a uma exposição sobre os vestígios da referida tragédia disponíveis na internet e sobre a participação da TV Comunitária na configuração de “consciência social”, a partir de sua atuação na constituição dos fluxos de memória e esquecimento.

Esta análise prévia faz parte de estudo sobre a TV Comunitária no ambiente online e suas possíveis estratégias de engajamento. E justamente tendo como base o referido estudo de caso sobre a tragédia no Morro do Bumba, com poucos vestígios da TV Comunitária de Niterói na internet e com reduzida representação da comunidade local atingida, convidamos ao diálogo sobre a atuação de comunicação pública comunitária visando proporcionar a pluralidade de vozes. Que faça parte da construção da memória coletiva para desenvolver envolvimento pela troca de informações sobre uma base comum: as ocorrências na comunidade - a luta, o sofrimento, as vitórias, as memórias e os esquecimentos. Aqui permanece a ideia marcada por Agostinho, Ricoeur e Weirich sobre a existência do esquecimento mesmo diante da memória, assim como a concepção do silêncio que promove o apagamento conforme dinâmica das narrativas midiáticas. Sob este entendimento, seguimos para reflexão sobre a comunicação comunitária, tendo como referência uma frase de Isak Dinesen devidamente apropriada por Ricoeur (2003): “As penas, sejam elas quais forem, tornam-se suportáveis se as narrarmos ou fizermos delas uma história”.

## **Bibliografia**

ASSMANN, Aleida. Sobre as metáforas da recordação. In: ASSMANN, Aleida. *Espaços da recordação: formas e transformações da memória cultural*. Campinas: Unicamp, 2007, p. 161-220.

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

GOHN, Maria da Glória. *Teoria Dos Movimentos Sociais Paradigmas Clássicos E Contemporâneos*. São Paulo: Loyola, 1997.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: centauro, 2006. P.29-70.

HUYSEN, Andreas. Resistência à memória: usos e abusos do esquecimento público. In: HUYSEN, Andreas. *Culturas do Passado-presente: modernismos, artes visuais, políticas da memória*. Contraponto/MAR, 2014, p.155-176.

HUYSSSEN, Andreas. Resistência a la Memoria: los usos y abusos del olvido público. Trabalho apresentado ao XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Porto Alegre: PUC-RS, 30 ago a 03 set 2004. Disponível em:  
[http://intercom.org.br/memoria/congresso2004/conferencia\\_andreas\\_huyssen.pdf](http://intercom.org.br/memoria/congresso2004/conferencia_andreas_huyssen.pdf)  
Acesso: 27 jul 2015.

LE GOFF, Jacques. Passado/Presente. In:\_\_\_\_\_. *História e memória*. Campinas, Unicamp: 2003. P. 207-233.

MORAES, Dênis. *A batalha da mídia*. Governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios. Rio de Janeiro: Ed. Pão e Rosas, 2009.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Tomo 1. Tradução Constança Marcondes Cesar. Campinas, SP: Papirus, 1994, p. 10-147.

\_\_\_\_\_. Memória e imaginación. In: RICOEUR, Paul. *La memoria, la historia, el olvido*. Traducción de Agustín Neira. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica, 2004. p. 21-79.

\_\_\_\_\_. *Memória, história, esquecimento*. Budapeste, 2003. Disponível em:  
[http://www.uc.pt/fluc/lif/publicacoes/textos\\_disponiveis\\_online/pdf/memoria\\_historia](http://www.uc.pt/fluc/lif/publicacoes/textos_disponiveis_online/pdf/memoria_historia)  
Acesso em 24 jul 2015.

ROSSI, Paolo. Lembrar e Esquecer. In: ROSSI, Paolo. *O passado, a memória, o esquecimento*. Tradução de Nilson Moulin. São Paulo: Unesp, 2010. p.15-38.

\_\_\_\_\_. A ciência e o esquecimento. In: ROSSI, Paolo. *O passado, a memória, o esquecimento*. Tradução de Nilson Moulin. São Paulo: Unesp, 2010. p. 167-216.

WEINRICH, Harald. *Lete: Arte e crítica do esquecimento*. Tradução de Lya Luft. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 15-66.



## **Ativismo digital como esfera de comunicação alternativa – Narrativas do coletivo Mídia Ninja e seu papel na circulação de informação<sup>1</sup>**

Cláudia Rodrigues<sup>2</sup>

**Resumo:** O protagonismo do coletivo Mídia Ninja durante as jornadas de junho, em 2013, foi emblemático no sentido de apontar o alcance da mídia digital alternativa. Através de um percurso que situa sua história, o artigo relaciona a revitalização da esfera pública no campo virtual, com base na teoria habermasiana. Trata da questão da visibilidade e do déficit de comunicação com fulcro no advento do jornalismo cidadão e seus novos paradigmas. Busca analisar as rotinas de produção e a evolução dos midiativistas com auxílio da observação participante e entrevistas. A metodologia do newsmaking (no que tange os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade) é base para análise de conteúdo de postagens a fim de investigar o quão efetiva é a construção de uma agenda setting e a circulação de informação contra-hegemônica.

**Palavras-chave:** internet, midiativismo; visibilidade; narrativas; esfera pública.

### **Introdução**

A liberdade de publicar conteúdo próprio nas mídias sociais e o alcance das plataformas digitais, impulsionaram a atuação de coletivos de mídia independente que praticam uma polifonia de narrativas. Nesta esteira, o midiativismo deu visibilidade e voz a movimentos sociais e causas que nem sempre têm espaço na grande mídia. Como resultado de sua própria natureza, a internet “foi concebida para ser indiferente ao conteúdo que transportava” (WU, 2011 p.308). É esta liberdade de publicar, em tese sem censura, que suscita a atuação de medias alternativas, de sujeitos marginalizados, de vozes dissonantes (ROMANO, DAHLBERG, MAIA).

A proliferação de coletivos que atuam produzindo notícias na internet gerou uma revitalização da esfera pública no campo virtual que implica em uma construção social perceptível no ambiente das redes sociais (BRITTES, MAIA, SALTER). As formas de atuação e de interação atendem aos interesses de cada ator (SALTER). Podemos avançar nesta ideia ao observar como o virtual extrapola o espaço das redes e vaza para

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Ciência, Discurso e Poder, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Comunicação da PUC-Rio. E-mail: [claudiar63@gmail.com](mailto:claudiar63@gmail.com).

as ruas. Movimentos vão da Internet para as ruas em uma dinâmica que se consubstanciou, em graduações diversas, durante e depois das jornadas de junho – os protestos que varreram o país em 2013. Mais de cinco mil pessoas, por exemplo, atenderam à convocação para a assembleia realizada no dia 26/06/2013 no Largo do São Francisco, no Rio de Janeiro, encontro que foi alardeado por diversos coletivos<sup>3</sup>. Antecedentes desta mobilização de massa alimentada pela internet já haviam eclodido na Primavera Árabe (protestos na Tunísia e Egito), nos Estados Unidos (Occupy Wall Street) e na Espanha (Indignados e 15M).

[...] a mudança fundamental no campo da comunicação é a autocomunicação de massas – o uso da Internet e as redes sem fio como plataforma de comunicação digital. É comunicação de massa porque processa mensagens de muitos para muitos com potencial de atingir uma multiplicidade de receptores. [...] a produção de mensagem é decidida de forma autônoma por quem envia, o destino é dirigido e a recepção é autoselecionada. A autocomunicação de massas é baseada em redes horizontais de interação que são difíceis de controlar por governos e corporações. [...] A autocomunicação de massas fornece a plataforma tecnológica para a construção da autonomia do ator social, seja ele indivíduo ou coletivo. (CASTELLS, 2012, p.6-7)

O coletivo Mídia Ninja é um dos protagonistas que aponta e representa este novo paradigma de circulação de informação *online*. Os midialivristas transformaram-se em fenômeno ao cobrir, em tempo real, os protestos em 2013 através do aplicativo *twitcasting*, com a subversão do uso do celular e do acesso 3G. Ganharam viralidade ao desconstruir versões veiculadas pela imprensa. As transmissões em tempo real na Internet, de imagens sem muita resolução, provocaram agenciamento nas redes sociais com a veiculação de relatos no olho do furacão, o que impôs uma quebra no monopólio de informação da grande imprensa.

Foi a exibição do material captado pela Mídia Ninja na edição do dia 23/07/2014 no Jornal Nacional da Rede Globo<sup>4</sup> que deu ainda mais fôlego ao coletivo. A página da

<sup>3</sup>Disponível na página do Fórum contra o aumento das passagens <https://www.facebook.com/forumcontraoaumento/photos/pb.107119146116213.2207520000.1416250.186855951475865/?type=1&permPage=1>. Acesso em 17/11/2014.

<sup>4</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2013/07/inquerito-diz-que-manifestante-presos-no-rio-nao-portava-coquetel-molotov.html>. Acesso em 01/07/2015

Ninja que tinha 2 mil likes chega a 200 mil em um mês<sup>5</sup>. Hoje, a Mídia Ninja (acrônimo para Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação) é seguida por 325 mil 041<sup>6</sup>, uma marca bastante distante de grupos com propostas similares.

A viralidade do coletivo nas redes sociais ganhou força com a desconstrução da versão da PM sobre a prisão, no dia 22/07/2014, do estudante Bruno Ferreira Teles, acusado de portar 20 coquetéis Molotov. A transmissão, em twitcasting, da entrevista com o rapaz feita, na 9ª DP, pelo Ninja Filipe Peçanha, que também foi preso, desencadeou a publicação de uma série de imagens nas redes sociais que desmentiam a polícia. O coletivo chegou a atingir a marca de 1 milhão de pessoas atingidas, por semana, pelos indicadores do Facebook<sup>7</sup>, e incentivou a pulverização de colaboradores. Cidadãos (alguns dos quais eram jornalistas) foram às ruas com seus celulares e acesso 3G ou 4G acompanhar os protestos e narrar seu ponto de vista. A entrada em ação da Mídia Ninja elevou o pico de acessos do aplicativo, no auge das transmissões, para 300 mil visitas diárias apenas por causa da atuação de dezenas de midialivistas espalhados pelo país<sup>8</sup>.

O jornal francês Le Monde<sup>9</sup> denominou a Mídia Ninja como a “mídia social dos manifestantes no Brasil”. Os midiativistas atuavam de norte a sul, incluindo cidades do interior. A capacidade de cobertura nacional da Mídia Ninja deve-se ao fato de ser um braço do coletivo Fora do Eixo, constituído em 2008, em Cuiabá, partir da formação, em rede, de coletivos produtores culturais dispostos a articular um circuito cultural fora do centro hegemônico e promover artistas autorais, muitos dos quais desconhecidos no eixo Rio-São Paulo. Quatro anos depois, o FdE já conectava 122 coletivos, cinco casas coletivas e a parceria de outros 400 coletivos. Em 2013, contabilizava 18 casas coletivas, 91 coletivos e aproximadamente 650 coletivos parceiros. Operava,

---

<sup>5</sup> Informação de Rafael Vilela em entrevista concedida no dia 27/07/2015.

<sup>6</sup> Dado coletado no dia 17/08/2014 às 23h15.

<sup>7</sup> Informação fornecida por Filipe Peçanha, membro do coletivo em entrevista ao documentário “Levante” disponível em <http://levante.vc/>.

<sup>8</sup> Informação concedida pelo analista Yoshi Yanashida no vídeo Levante disponível em <http://levante.vc/>

<sup>9</sup> Matéria “Lé média social des manifestations au Brésil” publicada no dia 21/07/2014. Disponível em <http://america-latina.blog.lemonde.fr/2013/07/21/ninja-le-media-social-des-manifestations-au-bresil/>  
Acesso em 30/07/2015.

diretamente, com mais de 600 membros mas arregimentava mais de 2 mil atores (SAVAZONI, 2014, p. 27).

O alcance da Mídia Ninja durante as jornadas causou impacto e curiosidade, revelou o FdE e suscitou questionamentos sobre seu modelo de negócio<sup>10</sup>, baseado em vida coletiva nas casas do coletivo, moeda social (o card), caixa coletivo, reciprocidade e permutas. Recursos obtidos através de financiamento de leis de incentivo ou via editais públicos pelas organizações que formam o FdE também reforçam o caixa comum. O Fora do Eixo acabou por sofrer uma onda de ataques a partir de denúncias de ex-membros sobre trabalho escravo que viralizaram nas redes sociais<sup>11</sup>. Em contraponto, pipocaram artigos e depoimentos expondo análises idiossincráticas sobre o FdE<sup>12</sup>.

Dentro da estrutura do FdE, a Mídia Ninja foi concebida como um canal de programas (a Pós TV) e como veículo para transmissões ao vivo de protestos e registro de material fotográfico diferenciado com a finalidade de dar visibilidade às “causas políticas diversas com as quais a rede tenha afinidade” (SAVAZONI, 2014, p.32). Os

---

<sup>10</sup> “O sistema financeiro da rede Ninja e do Fora do Eixo não constitui nada de revolucionário, existe em milhares de experiências pelo mundo afora e no Brasil, e consiste em reciprocidades baseadas em uma moeda contábil, ou simbólica, que pode ser representada por horas de trabalho. [...] trabalham com pouco dinheiro oficial (reais) e com muito dinheiro equivalente (cards), em que um grupo que realiza um show apoiado no esforço de organização de outro, por exemplo, passa a assegurar uma contribuição correspondente em reciprocidade em outro local ou cidade, expressa em cards, mas sem necessidade de dinheiro (DOWBOR, 2013, online, apud SAVAZONI).

<sup>11</sup> Post da cineasta Beatriz Seigner em que acusa o FdE de “trabalho escravo” e “estelionato de criações” e de receber verba de patrocínio em seu nome. Disponível em <<https://www.facebook.com/beatriz.seigner/posts/10151800189163254?refid=12>>. Sobre este tipo de crítica, Savazoni expõe que “se muitos compreendem a dinâmica (do FdE) e se propõem a integrar relações baseadas na confiança dentro da rede, outros muitos se colocam contrários ao modelo e fazem da remuneração imediata – o pagamento de cachês – uma bandeira de luta” (SAVAZONI, 2014, p. 75). Em sua dissertação, o autor relaciona a opinião do site PASSA PALAVRA sobre o coletivo: “[...] utilizam de seus meios de produção, gerados por meios de produção cultural independente, para ofertar know-how e a expertise na gestão de redes sociais e de comunicação digital” (SAVAZONI, 2014, p. 93).

<sup>12</sup> Para a professora Ivana Bentes, da Universidade Federal do Rio de Janeiro (atual secretária da Cidadania e Diversidade Cultural do Minc), o coletivo articula um novo sujeito social que não segue a lógica do modelo fordista e cria novos mercados ao articular práticas de “criação do comum” e de “comunidades dentro do sistema vigente” (SAVAZONI, 2014, p. 96). Henrique Parra e Gavin Adams pontuam que o “esgotamento das tradicionais formas de organização política” apontam a necessidade de “novas formas de ser e sentir, de trabalhar e morar”. Os autores percebem uma “força em movimento” que pode indicar tanto o solapamento da hegemonia ou sua “transformação libertária profunda” ou um processo, ao mesmo tempo, de captura das “potencialidades para fins de manutenção do capitalismo”. SAVAZONI, 2014, p. 97).

ativistas digitais testaram a plataforma midiática antes das jornadas de junho de 2013, na cobertura das eleições municipais em São Paulo, em 2012, e, posteriormente, na Marcha da Liberdade, em São Paulo (uma resposta à repressão contra a Marcha da Maconha, na mesma cidade), que obteve audiência de 90 mil pessoas.

Em sua página de notícias<sup>13</sup> criada na plataforma Oximity em 2014, o coletivo se apresenta como um instrumento de luta por justiça social e por mudanças políticas, econômicas e culturais. “Vivemos numa cultura peer-to-peer (P2P) que permite às pessoas dividirem informação sem os tradicionais mediadores”, informam, acrescentando que as novas tecnologias possibilitam o compartilhamento sem a “absorção passiva da informação”. “Cidadãos multimídia”, dessa forma, “podem gerar sua própria opinião e distribuí-la no mundo virtual”.

O coletivo entende que existe uma lacuna comunicativa ou falta de visibilidade de certos temas, preferencialmente de cunho social, na mídia corporativa – uma leitura que permite aproximação da visão habermasiana de déficit de comunicação a partir das mudanças estruturais na esfera pública burguesa do século XVIII.

Rafael Vilela, gestor da Casa Fora do Eixo São Paulo e fotógrafo da Mídia Ninja, afirma que o coletivo é um movimento e localiza e reconhece uma contradição: “a lógica do veículo é a da filtragem, do uso comercial, da repercussão, do nicho; a lógica do movimento é agregar, envolver, é o processo político e a formação de base”<sup>14</sup>.

Este artigo analisa o autointitulado jornalismo cidadão praticado pelo coletivo em diferentes meios digitais a partir da verificação das postagens publicadas em seu site e em sua página no Facebook. Apoiado na observação participante, entrevistas em profundidade e análise de conteúdo das narrativas, pautada pela metodologia do newsmaking (no que tange os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade), procura mapear a produção de sentido engendrada pela Mídia Ninja.

## **Redes de comunicação e troca de pontos de vista**

---

<sup>13</sup> Endereço do site: <https://ninja.oximity.com/>

<sup>14</sup> Depoimento concedido à autora do artigo em entrevista realizada no dia 27/07/2015 na Casa Fora do Eixo São Paulo.



Diferente dos meios de comunicação de massa – em que um único emissor atinge vários receptores, as plataformas ciberespaciais, em função de particularidades como interatividade e sincronia – a interlocução dos usuários em tempo real –, propiciam comunicação horizontal entre muitos, com possibilidade de interferências mínimas e troca de informação autônoma, autoral e independente. Os agentes atuam ao mesmo tempo como produtores e consumidores de informação dentro de uma dinâmica que pode potencializar a visibilidade e a discussão. É nessa esfera pública virtual que se trocam ideias e, conseqüentemente, forjam-se opiniões críticas (BRITTES, 2004).

Habermas define a esfera pública burguesa como um locus onde os cidadãos podem argumentar e desenvolver opinião crítica (HABERMAS, 1984). O autor observa a importância da imprensa literária. Como define Marcondes Filho, o jornalismo nascente, de 1789 até metade do século XIX, foi o da “iluminação” o do “esclarecimento político e ideológico” (MARCONDES, 2000, p.11). Em Paris, entre fevereiro e maio de 1789, surgiram 450 cubes e mais de 200 jornais (ibidem, p.12). A profusão de panfletos e jornais opinativos que despontaram na época nos permite aproximar a realidade da liberdade de expressão com a polifonia de vozes e opiniões que as mídias sociais disparam na internet.

Com a mudança estrutural na esfera pública, nasce o “consumidor de cultura” (HABERMAS, 1984). Os jornais sucumbem à lógica mercadológica do consumo de massa da *penny press*<sup>15</sup> que obtém “maximização de sua venda com a despolitização do conteúdo. Os jornais deixam de lado a crônica e adotam a reportagem, a enquete e a entrevista (MARCONDES, 2000, p.24). Com menos autonomia, o redator perde para o editor a liberdade de escrever dentro de uma linha editorial – que embute opinião – uma vez que a notícia ganha outro tratamento (ibidem, 2000 p.25).

Podemos assinalar que houve uma primeira onda de revitalização da esfera pública, na década de 70, quando as ideias de Habermas repercutem na Europa e há um movimento de parcela da oposição disposto a resgatar território de fala a partir de jornais alternativos e rádios piratas. No Brasil da ditadura militar, a imprensa alternativa

---

<sup>15</sup> Jornais a preços módicos.

fervilha<sup>16</sup>. Neste sentido, podemos verificar uma arqueologia que traça um elo de ligação entre o jornalismo opinativo do século XVIII, a imprensa alternativa (ou comunitária) da década de 70 e a atuação de certo tipo de mídia independente que tem como proposta a circulação de um pensamento contra-hegemônico. Com base em pressupostos históricos da mídia alternativa, Peruzzo assinala que uma mídia digital autônoma e independente se enquadra naquela nomenclatura se adota “uma linha editorial crítico-progressista em prol da democracia, uma comunicação contra-hegemônica” (PERUZZO, 2008, p. 139).

Os *mass-media*, ao relatarem a realidade, apontam assuntos e temas que serão debatidos pelo público, discussões a partir das quais serão emitidas opiniões e julgamentos de valor. Por seu caráter fragmentador, as mídias digitais afetam a agenda *offline* e enfraquecem o papel centralizador de *gatekeeping* dos editores de notícia e interferem na produção da agenda-setting, um filtro que seleciona os acontecimentos que chegarão aos leitores e telespectadores (TEWKSURY; RITTENBERG, 2009).

As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass-media* incluem ou excluem de seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (Shaw, 1976, p. 96 apud Wolf, 2004, p. 144)

“Os media definem para a maioria da população quais acontecimentos significativos ocorrem, mas também oferecem poderosas interpretações de como compreender esses acontecimentos”, expõe Stuart Hall (HALL apud TRAQUINA, 2012). A visão está no cerne das teorias estruturalista e interacionista que percebem o jornalista como participante ativo na construção da realidade. Aguiar ressalta que a diversidade de narrativas comuns no jornalismo cidadão, que na maioria das vezes não é exercido por profissionais da imprensa, dá conta das “produções de sentido sobre a realidade social em disputa nas democracias pelos seus segmentos politicamente organizados” (AGUIAR; BARSOTTI, 2011, P.11).

---

<sup>16</sup> Surgem veículos como Pasquim, Opinião, Movimento, Pato Macho e De Fato, entre outros.

## Na prática

O surgimento de programas de compartilhamento de arquivos *peer-to-peer*, como Napster, Gnutella e KaZaa – resultou em novos modelos de distribuição de conteúdo que abriram espaço para a cooperação em rede. Bruns define veículos *peerto-peer* como páginas “que facilitam a troca de informação e opinião entre seus usuários, geralmente com mínima ou nenhuma interferência do site” (BRUNS, 2003, p.2).

Essa facilidade fez multiplicar as iniciativas de jornalismo cidadão. Um exemplo de mídia cidadã – que Rousiley Maia considera uma rede de solidariedade e vigilância” (MAIA; GOMES, 2008, p.36) é o IMC – Indymedia – que ganhou notoriedade ao mostrar a violência policial contra ativistas na contramão das notícias veiculadas pela grande imprensa durante o encontro da Organização Mundial do Comércio (OMC), em Seattle, Estados Unidos, em 1999.

A exemplo do IMC, a Mídia Ninja é um coletivo que se propõe a fazer mídia independente. Na rotina de produção, faz transmissões via twitcasting de eventos, publica posts em sua página, em seu perfil no Facebook<sup>17</sup> (a plataforma mais ativa) e guarda os programas de entrevista realizados dentro e fora das casas coletivas no canal Pós TV<sup>18</sup>. Na *webpage* republica matérias de colaboradores e de coletivos parceiros<sup>19</sup> filtradas por um núcleo duro<sup>20</sup>. Foram as transmissões via *twitcasting* nas jornadas de junho exibidas na página Live de Mídia Ninja<sup>21</sup> que promoveram, via streaming, coletivização e mobilização do espectador. O aplicativo de celular exibe *tweets* dos seguidores em uma tela reduzida que permitiram, para além da conversação, a troca de alertas e orientações sobre focos de protestos e riscos na cobertura que se realizava<sup>22</sup>.

<sup>17</sup> Disponível em <https://www.facebook.com/midiaNINJA?fref=ts>. Acesso em 12/08/2015

<sup>18</sup> O canal trata de temas como racismo, homofobia, questões LGBT, funk, política e cultura. Disponível em <http://postv.org/> Acesso em 12/08/2015.

<sup>19</sup> Fácção, Outras Palavras, Jornalistas Livres, Brasil de Fato e Página 12, e matérias encaminhadas por outros midialivristas.

<sup>20</sup> Os membros da Mídia Ninja usam o telegram para trocar informações e sugestões e definir suas ações. Informação de Ana Pessoa (membro da Mídia Ninja) em entrevista concedida em 16/06/2015.

<sup>21</sup> Disponível em <http://us.twitcasting.tv/midianinja/movie/191894125>. Acesso em 13/08/2015

<sup>22</sup> Conversa entre seguidores e Ninja durante transmissão no Maracanã, no dia 30/06/2014. Disponível em <http://us.twitcasting.tv/midianinja/movie/14857735>. Acesso em 17/08/2015.

D’Andrea observa que fica evidente “o processo de engajamento da audiência conectada na construção de um discurso compartilhado entre a emissão audiovisual e as redes sociais alavancadas por ela (D’ANDREA, 2014, p.13). É o envolvimento deste espectador virtual que dita o regime de visibilidade imposto pelo coletivo (ibidem, apud Migliorin, 2011, p.13).

Hoje, faz menor uso da transmissão via twitcasting que ajudou a popularizar, e deu visibilidade ao coletivo, e nem sempre mantém o registro gravado na plataforma. O aplicativo promoveu intensa interação entre os ativistas da Mídia Ninja e seus seguidores nas jornadas e nos movimentos Ocupa (Câmaras de Belo Horizonte e do Rio de Janeiro e Ocupa Cabral, em frente à casa do governador do Rio de Janeiro). Em momentos de pico de audiência, mais de 10 mil pessoas acompanharam as coberturas simultaneamente<sup>23</sup>. No entanto, atualmente, há menos seguidores nesta plataforma e algumas transmissões obtêm audiência simultânea de pouco mais do que 20 pessoas<sup>24</sup>.

Desde que começou a atuar, a Mídia Ninja passa por um processo de mudança aliado à conjuntura do país e à percepção das restrições do próprio coletivo no que tange sua estrutura<sup>25</sup>. A adoção de memes<sup>26</sup> e de vídeos editados e curtos é uma tendência. O coletivo se dedica mais a “articular processo do que produzir conteúdo”<sup>27</sup>. A organização do Festival do Amanhecer São Paulo (contra a redução da Maioridade Penal), em Capão Redondo, Zona Oeste de São Paulo, no dia 15/08/2015 – que reuniu mais de 30 movimentos em quatro assembleias –, a performance durante o ato “Fora Dilma, no dia 16/08/2015<sup>28</sup> e a Feijoada organizada na ocupação do MTST em Niterói,

<sup>23</sup> <http://us.twitcasting.tv/midianinja/movie/14856505>. Acesso em 13/08/2015

<sup>24</sup> Cobertura da Marcha das Margaridas, em Brasília é exemplo. Disponível em <http://us.twitcasting.tv/midianinja/movie/191894125>. Acesso em 12/08/2015.

<sup>25</sup> <http://us.twitcasting.tv/midianinja/movie/191894125>

<sup>26</sup> Foram produzidas 49 referências escrachadas ao presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha até a presente data. Em exemplo: <https://www.facebook.com/midiaNINJA/photos/pb.164188247072662.-2207520000.1439921331./513594948798655/?type=3&theater>. Acesso em 18/08/15

<sup>27</sup> Informação de Rafael Vilela, que liderou quatro assembleias de movimentos na organização do Festival do Amanhecer São Paulo, em entrevista concedida no dia 27/07/2015.

<sup>28</sup> Vídeo de performance de integrantes do Fora do Eixo/Mídia Ninja/Jornalistas Livres. Disponível em <https://www.facebook.com/midiaNINJA/photos/pcb.532849676873182/532847413540075/?type=1&theater> Acesso em 17/08/2015. Na reunião de pauta da cobertura o ato “For a Dilma”, em abril, definiram-se temas de contraponto.

no dia 15/08/2015<sup>29</sup>, são três exemplos. Estas estratégias aproximam a Mídia Ninja<sup>30</sup> do formato mídia tática (que não procura se consolidar como veículo alternativo). “Diz respeito a estabelecer campanhas midiáticas dentro da tática de guerrilha, alianças novas e transformadoras” (MEIKLE, 2002, P. 119-120).

O tom da cobertura do ato Fora Dilma, quando foram usadas as *hashtags* #RolezinhoFichaSuja e #CarnaCoxinha nos posts da Mídia Ninja no Facebook foi jocoso e a Pós TV transmitiu ao vivo, na mesma noite, o programa Hate Parade, com análises sobre a manifestação. O coletivo se explicita: é sujeito ativo no processo político; faz fluxo de informação para facilitar a visibilidade de temas nos quais acredita e que se constituem suas notícias; quer conquistar o campo do imaginário através de narrativas calcadas no seu ponto de vista, com a intenção de mudar a opinião em relação aos temas abordados. Os integrantes assumem a parcialidade e a disputa de espaço junto à mídia com a utilização de estética que promove ressignificação do conteúdo<sup>31</sup>.

Na cobertura da greve dos garis detonada no Rio de Janeiro durante o Carnaval de 2014, os midiativistas ajudaram a propagar contrainformações que derrubaram versões do sindicato sobre o movimento e veicularam fotos em que a categoria aparece com postura altiva e vitoriosa. Alguns posts viralizaram nas redes sociais<sup>32</sup>. Este referencial está presente na cobertura da causa indígena, do MST (Movimento Sem Terra), do MTST e da Marcha da Maconha, temas pautados de forma recorrente pela Mídia Ninja. A abordagem é favorável, o texto não obedece às regras do lead, muitas vezes é escrito na primeira pessoa do plural e pode ser impregnado de adjetivos, tom emocional, indignado e/ou deboche. “Acompanhe a emoção da primeira noite de uma

<sup>29</sup>Exemplo de post sobre a ocupação: <https://www.facebook.com/midiaNINJA/photos/pcb.532056026952547/532055730285910/?type=1&theater>. Acesso em 17/08/2015.

<sup>30</sup> Cabe uma observação. Na produção de atos e eventos, há uma simbiose entre Fora do Eixo e Mídia Ninja, em que esta cumpre o papel de divulgação e cobertura. Nos contatos de trabalho, os membros se identificam como “Fora do Eixo”. Constatado na observação participante.

<sup>31</sup> Informações coletadas em entrevistas com Rafale Vilela, Christian Braga e Ana Pessoa, integrantes da Mídia Ninja

<sup>32</sup>Exemplo de cobertura da greve dos garis na plataforma Medium. Disponível em <https://medium.com/@MidiaNINJA/outros-carnavais-6098e4a9f3e0>. Acesso em 17/08/2015.



ocupação do MTST na luta por moradia”, convida o post onde publicou vídeo de 7m:18s com registro da ocupação “6 de abril”, em Niterói, que teve 29.472 views<sup>33</sup>.

A teoria da *agenda setting* estabelece que quanto mais se expõe o leitor ou espectador a um assunto, maior será o interesse por ele (WOLF, 2004, p.36). O oposto ocorre com a estratégia do silenciamento. A cobertura da Mídia Ninja trabalha mudanças nos valores-notícia e aponta subversões em critérios de noticiabilidade como relevância (quantidade de pessoas que o acontecimento envolve significatividade (importância do fato no cotidiano) e brevidade – a duração de um programa da Pós TV pode ultrapassar três horas (TRAQUINA, 2012). A noticiabilidade pressupõe um processo de negociação que engloba fatores que vão desde a escolha das fontes (WOLF, 2004).

A dificuldade dos movimentos sociais em pautar notícias na grande mídia revela a predominância das fontes oficiais e de critérios que endossam valores e normas da sociedade (TRAQUINA, 2012). Na contramão, Zhou and Moy demonstraram, a partir de pesquisas, como as discussões travadas pelos seguidores das novas mídias produzem efeito mobilizador (TEWKSBURY; RITTENBERG, 2009). “As práticas de ciberativismo comprovam a força dos meios digitais para a articulação, mobilização e ação política”, compreende Primo (2013, p.17).

## Conclusão

O emblemático post “A Mídia Ninja tem um lado”<sup>34</sup>, publicado nas vésperas do segundo turno das eleições presidenciais de 2014 teve 8.023 views no site do coletivo. A *webpage* tem 940 seguidores e 1.906.324 visualizações desde que foi criada em março de 2014<sup>35</sup>. Não é muito se considerarmos o tráfego de jornais online da imprensa

---

<sup>33</sup>Vídeo disponível em <https://www.facebook.com/midiaNINJA/videos/vb.164188247072662/529074130584070/?type=2&theater>. Acesso em 13/08/2015. Outros quatro vídeos foram publicados.

<sup>34</sup> Disponível em <https://ninja.oximity.com/article/A-M%C3%ADdia-Ninja-tem-lado-1>. Acesso em 18/08/2015

<sup>35</sup> Dados coletados no site em <https://ninja.oximity.com/org/NINJA-1>, no dia 18/08/2015 as 16h03m.

tradicional (números que são mantidos em sigilo ao contrário da exposição permanente de boa parte dos veículos da mídia alternativa digital.

Hoje, numa varredura, percebemos que tanto no site (em que muitas matérias não ultrapassam a barreira de 150 leitores) quanto no Facebook (onde ainda há grande oscilação apesar da evidente queda nos likes e compartilhamentos), o coletivo que foi a mídia social *des manifestations au Brésil* hoje não causa mais o furor que provocou nos iniciados. Mas apesar da avalanche que desceu sobre o Fora do Eixo e, consequentemente, sobre seu braço midiático, demonstra fôlego. Ao liderar assembleias de movimentos e criar acontecimentos que se propagam via redes sociais, e na esfera pública, a Mídia Ninja aponta para novos paradigmas do ativismo virtual que são foco de dissertação sobre o tema ainda em andamento. Pretendemos averiguar com mais propriedade o alcance e reverberação do trabalho destes ativistas. Os Jornalistas Livres conseguiram atingir 2 milhões de pessoas na cobertura do ato do dia 16/08/2015<sup>36</sup>. A multiplicação de atores independentes no ativismo digital<sup>37</sup> evidência a relevância desta investigação.

## Bibliografia

AGUIAR, Leonel Azevedo de. Os valores-notícia como efeitos de verdade na ordem do discurso jornalístico. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30, 2007, Santos. Anais. São Paulo: Intercom, 2007.

AGUIAR, Leonel Azevedo de; BARSOTTI, Adriana. Jornalismo amador: proposta para definir as práticas jornalísticas exercidas pelo público em ambientes interativos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34, 2011, Recife. Anais...São Paulo: Intercom, 2011.

BRITTES, Juçara Gorski. A revitalização da esfera habermasiana pela comunicação ciberespacial. In. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA

---

<sup>36</sup> Informação fornecida pelo coletivo em email enviado no dia 18/08/2015

<sup>37</sup> Outros coletivos em operação: Carranca, Gonzo na Cara, Projetação, Mídia Informal, Olhar Independente, Vinhetando, Coletivo Mariachi, Coletivo Tatu, Jornalistas Livres, Passa Palavra, Rio on Watch e Agência Pública.

COMUNICAÇÃO, 37, 2004, Porto Alegre . Anais...São Paulo: Intercom, 2004.

BRUNS, Axel. Gatewatching: collaborative online news production. New York: Peter Lang, 2005.

CASTELLS, Manuel. Network of Outrage and Hope. Cambridge: Editora Polity, 2012.

DHALBERG, Lincoln. The Internet, deliberative democracy, and power:

Radicalizing the public sphere. In: International Journal of Media and Politics, vol. 3, no.1, pp. 47-65, 2007. Disponível em

[http://www.academia.edu/1412440/The\\_Internet\\_deliberative\\_democracy\\_and\\_power\\_Radicalizing\\_the\\_public\\_sphere](http://www.academia.edu/1412440/The_Internet_deliberative_democracy_and_power_Radicalizing_the_public_sphere). Acesso em 12 ago 2015.

D'ANDRÉA, Carlos. Conexões intermediáticas entre transmissões audiovisuais e redes sociais online: possibilidade de tensionamentos. In: COMPÓS, 23, 2014, Belém (PA). Anais...Belo Horizonte:Compós, 2014.

34 Informação fornecida pelo coletivo em email enviado no dia 18/08/2015. 35 Outros coletivos em operação: Carranca, Gonzo na Cara, Projetação, Mídia Informal, Olhar

Independente, Vinhetando, Coletivo Mariachi, Coletivo Tatu, Jornalistas Livres, Passa Palavra, Rio on

Watch e Agência Pública.

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro

XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

HABERMAS, Jurgen. Mudança Estrutural na Esfera Pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

MAIA, Rousiley. Redes Cívicas e Internet: Efeitos Democráticos do Associativismo, p. 326-372. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley. Comunicação e Democracia. São Paulo: Paulus, 2008.

- MARCONDES, Ciro Filho. A saga dos Cães Perdidos. São Paulo: Hacker, 2000.
- MEIKLE, Graham. Future Active: media activism and the internet. Australia: Routledge, 2002.
- PARANAGUÁ, Paulo. Ninja, le média social des manifestations au Brésil. Paris: Le Monde. Disponível em <<http://america-latina.blog.lemonde.fr/2013/07/21/ninja-lemedia-social-des-manifestations-au-bresil/>>.
- Acesso em 30/07/2015.
- PERUZZO, Cicilia. Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. Revista Galáxia. N. 17, p. 131-146. jun. 2009. ISSN 1982-2553 Disponível <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2108/1247>>. Acesso em 15 jul.2015
- ROMANO, Angela. International Journalism and Democracy – civic engagement models from around the world. Nova York. Routledge, 2010.
- SALTER, Lee. Democracy, new social movements and the Internet: a habermasian analysis. In: MCCAUGHEY, Martha e AYERS, Michael D. Ciberactivism. Online Activism in theory and practice. New York: Routledge, 2004. pp 117-144.
- SAVAZONI, Rodrigo. Os novos bárbaros – a aventura do fora do eixo. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2014.
- TEWKSBURY, D., RITTENBERG, J. Online news creation and consumption. Implications for modern democracies. London, Routledge, 2009.
- TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo – Volume I – Porque as notícias são como são. Florianópolis. Editora Insular, 2012.
- WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 1992.
- WU, Tim. Império da Comunicação – do telefone a internet, da AT&T ao Google. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

## **1,99 - Um supermercado que vende palavras:<sup>1</sup>**

### **A sociedade de consumo como espetáculo**

Danieli dos Santos Pimentel <sup>2</sup>

Luiz Guilherme dos Santos Júnior <sup>3</sup>

#### **Resumo**

O filme *1,99 - Um supermercado que vende palavras* (2004), de Marcelo Masagão, encena uma visão irônica e ao mesmo tempo crítica da sociedade de consumo atual. A experiência visual do filme chama atenção, pois cria um supermercado virtual todo branco, onde os consumidores encontram a satisfação plena ao comprar os produtos. Propomos uma análise atentando para a relação entre sujeito e mercadoria, observando como o poder das marcas e *slogans* teriam o poder de seduzir e condicionar a mente dos consumidores, num ímpeto de satisfação, em que o consumo se torna uma forma de espetáculo. A análise está ancorada em questões discutidas, sobretudo por Baudrillard (1997) e Debord (1997), no tocante à relação dos sujeitos com os objetos e as imagens.

#### **Palavras-chave**

Cinema; sociedade de consumo; mercadoria; espetáculo.

#### **1,99 - Um supermercado que vende palavras**

As corporações de sucesso devem produzir principalmente marcas, e não produtos.

Naomi Klein - *Sem Logo: A tirania das marcas*.

O filme *1,99 - Um supermercado que vende palavras* (2004) acerca-se do tema da sociedade de consumo aliado a crítica das implicações ideológicas e contradições do sistema capitalista globalizado. Nessa projeção, os consumidores passeiam hipnoticamente no interior de um supermercado, nada convencional, além do que estamos acostumados a considerar como estabelecimentos comerciais, pois

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Ciência, Discurso e Poder, do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda em Letras na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). E-mail: [danielipimentel@yahoo.com.br](mailto:danielipimentel@yahoo.com.br).

<sup>3</sup> Doutorando em Comunicação Social na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). E-mail: [lguilherme1973@gmail.com](mailto:lguilherme1973@gmail.com).



esse supermercado não vende propriamente bens e serviços, e sim palavras e frases de efeito dispostas em objetos de vários formatos, num bombardeio de slogans em que se pode ler: “o mundo está ficando cada vez mais complicado”, “Amar é chique”, “Você consegue”, “*No limits*”, “Vendo carro batido”, “Chique é ser inteligente”, “Pense desiludidamente”, “Você conhece você confia”, “Você é a única pessoa no mundo que pode fazer o que você faz”, “Você precisa correr”, “Você é demais”, “Você é um anjo e não sabia”, “Seja você mesmo”, “Você faz e acontece”.

São inúmeras as frases de efeito impressas nos produtos dispersos nas prateleiras, e, todas as frases trazem em seu significado mensagens de positividade no sentido de induzir ao bem-estar social e material advindo do consumismo, com o intuito atrair os clientes ao consumo, essas mensagens prometem maneiras eficazes de “curar os males” da sociedade.

Criticamente, Masagão recupera em *1,99* um universo quase infinito de jogos de palavras, constantemente utilizadas pelas propagandas, ao registrá-las nos frascos e nas caixas do supermercado. O que é evidente nesse espaço é a influência que as propagandas comerciais exerceriam, diariamente, sobre os consumidores. A linguagem da propaganda no filme é clara e enfática, utilizada para atuar no inconsciente das pessoas, com mensagens de satisfação e positividade.

A proposta do filme *1,99* pode ser associada a crítica feita por Baudrillard (1997, p. 206), quanto ao “poder das marcas”. Para o autor, o consumo é “a totalidade virtual de todos os objetos e mensagens constituído de agora então em um discurso cada vez mais coerente. O consumo, pelo fato de possuir um sentido, é uma atividade de manipulação sistemática de signos”.

Nessa geometria dos objetos dispostos em prateleiras e gôndolas, a câmera em plano sequência acompanha as ações das personagens que circulam pelo interior de um supermercado repleto de promoções e possibilidades de consumo. O espaço marcado pela cor branca provoca a “tranquilidade” dos compradores; os movimentos de câmera registram as ações circulares de cada sujeito em meio às prateleiras, além das ofertas de compra.

Adiante, a câmera apresenta, ironicamente, a lei da “oferta e da procura”, já que o preço *1,99* se refere à inversão dos conceitos de valor-preço, e o barateamento suscitado a partir da constante procura e do consumismo exacerbado. Tal fator, no filme, reafirma a estratégia mercadológica de uma política neoliberal instalada no âmbito do livre comércio, cenário de proliferação da circulação de bens e serviços importados.

Nesse cenário, os clientes têm a ilusão de pagar por produtos mais baratos, porém, nem sempre a garantia de qualidade. Ao retomar a questão do público consumidor, o diretor do filme recria artificialmente um cenário semiológico complexo, repleto de ícones e índices que metaforizam o contexto de uma sociedade “tentacular”, imersa num cenário de intenso consumismo. Neste sentido, o supermercado retratado no filme torna-se um prolongamento da vida humana, pois quem está nesse espaço e tem acesso aos produtos adquire uma satisfação simbiótica e compulsiva alimentada pelo prazer de compras.

No entanto, há também pessoas do lado de fora, todos àqueles que não têm acesso aos bens oferecidos pelo mundo globalizado, ou não dispõem de poder aquisitivo para entrar no supermercado. Contudo, são consumidores em potencial que esperam o “chamamento” do mercado, para não se manterem num espaço fora da “normalidade” da vida moderna.

Da forma como estão dispostos esses consumidores em *1,99*, todos parecem caminhar tranquilamente no supermercado. Imersos neste cenário, os sujeitos encontram todos os produtos e serviços para mantê-los, na maior parte do tempo, ocupados entre as ofertas e produtos. Por outro lado, a aquisição e o uso dos celulares apresenta uma falsa homogeneidade de consumo, apesar da diferença entre os consumidores que estão dentro e fora do espaço de vendas.

## **Supermercado e espetáculo**

O espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta da alienação.

Guy Debord - *A sociedade do espetáculo*.

O domínio das imagens, na contemporaneidade, forma uma redoma quase intransponível, em que o sujeito se debate, mas não se percebe naturalmente como escravo do consumo. Contudo, como afirma Debord (1997, p.15), “a linguagem do espetáculo é constituída de sinais da produção reinante, que são ao mesmo tempo a finalidade última da produção”. A partir dessa tese, é possível entender como funciona o agenciamento da moda e da mercadoria nos espaços de venda, ou seja, coloca-se em evidência o que realmente é configurado como “novidade” e está num circuito massificado de consumo.

Nesse circuito *ad infinitum*, o sujeito é peça dessa engrenagem, onde ele tem papel primordial: ser mantenedor de sua “auto-alienação”, pois “quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo” (DEBORD, 1997, p. 24).

O espaço cinematográfico de *1,99* se projeta a partir de uma tela onírica, em que todos os sonhos e desejos de consumo podem se concretizar, e onde a maioria das pessoas, alienadamente, acredita ter um poder aquisitivo, de compra e de crédito, ilimitados. Por isso, segundo Debord (1997, p. 24), “o espetáculo na sociedade corresponde a uma fabricação concreta da alienação”.

Sobre esse comportamento do sujeito em relação à mercadoria e ao consumo, Baudrillard (1997, p.169) afirma que “o consumidor moderno integra e assume espontaneamente esta obrigação sem fim: comprar a fim de a sociedade continue a produzir, a fim de se poder pagar aquilo que foi comprado”, ou seja, para Baudrillard, “aquele que compra aliena aquele que paga”.

No trânsito contínuo do supermercado, as pessoas não se tocam, não se olham e nem trocam palavras. A comunicação acontece apenas entre os consumidores e as mercadorias. Estas apresentam um único formato icônico: caixas pequenas, médias e grandes. A cor branca domina todos os espaços e embalagens, e diversos *slogans* de multinacionais seduzem o interesse individual de cada consumidor. Num cenário de pessoas e produtos, sujeito e mercadoria desenvolvem uma simbiose erótica, assim,

“o produto se dá à vista, à manipulação: ele se erotiza” (BAUDRILLARD, 1997, p. 181).

Diante desse cenário, o consumidor sente-se amortecido pelo domínio da cor branca predominantemente no espaço do supermercado. A partir dessa lógica, as caixas (brancas) são “espelhos” que refletem o poder e a homogeneidade do consumismo, além de uma inversão do prazer que transforma a mercadoria em “fetiche”. No caso de *1,99*, o prazer humano é substituído pela mercadoria que passa ser “alvo” de desejo.

Esse universo sem variações cromáticas aponta para uma forma de hipnose, em que as ações, quase em câmera lenta, são acompanhadas por longos planos em sequencia, o que demonstra a apatia e sonambulismo dos consumidores. Ainda sobre a significação da cor branca, Baudrillard (1997, p. 40) a interpreta como “tudo o que pertence ao prolongamento imediato do corpo”. Nesse sentido, o branco, em harmonia com o desejo dos consumidores, “anuncia a omissão profunda, da consciência, da responsabilidade que a eles se liga e das funções nunca inocentes do corpo”, ou seja, a presença marcante do signo representa os “prolongamentos” do corpo orgânico desses consumidores.

A imagem do sujeito condicionado é representada pelo rato preso numa caixa em que se lê a pergunta: fetiche? Essa imagem representa visualmente os experimentos com ratos (a “caixa de Skinner”) e alude aos textos realizados pelo psicólogo americano B. F. Skinner sobre a teoria dos condicionamentos. O reforço da ação e o prazer do resultado provocam comportamentos que se tornam recorrentes. O rato na caixa em busca de satisfação simboliza o consumidor na busca do prazer da compra. Sobre esse aspecto, a tese 47 de Debord (1997, p. 33) é muito oportuna para entender a relação entre aquele que consome e a atração visual dos produtos: “o consumidor real torna-se consumidor de ilusões. A mercadoria é essa ilusão efetivamente real, e o espetáculo é sua manifestação geral”.

### **O amor, o cego e o espelho**

A imagem duplicada é recorrente em *1,99*. O espelho reflete o “Eu-mercadoria”, o vazio interior (branco) do indivíduo contemporâneo. Numa interpretação psicanalítica, as imagens duplicadas significam a perda da referência de si, já que se projetam como “fascinações” e como simulacro, em que o ícone do espelho simula uma imagem invertida e distorcida dos sujeitos. Tais pressupostos são recorrentes no filme de Masagão: o sujeito em frente ao espelho parece não se conformar com seu aspecto físico, por isso, a busca constante da “boa forma” massificada pelas academias de ginásticas, pelos *outdoors* e mídias televisivas.

Essa “busca da forma perfeita” se apresenta na falsa impressão que as personagens têm de seus corpos. Enquanto a primeira desejaria ser magra, dada à ênfase em sua expressão entristecida e descontente, a segunda, diante do espelho, parece não enxergar a sua verdadeira imagem, descontente também por não se achar nos ditos padrões ideais de um corpo perfeito. Diante disso, o que temos é a dupla projeção de imagens, em que o espelho reflete o desejo íntimo de cada uma delas.

Tal narcisismo é um sintoma de como a sociedade de consumo se utiliza dos objetos visando enquadramentos estéticos e uma forma de exibicionismo que fomenta um padrão de vida a partir da moda e dos ditames da mídia em geral. A felicidade estaria ligada diretamente ao consumo e o discurso de que o cliente “nunca está satisfeito”. Porém, essa rede de consumidores afeta diretamente as relações humanas, o que se justifica na maneira como os sujeitos buscam se relacionar nesse espaço de convivência.

Nos frames acima, destacamos dois tipos de relacionamentos. Primeiramente, o casal se auto-observam detidamente, mas numa distância que revela outros sentidos contidos na cena. Da forma como se olham, parece, de fato, haver uma relação amorosa mais contemplativa, do que realmente afetiva. Em outro momento, um homem coloca moedas numa espécie de máquina que seleciona o perfil de consumidores(as) mais indicados(as) para um tipo de relacionamento afetivo. Em ambos os contextos, as pessoas se envolvem muito mais pelas aparências, do que propriamente pela reciprocidade sentimental. Além disso, nos dois momentos, ou se busca a melhor forma física para se relacionar ou quem tem mais poder de compra.



## **Sociedade de consumo, o prazer e a morte**

Nesse “mundo-líquido moderno”, o prazer é alimentado pela posse de cartões de crédito e pela ilusão de que todos são livres para consumir. Semelhante crítica é tecida em *I,99* quando um dos consumidores se aproxima de um caixa eletrônico que tem em sua tela a imagem virtual de uma mulher.

Ao introduzir o seu cartão de crédito na máquina eletrônica, a personagem se depara com um rosto feminino. Em seguida, a cada “fricção”, a fisionomia da mulher se modifica na tela, primeiramente, uma expressão fria e séria se apresenta, a posterior, na sequência da utilização do cartão bancário, a fisionomia da mulher virtual se modifica, exprime um prazer que se transforma num contínuo, como se homem e máquina, se relacionassem eroticamente. Essa relação entre homem e máquina pode ser interpretada a partir do que Baudrillard chama de “gozo dos objetos”, que fornece a ilusão do crédito livre, porém, alienado, já que “esta sociedade que lhe confere crédito, ao preço de uma liberdade formal, é você que a ela dá crédito ao lhe alienar seu porvir” (BAUDRILLARD, 1997, p. 170).

Ainda na perspectiva teórica proposta por Baudrillard, os objetos e a dependência em relação às marcas perfaz toda a história do “consumidor-mercadoria”. Esse domínio das marcas é explicado por Baudrillard (1997, p. 199) como uma imposição do mercado: “a função da marca é indicar o produto, sua função segunda é mobilizar as conotações afetivas”. No filme em análise, a câmera acompanha a “avaliação” de um desses consumidores, desde a infância até sua vida adulta.

A retrospectiva evidencia um sujeito “marcado” pela intervenção de diversos produtos consumidos ao longo de sua vida (Johnson’s, Nestlé, Kellogg’s, Disney, McDonald’s, Coca-Cola, Nintendo, Aspirina, Nokia, Nike, Jontex, Microsoft, Camel, MTV, Visa, Wolksvagem, Intel Inside, Armani, CNN e Prozac). O giro de 360° na balança evoca a passagem do tempo e suas transformações, além disso, mostra o

sujeito, na idade adulta, destinado ao consumo permanente de outros produtos ao longo de sua vida.

Outra crítica bastante contundente no filme é sugerida a partir da imagem de uma idosa que tristemente caminha entre os corredores do supermercado. Neste cenário, emerge a clara relação entre velhice e mercado consumidor. Ao divagar entre produtos e corredores, ela se depara com uma ala de pessoas idosas sentadas calmamente no interior de várias geladeiras.

Alternadamente ao plano em sequência, em que a personagem caminha, acompanhamos a história de vida da idosa por meio de fotografias antigas, mostrando que ela acompanhou os acontecimentos mais importantes do século XX. Nas fotografias estão contidos momentos importantes das artes em geral, invenções que mudaram o pensamento da humanidade, nomes de intelectuais, e, sobretudo, cineastas como: François Truffaut, Orson Welles, Federico Fellini, Stanley Kubrick, Ingmar Bergman, dentre outros, pois sua vida perpassou pelas grandes invenções cinematográficas da história. Ao final, assim como os outros idosos, a senhora “toma seu posto” ao adentrar e se acomodar numa das geladeiras, em seguida, fica com os olhos estáticos, como se fosse um estágio final de sua vida.

Estamos diante de uma situação emblemática proposta por Masagão: o mercado consumidor que se alimenta da constante procura de bens e serviços parece não atender as perspectivas dos velhos na sociedade contemporânea. Criticamente, o filme mostra que após terem vivido para gerar lucros aos interesses do mercado, os idosos são pouco a pouco substituídos por novos consumidores. Mas ao que parece, *1,99* mostra como as memórias perdem o devido valor, já que para o mundo globalizado, não importa o que essas pessoas tenham vivido.

Retomemos novamente a imagem da senhora ao fechar-se na geladeira. Parece oportuno demarcar que o filme problematiza o destino que a sociedade legou aos velhos, o destino fatal e pessimista da morte, através do congelamento, associado ao “esfriamento” da vida. Em *1,99*, a velhice se associa ao grupo dos que consomem menos, seja pelo fato das inovações não atenderem as suas necessidades, ou ainda

pelo fato de não se enquadrarem na faixa dos que mais consomem e poderiam contribuir para a permanência capitalista do mercado.

O ato de fechar-se numa geladeira pode também ser entendido como uma forma de sentir-se à margem da sociedade mercadológica, ou ainda, pelo fato de não exercerem a força de trabalho que as empresas almejam. Bosi (1994), ao compor um estudo sobre a lembrança de velhos, dedica uma sessão de sua obra para tratar da velhice na sociedade industrial. Todo o trabalho de pesquisa empreendido pela estudiosa tem a sua devida importância e comprometimento com o tema da velhice. Assim, deslocamos a sua abordagem para os dias atuais, no sentido de compreender como vivem os velhos na sociedade de consumo, com vistas a perceber como se estabelecem as relações entre velhice e mercado.

Segundo Bosi (1994, p. 77), por ser a “velhice uma categoria social”, em cada época “a sociedade vive de forma diferente o declínio do homem”. No entendimento da autora, a era industrial acarretou muitos “malefícios para a velhice”. Desta maneira, nesse período, os velhos foram confinados a situação de abandono e exclusão, uma vez que a sociedade, ao rejeitá-los, “não oferece nenhuma sobrevivência à sua obra, perdendo a força de trabalho ele já não é produtor nem reprodutor”. Sendo assim, “o velho não participa da produção, não faz nada: deve ser tutelado como um menor” (BOSI, 1994, p. 77-8).

Assim, como no mercado consumidor dos tempos industriais a força manual de trabalho foi substituída pela máquina, impulsionando a economia pela “velocidade”, a substituição dos velhos configura-se como um ciclo interminável de manutenção do sistema. Isso corrobora com o fato de que, para o capitalismo, a velhice já não proporciona mão de obra ativa, nem consumidores que possam se adequar à tecnologia e às necessidades impostas pelo universo do consumo.

Nas cenas finais do filme, a invasão do supermercado surge como um acontecimento revolucionário de mudança e transformação. Numa encenação que parece ser a destruição e a invasão desse espaço, alguns sujeitos mascarados entram no supermercado portando armamentos. Os consumidores ficam assustados diante da situação ameaçadora. Porém, as armas não atiram projéteis de aço, e sim balas de

tintas coloridas, como se os atiradores estivessem dando vida à paralisia cromática do supermercado. A aquarela formada pelos tiros de tinta, aparentemente destroem a opacidade da cor branca, sinônimo de uma falsa tranquilidade, criando a utopia de que é possível libertar as mentes consumistas.

### **Considerações finais**

*1,99* é um filme ousado em sua proposta ideológica e estética. Marcelo Masagão, sintonizado com as transformações do mundo globalizado, instaura uma leitura do mundo dos consumidores por meio de um filme experimental e politicamente engajado. Diante da frieza de consumidores compulsivos, sua câmera perscruta o comportamento de sujeitos marcados e condicionados por *slogans* que apelam para o prazer momentâneo da compra. O filme mostra que o poder de compra se estabelece como uma visão ilusória, espetacular e alienada, em que os consumidores se transformam em mercadorias, ao impulsionar o funcionamento da oferta e da procura. Nesse sentido, o filme mantém-se atual, no que tange à crítica sobre a sociedade regida pela tecnologia e pela livre circulação de bens de consumo, sobretudo porque o filme problematiza, de maneira crítica e mordaz, os agenciamentos criados pelos sistemas de informação e de propaganda, que se prolongam formando uma grande rede de corporações poderosas que dominam e instituem comportamentos, a “tirania das marcas”, normas de consumo, gostos, modas e estilos de vida no mundo contemporâneo, onde o consumo também se tornou espetáculo.

### **Referências bibliográficas**

BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. Trad. Zulmira Ribeiro Tavares. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1997.

BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. 4. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

KLEIN, Naomi. *Sem Logo: a tirania das marcas*. São Paulo: Record, 2002.

*1,99: Um supermercado que vende palavras*, MASAGÃO, Marcelo. Brasil: 2003. 72 min.



**"Eleições da Zueira":****Utilização de memes de humor nas campanhas presidenciais de 2014<sup>1</sup>****Fernanda Alcântara Freire<sup>2</sup>****Resumo**

A expansão da web e das novas tecnologias de comunicação (TICs) tem favorecido a preservação e a difusão de informação de forma cada vez mais veloz, dentre eles os memes de internet. As Eleições de 2014 ficaram marcadas no imaginário popular brasileiro como as “eleições da zueira”. Esse artigo se debruça sobre o período eleitoral e se propõe a analisar justamente a relação que as pessoas desenvolvem com a política por meio de memes humorísticos on-line. O trabalho se concentra em uma parte reduzida dos conteúdos coletados a partir de um corpus bem maior. Parte-se da hipótese de que o humor faz parte da cultura popular e, por isso, é frequentemente utilizado como uma linguagem comum e acessível, capaz de dar significados diversos a contextos políticos.

**Palavras-chave: memes; redes sociais; campanhas eleitorais; humor; cultura popular.**

**Corpo do artigo**

O advento da internet, indubitavelmente, causou um grande impacto no campo da Comunicação e Política. Ano após ano, a web ganha cada vez mais relevância em todas as áreas da vida humana. Com mais acesso à rede, as pessoas passam mais tempo conectadas, tendo acesso à informação das mais variadas matizes e expondo suas vicissitudes, contradições e opiniões sobre os mais diversos assuntos, principalmente nas redes sociais. Por certo, dentre os assuntos discutidos encontra-se a política. Apesar do acesso ainda limitado à rede no país e do relativo desinteresse da sociedade civil no debate político, nunca antes na história do Brasil tanta gente esteve

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-graduação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPGCom/Uerj. E-mail: [fernanda\\_afreire@yahoo.com.br](mailto:fernanda_afreire@yahoo.com.br).

online, o que implica dizer também que nunca antes a disputa política foi tão permeada pelo ambiente digital.

Dessa forma, as redes sociais, sites e blogs acabaram se tornando acirrado palco para o debate político nos tempos atuais, muitas vezes até ensejando posturas polarizadas e radicalizadas. Por outro lado também é verdade que piadas, vídeos e assuntos menos formais ganharam novo sentido e foram fortemente incorporados nesse contexto. Um bom exemplo disso é que as Eleições 2014 foram carinhosamente apelidadas na internet por "eleições da zueira".

Graças à popularização da internet e, sobretudo, dos smartphones, um contingente inédito de pessoas pode interagir de forma instantânea com a discussão política, criando, compartilhando ou contestando mensagens, vídeos, memes e outros conteúdos. Veículos online e offline, como a Folha de São Paulo, o portal R7 e O Estado de S. Paulo, para citar alguns exemplos, repercutiram demasiadamente as “piadas” eleitorais e o humor dos internautas. Os candidatos, por sua vez, referendaram a importância desse tipo de interação ao desenvolverem estratégias de influência na web que utilizavam subterfúgios para se aproximar do eleitorado. Note-se que não se trata especificamente do uso do humor na interação candidato-eleitor, mas esse gênero também faz parte do jogo na estratégia política discursiva.

Não por razão diversa, dentre os eleitores que habitam o território livre das redes sociais, tudo foi motivo de “zueira”, muitas vezes até colocando sob vestes humorísticas assuntos mais complexos e hábeis a propiciar radicalismos dentro de sua própria rede de contatos. Note-se, então, que o humor no contexto eleitoral não foi apenas utilizado por candidatos ao pleito presidencial, mas também entre os diversos tipos de eleitores, sejam eles mais, menos ou nada associados a determinadas plataformas políticas.

Ocorre que, sob o ponto de vista acadêmico, raras ainda são as tentativas de compreender o que o fenômeno dos memes no ambiente da internet representa para a

Comunicação Política. Assim, analisar os memes de humor como forma de aproximação é um dos objetivos deste artigo.

Este trabalho se propõe a traçar um panorama teórico sobre o uso e apropriação dos memes de internet na política e sua relação com o discurso humorístico. Parte-se do pressuposto que embora as campanhas oficiais dos partidos já usassem o humor em alguma medida, tem havido um crescimento do uso do humor por parte também dos eleitores, devido à utilização das redes sociais. Conforme Lopez (2008), o humor pode ser visto como um recurso simbólico de poder, que faz parte de um capital cultural e gera um empoderamento da pessoa que o utiliza corretamente. Shifman, Ward & Coleman (2007) também apontam que um dos fatores atribuídos à crise da democracia representativa e à falta de interesse com assuntos públicos em todo o mundo seria a desconexão e o afastamento da política com a cultura cotidiana.

Objetiva-se analisar o humor como ferramenta de discurso e seu poder de atingir pessoas que usualmente não estariam interessadas por política, estimulando assim um certo tipo de engajamento.

Para isso, busca-se ao longo deste trabalho tecer discussões como o papel do humor, a influência do gênero na política e como os memes tidos como produtos da cultura popular são capazes de trazer de indicar certos comportamentos, trazendo à tona temas que estão em voga e dinamizando a opinião pública.

Para fins do presente trabalho será utilizada uma amostra reduzida de dados recolhidos durante a campanha eleitoral para a presidência da República Federativa do Brasil, em 2014. Trata-se de imagens que circularam nas redes e foram coletadas manualmente entre os meses de julho a outubro e que de alguma forma faziam referência a acontecimentos reais do cotidiano.

## 1. O papel do humor

O humor é um tópico recorrente na vida cotidiana, presente nas relações sociais há séculos. Conforme Lopez (2008), o humor pode ser visto como um recurso simbólico de poder, fazendo parte de um capital cultural e sendo hábil a gerar verdadeiro empoderamento da pessoa que o utiliza corretamente.

Quando se trata de política, em especial, o humor vem sendo empregado como estratégia retórica, seja por parte dos próprios candidatos ou ocupantes de cargos públicos, seja por parte da população civil em geral. Dessa forma, muitos dos argumentos aqui oportunamente apresentados sobre humor servirão como embasamento teórico para ilustrar a sua importância, principalmente quando da análise dos memes neste artigo.

O humor é uma ferramenta propriamente humana. Segundo Bergson (1987), trata-se de um dos gêneros de representação de ideias mais essenciais da comunicação humana, sendo inviável identificar precisamente o início de sua utilização social. De acordo com o autor, em uma das mais antigas obras sobre o estudo do riso, destaca:

“Não há comicidade fora do que é propriamente humano. Uma paisagem poderá ser bela, graciosa, sublime, insignificante ou feia, porém jamais risível. Riremos de um animal, mas porque teremos surpreendido nele uma atitude de homem ou certa expressão humana. Riremos de um chapéu, mas no caso o cômico não será um pedaço de feltro ou palha, senão a forma que alguém lhe deu, o molde da fantasia humana que ele assumiu. Como é possível que fato tão importante, em sua simplicidade, não tenha merecido atenção mais acurada dos filósofos? Já se definiu o homem como "um animal que ri". Poderia também ter sido definido como um animal que faz rir, pois se outro animal o conseguisse, ou algum objeto inanimado, seria por semelhança com o homem, pela

característica impressa pelo homem ou pelo uso que o homem dele faz”. (BERGSON, Henri. O Riso: ensaio sobre a significação do cômico. Rio de Janeiro: Zahar, 1987).

O autor é o responsável pela tese do riso como trote social. Desta forma, o riso justapõe o sentido de humilhar alguém, por isso, o gênero mais perto da vida seria a comédia, e não o drama.

Ainda sobre a potencialidade revolucionária do riso, o pensador russo Mikhail Bakhtin (2000) fez considerações importantes. Ao desenvolver um profundo estudo sobre a cultura popular e folclórica da época medieval, Bakhtin criou o conceito de carnavalização<sup>3</sup>, na qual defendeu o carnaval como espaço de manifestação espontânea. Segundo Bakhtin, durante esse período festivo, em que a sátira e o riso reinam, é possível afirmar que há uma alteração na ordem social, tornando as estruturas menos rígidas e permitindo que as pessoas façam qualquer coisa sem medo da retaliação. Ele enfatiza que o riso sempre foi uma das principais formas de expressão da verdade sobre o mundo, a história, a sociedade e afirma ainda que “o riso é um ponto de vista particular e universal sobre o mundo, que percebe de forma diferente, embora não menos importante (talvez mais) do que o sério”. (BAKHTIN, 2000, p.57).

O humor é tido ainda como uma característica humana positiva, serve como uma válvula de escape para momentos de tensão, além de facilitar a aprendizagem, favorecer relacionamentos e até estabelecer ligações com o grupo social no qual se está inserido. Um estudo de Branagan sobre humor e ativismo aponta que o gênero é altamente inclusivo, podendo ser usado até para convencer as pessoas a apoiar argumentos específicos, comunicar ou para "alcançar grandes audiências". O humor pode ainda "empoderar, energizar e inspirar ações, além de criar laços de solidariedade”, unindo grupos e ainda se constituindo como um meio eficaz de resistência, sem o uso da violência (Branagan 2007; p. 51 *apud* Tay 2012, p.27).

---

<sup>3</sup> O carnaval é a segunda vida do povo, baseando-se no princípio do riso. É a vida festiva do povo. (BAKHTIN, 2000, p.7).



Dessa forma, estudar o humor é também analisar a sociedade que o utiliza como código de interpretação do real, por isso somente dentro de certos contextos e formações ideológica e discursiva que o sentido humorístico se estabelece. É o que ocorre, por exemplo, quando se escuta piadas de outros países. Sem um conhecimento prévio, muitas vezes fica difícil entendê-las, podendo até mesmo perder o sentido, não apenas na tradução de um idioma para outro, mas também por serem de diferentes culturas (Wasserman, 2009).

Neste viés, podemos constatar que o humor precisa de reconhecimento, identificação e, fundamentalmente, de contextualização para fazer sentido. Recorrendo novamente a Bergson (1987), “para compreender o riso, é preciso colocá-lo em seu ambiente natural, que é a sociedade; é preciso, sobretudo, determinar sua função útil, que é uma função social. O riso deve corresponder a certas exigências da vida em comum, deve ter uma significação social”.

Não por razão diversa, o humor também é usado muitas vezes para perpetuar preconceitos existentes na sociedade, mas que não são expostos abertamente, por medo ou repúdio social. Como declarou o professor de Literatura, Idelber Avelar, no documentário *O Riso dos Outros*, “o humor se ancora em conceitos solidificados na sociedade, por isso, é mais fácil fazer piada com estereótipos, pois eles estão postos para você. A pessoa reconhece o outro ali. Desmontá-los é muito mais difícil”.

## **1.2 O humor é assunto sério: cultura popular e política na internet**

Embora a política institucional foque em práticas tradicionais de participação, como o voto e a ação popular organizada, nota-se com cada vez mais frequência a apropriação de elementos da cultura popular para atrair o indivíduo comum de volta ao debate público comum. Diferentes autores (MANIN, 1995; LATTMAN-WELTMAN, 2014, entre outros) têm discutido e questionado os pressupostos de uma crise na representação democrática, não só no Brasil como em outros países. A

despeito das conclusões desses autores sobre a evidência ou não de uma crise, a diminuição gradativa da participação popular no processo político-eleitoral é algo que chama a atenção. E um dos fatores atribuídos a este panorama seria a desconexão ou afastamento da política da cultura cotidiana (SHIFMAN, WARD & COLEMAN, 2007, p. 3).

O desengajamento público, a falta de mobilização popular e o não interesse por questões coletivas é visto como ameaça à legitimidade das instituições democráticas e à democracia como um todo. Isto tem levado diversos pesquisadores a buscarem respostas sobre os motivos dessa “crise” e ainda a pensar em formas de se revitalizar a participação política (id., ibid.). Pode-se afirmar que a maioria do humor contemporâneo, especialmente na televisão e na internet, são essencialmente frutos da cultura popular. Como Heflin (2006) ressalta, "entretenimento não tem de ser desprovido de análise e pensamento crítico para ser divertido". Wagg (2011) acrescenta ainda que uma apreciação da comédia "é cada vez mais vista como um índice de esclarecimento cultural no discurso ocidental" (Wagg 2011 *apud* Tay 2012, p.28).

Nesse viés, por operarem dentro da lógica da internet (ambiente em que há uma grande quantidade de informações), os memes recorrem normalmente à linguagem acessível, como o humor. O apelo visual é outra característica dos memes, já que apresenta a vantagem de ser consumível em um período de tempo mais curto, o que é especialmente importante quando há tantas outras distrações disponíveis em apenas um clique.

Além disso, é cada vez maior a importância da internet e seu impacto inclusive sobre os outros meios de comunicação. Isso fica mais claro quando nos deparamos com a cobertura jornalística de notícias sobre o uso de memes.

Durante as eleições, portais como O Globo, a Revista Exame e o Zero Hora dedicaram espaço para matérias sobre memes que mais fizeram sucesso e chamaram a

atenção nas redes. Um dos destaques foram as matérias com as tiradas do candidato Eduardo Jorge.

Essa confluência entre os meios se torna cada vez mais comum e é explicado por algumas razões, dentre elas o crescimento de pessoas com acesso à internet no país. Embora ainda se observe regiões em que a exclusão digital é uma realidade, segundo pesquisa realizada pelo Ibope em 2014, o número de usuários com acesso à internet no Brasil atingiu, pela primeira vez, 60% da população em 2014.

A emergência de novas formas de humor, propiciadas pelas tecnologias de informação e comunicação, reforça ainda mais a importância de se pensar o uso deste humor em período eleitoral. Como atesta Lippmann (2008), a opinião pública opera através de imagens da realidade que tem como objetivo simplificar a apreensão da realidade em si, acrescentando novas nuances ao caldo cultural de representações.

Isto posto, propomos que o humor político na internet contribui para a criação e consolidação de uma teia de significados compartilhados, que absorve e ressignifica conteúdos da cultura popular, estreitando laços entre os usuários e desenvolvendo uma nova experiência de letramento midiático, conforme apontam Knobel & Lankshear (op. cit.). Shifman (2014) indica que o humor confere positividade a uma história. E há uma tendência generalizada, apontada segundo a pesquisadora por trabalhos como o de Jonah Berger e Katherine Milkman (apud SHIFMAN, 2014), para que usuários compartilhem conteúdos com teor positivo mais do que conteúdos com teor negativo.

## **2. Memes de humor como termômetro de afetos**

Os memes da internet tornaram-se conteúdos importantes para a investigação da cultura digital, uma vez que esses fenômenos refletem a opinião do cidadão médio. Através de piadas e brincadeiras, os memes atuam como termômetros de comoções e afetos, reforçando assuntos que estão em voga, dando ainda maior repercussão a eles.

Vale ressaltar que nem todos os conteúdos que circularam durante os debates eleitorais em 2014 são humorísticos. Alguns, ao contrário, se constituem como peças meramente informativas ou apelativas, sem nenhum resquício de humor. Contudo, nosso argumento é de que o humor presente em alguns memes políticos facilita a difusão destes conteúdos (SHIFMAN, 2014), na medida em que inspira sentimentos positivos (SHIFMAN, 2014, p. 66) e contribui para a constituição de identidades coletivas e experiências de letramento compartilhado (KNOBEL & LANKSHEAR, 2007).

Estudar memes como gênero midiático pressupõe tentar compreender as motivações e manifestações que são expressas por meio destas peças de conteúdo. De acordo com Shifman (2014), os memes de internet são mais do que apenas um passatempo divertido ou piadas simples. Eles fazem parte de uma cultura compartilhada de participação online e funcionam como uma espécie de indicador da web. Assim, quanto mais reinterpretações e referências a um meme, maior a sua eficácia.

Dessa forma, é possível afirmar que os memes contribuem para o fortalecimento de uma construção simbólica em torno de candidatos. Mais ainda, como veremos a seguir, por diversas vezes os memes refletem acontecimentos e conjunturas reais, atuando como facilitadores no processo de espriamento e divulgação de fatos, fomentando ainda debates acerca de situações do cotidiano.

Um dos temas que mais geraram memes, por exemplo, foi o comportamento indeciso associado a então candidata Marina Silva. A troca de posicionamento sobre diversos temas durante a corrida eleitoral serviu como combustível para uma série de memes humorísticos que refletiam suas posições políticas.



Figura 1.



Figura 2.

A candidata foi o alvo de várias piadas online ao mudar de opinião por conta da pressão do pastor Silas Malafaia. Ao divulgar o plano de governo, a candidata defendeu os direitos LGBT, mas acabou fazendo emendas no documento após a rejeição do líder da Assembleia de Deus. Houve um recuo em relação aos pontos mais polêmicos e rechaçados pelos pastores de denominações evangélicas, nas quais se encontrava parte considerável do eleitorado de Marina. Depois disso, centenas de memes sobre o assunto pipocaram nas redes sociais, evidenciando a questão. A partir de um fato real, também foi possível notar outras referências hipertextuais em diferentes sentidos da piada inicial, como é o caso da figura 2, que faz alusão à música “Metamorphose Ambulante”, de Raul Seixas.



É essa lógica de reapropriação e adaptação em que os memes se inserem. Segundo a perspectiva de Shifman (2014), os memes são entendidos enquanto tal porque serem caracterizados como complexos informacionais que só significam em conjunto. Quando um conteúdo sozinho é disseminado, ele, na verdade, não é um meme, mas um viral. Ou seja, um meme é sempre um conjunto (ou um acervo) de conteúdos, que não funcionam sozinhos, pois não têm significado fora de um contexto específico.

Figura 3.

Figura 4.



Outras questões como crise hídrica, em São Paulo, também foi tema para a criação de memes e piadas que repercutiram imensamente nas redes sociais. Durante o debate presidencial na Rede Globo, a candidata à reeleição Dilma Rousseff citou o colunista José Simão ao criticar a gestão do governador Geraldo Alckmin e a falta d'água no estado: “Eu vou concordar com o humorista José Simão. Vocês estão levando o Estado para ter um programa ‘Meu Banho Minha Vida’, é isso que vocês conseguiram”. Depois disso, uma enxurrada de memes foi visto nas redes sociais. Portais de notícias como o Dia e o Diário do Centro do Mundo fizeram matérias com as principais piadas<sup>4</sup>.



Figura 5.

<sup>4</sup> <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/ironia-de-dilma-sobre-crise-hidrica-no-debate-vira-meme/>

<http://odia.ig.com.br/eleicoes2014/2014-10-25/meu-banho-minha-vida-dilma-ironiza-crise-hidrica-e-vira-meme-na-internet.html>



Figura 6.

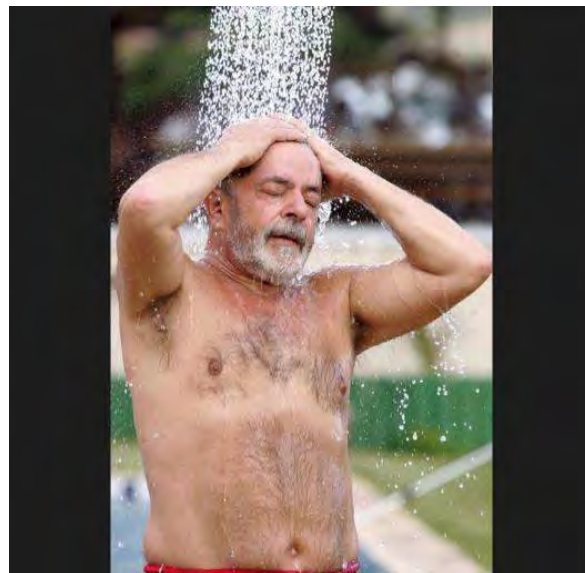


Figura 7.

Conforme destaca Milner (2012), os memes são artefatos midiáticos, criados de modo amador, extensivamente remixados e (re)circulados entre diferentes usuários em redes de mídia social. Por seu caráter, muitas vezes, viral e em razão da característica interativa deste ambiente digital em que estão inseridos, os memes podem ser considerados fenômenos culturais que se difundem com certa facilidade. Dessa forma, ainda que de maneira simplificada, os memes representam uma nova forma de participação com capacidade de atrair o interesse de indivíduos e comunidades para determinados assuntos e situações que talvez não fossem do seu conhecimento.

Como parte da cultura web, através das piadas e com uma linguagem própria, o meme pode ser compreendido como ferramenta acessível para explorar diversos âmbitos, sendo utilizado por eleitores e também pelos próprios candidatos, na medida em que se apropriam cada vez mais deste recurso como tentativa de aproximação e disputa de ideologias.

Os memes, portanto, ampliam as opções de participação, trazendo sempre algo novo, tanto para aquele que o modifica, como para quem o contempla. No que



concerne ao campo da política, esse comportamento se mostra valioso, pois permite que mesmo que as pessoas que não demonstrem interesse por política tenham acesso ao que está sendo mais comentado na mídia. Nesse viés, a atuação dos memes pode ser mais facilmente sentido por usuários que Aldé (2012) denominou de *trenders*, cujo perfil se caracteriza por serem mais impactados pelo humor, entretenimento, escândalos e ondas de opinião. Ondas estas que atingem um grande contingente de pessoas e mobilizam esses usuários menos interessados.

Argumentamos, portanto, que analisar essas combinações intertextuais e referências da cultura pop, agregadas ao conteúdo político, permitem entender um pouco melhor sobre que tipo de diálogo público está sendo criado. Política, apesar do caráter formal que lhe é atribuído, não deixa de ser um acumulado de relações simbólicas, nos quais o indivíduo racionaliza com base em afetos e sensações do seu cotidiano<sup>5</sup>.

### 3. Considerações Finais

Embora alguns argumentem que a internet aponta para uma arena de polarização e que os memes favorecem que posições reacionárias se aflorem (Bentes, 2014), propomos que é esse cenário de maior liberdade nas redes que facilita a dispersão de conteúdos e contribui para construção de imaginários na internet. Ou seja, o ambiente virtual pode ser um espaço capaz de traduzir relações equilibradas entre os interagentes, mas também palco de dúvidas e incertezas.

Agindo como elementos de crítica e banalização da política ao mesmo tempo, os memes parecem atuar mais como facilitadores na transmissão de opiniões, tratando de assuntos sérios com humor, podendo neutralizá-los ou diminuir seu estrago.

---

<sup>5</sup> <http://www.museudememes.com.br/orgulho-e-preconceito-e-memes/>

**Referências Bibliográficas:**

ALDÉ, A. Cidadãos na rede: Tipos de internautas e sua relação com a informação política online. Contemporanea - Revista de Comunicação e Cultura, v. 9, mar, 2012.

BAKHTIN, Mikhail. A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 2000.

BERGSON, Henri. O Riso: ensaio sobre a significação do cômico. Rio de Janeiro: Zahar, 1987).

KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. Online memes affinities and cultural production. In: KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. A new literacies sampler. Nova Iorque: Peter Lang, 2007.

LATTMAN-WELTMAN, F. O Rio nas cruzadas: comunicação, democratização e usos da internet numa eleição carioca. In: ECO-Pós, 12(3), 2009.

LIPPMANN, W. Opinião pública. Petrópolis (Rio de Janeiro): Vozes, 2008.

LOPEZ, Sergio D. (2008). "Humor y poder: una afinidad comunicativa en el contexto social". Revista de Antropología Iberoamericana, v. 3, v. 1, p. 64-94. Disponível em <http://www.redalyc.org/pdf/623/62330105.pdf> Acesso em: 01/2015.

MANIN, B. As metamorfoses do governo representativo. In: RBCS, 29(1), 1995.

MILNER, Ryan. The world made meme: Discourse and identity in participatory media. PhD diss., University of Kansas, 2012.

SHIFMAN, L; Ward S; Coleman S. Only Joking? Online Humour in the 2005 UK General Election.

SHIFMAN, L. Memes in a Digital Culture, 2014, The MIT Press Essential Knowledge series.

TAY, Geniesa. Embracing LOLitics: popular culture, online political humor, and play. Christchurch (Nova Zelândia): University of Canterbury, 2012. (Dissertação de Mestrado).

WASSERMAN, M. O riso é coisa séria: o humor na publicidade institucional como alternativa persuasiva. Porto Alegre: PUC-RS, 2009. (Dissertação de Mestrado).





Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO / UFRJ / UERJ / UFF / FIOCRUZ



Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## Do Facebook às urnas<sup>1</sup>

### O uso das *hashtags* como estratégia na campanha presidencial de 2014

Flávio Nehrer<sup>2</sup>

Juliana Castro<sup>3</sup>

#### Resumo

Como rede social de maior inserção entre a população brasileira, o Facebook se consolidou como plataforma digital de comunicação nos períodos de corrida eleitoral. Este artigo tem como objetivo analisar as relações entre comunicação e política, com ênfase no ambiente virtual, buscando identificar de que forma as campanhas à Presidência da República de Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) e Marina Silva (PSB) fizeram uso das *hashtags* (#) no Facebook.

#### Palavras-chave

Campanha eleitoral; campanha presidencial; *hashtag*; internet; marketing político.

#### Eleições e internet: breve histórico

Com sua característica de descentralização, a internet é uma promissora plataforma de debate político, trazendo implicações políticas para as novas tecnologias digitais de comunicação. Para Chadwick (2006, p. 23): “A rede deve criar um campo de atuação de nível razoável de interação, no qual uma ampla variedade de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 - Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Jornalista e mestranda em Tecnologias da Comunicação e Cultura no PPGCOM-Uerj. E-mail: [julianacastro100@gmail.com](mailto:julianacastro100@gmail.com).

<sup>3</sup> Jornalista e mestrando em Tecnologias da Comunicação e Cultura no PPGCOM-Uerj. E-mail: [fnehrer@gmail.com](mailto:fnehrer@gmail.com).

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

opiniões pode competir e florescer”<sup>4</sup>. A primeira “eleição com internet”, para ele, foi em 1992, quando o candidato democrata Bill Clinton publicou alguns textos de palestras e dados biográficos em grupos de acesso restrito e pequena visualização. Em 1996, ocorreu o que Chadwick chamou de “false start” (início em falso), com a internet sendo utilizada por cerca de 30% das pessoas. O índice aumentou em 2000 (50% da população conectada), mas só 10% dos americanos usou a rede como fonte de informações, levando o inglês a considerar esta como outra eleição “false start”:

Realmente houve inovações genuínas nas eleições presidenciais de 2000, mas de maneira geral a mensagem ainda estava truncada. Dado o que ocorreu quatro anos depois, pode-se considerar que as eleições de 2000 podem ser melhor classificadas como “estágio de transição” para algo muito mais significante<sup>5</sup> (CHADWICK, 2006, p. 154).

E, se 2004 marca definitivamente a chegada da era digital nas campanhas presidenciais nos Estados Unidos, credita-se à eleição de Barack Obama em 2008 o advento da propaganda utilizando-se das redes sociais. Numa mensagem<sup>6</sup> postada naquele ano no blog *Media & Politics*, o cientista político Michael Cornfield, afirma:

Sem internet não haveria Obama. A diferença de compreensão, entre as campanhas de Obama e Clinton, sobre o que se pode realizar por meio da política *on-line* tem sido um fator decisivo nessa que é a maior reviravolta na história das primárias presidenciais. Há, naturalmente, outras diferenças importantes: a estratégia empregada no “caucus”, o glamour, a oratória, os discursos enfocando diretamente o preconceito. Mas nenhuma delas teria sido decisiva sem o dinheiro que Obama arrecadou *on-line*, os vídeos que Obama postou *on-line* e, acima de tudo, as milhões de pessoas

<sup>4</sup> “The Net is supposed to create a reasonably level playing field on which a more diverse range of opinions can compete and flourish”, tradução livre dos autores do artigo.

<sup>5</sup> “There were genuine innovations during the 2000 campaign, but the overall message was decidedly mixed. Given what occurred in 2004, the 2000 elections are best seen as transitional stage on the way to something much more significant”, tradução livre dos autores.

<sup>6</sup>CORNFIELD, M. *Yes, It Did Make A Difference*. Taking Note. A Century Foundation Group Blog. Disponível em: <http://takingnote.tcf.org/2008/06/yes-it-did-make.html>. Acesso em 10 de ago. de 2015.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação:  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

que aderiram *on-line* à campanha de Obama, em seus tempos e termos próprios (CORNFIELD, 2008 *apud* GOMES *et al*, 2009).

Mas qual o impacto da rede na Comunicação Política? Para Malini e Antoun (2013, p. 158), a ampliação do raio de influência é mais aceita na propaganda via internet: “Enquanto a mídia massiva extrai seu poder da sensação de ‘todo mundo está falando isso’ subentendido em seu uníssono, as interfaces de usuários encontram o seu poder na sensação de ‘meu amigo recomendou’ ancorado na suposta confiabilidade da fonte da informação”.

Os autores consideram (2013, p. 184), que “a narrativa noticiosa, que sempre esteve atrelada aqueles que detinham a capacidade de irradiar informação (a imprensa), hoje está em todos os lugares virtuais, que se comportam cada vez mais como mídias de multidão”. Foi o que aconteceu em 2009 no Irã, na “Revolução 2.0”. Proibidos de usar a internet pelo governo, iranianos suplicaram a usuários estrangeiros que retransmitissem suas mensagens.

E o caso (Irã 2.0) virará paradigma na história da comunicação por demonstrar que a narração dos acontecimentos públicos na *web* não prescinde de um encadeamento com a mídia irradiada, mas somente um entrelaçamento com a esfera de publicação do próprio público das redes e mídias sociais *online*. Essa invenção biopolítica criou um novo uso para a *web*, a cobertura jornalística P2P das multimídias, em tempo real, baseada na *hashtag* difundida através de seus usuários para descrever micro acontecimentos cotidianos e grandes eventos internacionais. Não se tratava de participação, senão da construção de mídias livres e autônomas (MALINI e ANTOUN, 2013, p. 185).

A partir da *hashtag* (idem, p. 188), “os internautas têm acesso a tudo o que se publica na rede, de forma direta, ponto a ponto, de baixo para cima, criando e participando de um grande mural conversacional e de uma comunidade virtual de notícia”. A força da *hashtag* estava estabelecida:

Ao indexar suas mensagens sobre o mundo em uma *hashtag*, o perfil de uma rede faz da *tag* um movimento de apresentação da ação política em

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

seu assunto e transforma as mensagens em quantidades intensivas de argumentos de uma controvérsia. A *hashtag* cria um regime de atenção cujo principal motor reside na capacidade da *tag* ser controversa e inconclusa, porém influente (MALINI e ANTOUN, 2013, p. 214-215).

## Estudo de caso: eleições no Brasil em 2014

Na campanha eleitoral de 2014, o Facebook era a rede social mais importante do Brasil, com 89 milhões de usuários. Com tal força, era usado pelos três principais candidatos à Presidência naquele ano: Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) e Marina Silva (PSB), que já cultivavam suas páginas desde antes do início da disputa. Marina Silva, que assumira a vaga de candidata do PSB depois da morte de Eduardo Campos, era a presidenciável cuja página tinha o maior número de curtidas no Facebook: cerca de 2 milhões, quase o dobro de Dilma (1,1 milhão). Aécio possuía 1,4 milhão<sup>7</sup>. Cabe ressaltar que tais perfis eram administrados por terceiros.

A uma semana do primeiro turno, o cenário sobre quem permaneceria na disputa – se seria Marina Silva ou Aécio Neves – continuava indefinido. Os dois apareciam tecnicamente empatados nas pesquisas nos sete dias que antecederam à primeira votação. Como as redes sociais fazem parte de todo o aparato midiático utilizado pelo marketing político, o Facebook foi mais uma ferramenta à disposição das equipes de comunicação das campanhas para capitalizar o maior número de votos. Mas não só isso, uma vez que os *social media* “permitem às campanhas recrutar participantes, que dispõe de recursos e ferramentas de comunicação para conquistar novos eleitores ou militantes em suas redes sociais” (AGGIO e REIS, 2015, p.52).

---

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.infomoney.com.br/mercados/politica/noticia/3593067/empatada-nas-pesquisas-marina-lidera-com-folga-eleicoes-facebook>>. Acesso em: 09 de jul. de 2015.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Parte-se da lógica de que o eleitor é afetado e influenciado por sua rede de contatos. Desta maneira, as campanhas tentaram fazer com que o conteúdo postado no Facebook do candidato atingisse uma rede ainda maior, por meio de compartilhamentos. Cabe lembrar a ambiguidade dessa estratégia, positiva por disseminar uma mensagem de interesse do candidato e negativa porque a campanha perde, em certa medida, o controle sobre a forma com que o texto é compartilhado na rede. Neste aspecto, Figueredo (2007, p. 48) diz que “a ação desperta inúmeras reações de outros sujeitos, de maneira que seus resultados não são previsíveis e perdem-se de vista nas teias inefáveis das relações sociais - é a relação entre sujeito e sujeito”. Entendendo a importância de transformar curtidas e compartilhamentos em votos, os presidenciáveis montaram equipes que tinham como foco apenas o gerenciamento de suas redes sociais.

Ainda que não se possa creditar as decisões eleitorais à internet, ou seja, considerá-la enquanto definidora de cenários eleitorais, sua relevância nesse processo vem crescendo, o que tem gerado mais investimentos por parte dos partidos, candidatos e estrategistas de campanhas (BRAGA; NICOLAS, 2011; PENTEADO, 2011; RIBEIRO; BAPTISTA, 2011 *apud* SILVA, 2015).

## **Estratégias metodológicas e análise**

Como este trabalho tem o objetivo de analisar o uso de *hashtags* como estratégia da campanha na internet dos candidatos à Presidência, especificamente no Facebook, o levantamento para o estudo leva em conta as postagens feitas nos perfis Dilma, Aécio e Marina do início da campanha eleitoral, em 6 de julho de 2014, até a data de votação para o primeiro turno, realizado do dia 5 de outubro daquele ano. Nesse período, a página da petista publicou 1.070 postagens, contra 732 do tucano e



844 de Marina. Os dados foram coletados pelo aplicativo *Netvizz*<sup>8</sup>. A partir daí, foi iniciado o levantamento das *hashtags* utilizadas por eles em cada uma das mensagens.

Uma das características comuns entre as campanhas de Dilma, Aécio e Marina foi a predominância do uso de *hashtags*, embora a utilização tenha se dado de forma diferente. A página de Dilma foi a que, proporcionalmente, fez mais postagens com o uso de *hashtags*. Entre as 1.070 publicações, 836 continham palavras ou frases com a tralha (#), um percentual de 78%. No caso do candidato do PSDB, esse percentual ficou em 64% (471 entre 732 postagens tinham ao menos uma *hashtag*) e da presidenciável do PSB, 69% (586 entre 844). Chama atenção que o perfil da candidata petista foi não somente o que mais fez postagens, mas também o que, proporcionalmente e em números absolutos, mais fez uso de *hashtags*. Isso é um indicativo da estratégia da campanha de fazer com que essas mensagens fossem disseminadas para além da página da candidata.

Outra análise quantitativa evidencia como a campanha de Dilma utilizava o mecanismo de forma mais frequente que as demais. Levando em consideração todas as *hashtags* publicadas no período eleitoral, mesmo que repetidas, foram 1.198 palavras ou frases antecedidas por tralhas (#) na página da petista. Para Aécio, foram 940 e, para Marina, 834. Isso demonstra que não só Dilma tinha mais postagens com *hashtags*, como era a candidata que mais vezes as usava por mensagem.

É possível verificar como Dilma foi dispersa na utilização do mecanismo, sem fortalecer uma ideia em específico. A página dela usou 218 *hashtags* diferentes. Aécio e Marina utilizaram 40 e 74, respectivamente. A ideia das *hashtags* é que possam ser adotadas por outros usuários do Facebook, num efeito cascata. Os dados mostram que Marina, e, principalmente, Aécio optaram por reforçar determinadas

---

<sup>8</sup> *Netvizz* é um aplicativo que disponibiliza as postagens de uma página durante um período selecionado, informa o texto divulgado, o tipo de recurso usado (foto, vídeo, etc), entre outros dados.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação:  
PUC RIO / UFRJ / UERJ / UFF / FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

*hashtags*. A mais usada pela página de Dilma é um slogan: #MaisMudançasMaisFuturo, que apareceu 195 vezes.

Estas foram as dez *hashtags* mais usadas no perfil de Dilma (tabela 1):

Hashtag	Aparições
#MaisMudançasMaisFuturo	195
#DilmaNaTV	113
#FACEDADILMA	81
#VOTODILMAIS	78
#AGENDADADILMA	52
#COPADASCOPAS	44
#DILMAAOVIVO	42
#Dilma13	26
#MaisMédicos	20
#VoteDilma	18

A preocupação da campanha de Dilma em expor o número de urna do PT, o 13, foi menor do que nas demais campanhas, como veremos a seguir. Entre as dez *hashtags* utilizadas com mais frequência pela campanha da petista, apenas uma tem o 13: #Dilma13. Uma hipótese é que, como partido que vencera as três últimas campanhas presidenciais, e por Dilma ser a candidata mais conhecida pelo posto que ocupava, a necessidade de divulgar o número era menor do que a dos concorrentes. A segunda *hashtag* mais usada foi #DilmanaTV, sempre acompanhada pelo vídeo do programa de televisão da petista. Como Dilma era quem mais tinha tempo de TV para apresentar propostas ou expor ideias, as postagens frequentes desse conteúdo

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

demonstram que os marqueteiros queriam expandir o conteúdo veiculado na TV para aqueles que não acompanharam o horário eleitoral gratuito.

A terceira *hashtag* mais usada foi #FacedaDilma. A quarta, #votoDilmais, foi bastante propagada em uma situação em específico: era postada com foto de pessoas que declaravam voto em Dilma, inclusive artistas. Era uma tentativa de demonstrar que a campanha ganhava apoio. O trocadilho “Dilmais”, numa referência à palavra “demais”, busca dar mais leveza à campanha. Há mais exemplos nessa direção: #Rousselfie (trocadilho com o sobrenome da candidata e a palavra selfie), #Ficaadica, #Pessimildo (personagem pessimista quanto ao futuro do país), #TAMOJUNTO, #TACALEPAUDilma, #VamoQueVamo, #DilmaVaiDeTaxi, #PEGANAMENTIRA.

Essa estratégia de dar um tom mais descontraído às postagens ajuda a explicar por que a página de Dilma usou mais *hashtags* que os demais candidatos. Mas, há ainda outra explicação. Sempre que falava de um programa de seu governo, o perfil da presidente o transformava em *hashtag* (por exemplo: Bolsa Família vira #BolsaFamília). Dessa forma, é até possível saber qual dos programas foi o mais explorado pela campanha no Facebook: o Mais Médicos, que cumpriu um ano durante a campanha eleitoral. Essa estratégia de usar os nomes dos programas de governo como *hashtags* também ajudava a chamar a atenção para eles em cada uma das postagens. Isso ajudava na associação entre o nome de Dilma e os programas.

Por vezes, Dilma fez uso da *hashtag* como uma espécie de slogan. Elas eram publicadas no fim das mensagens, para sintetizar uma ideia. São exemplos: #MaismudancasMaisfuturo, #Dilma13pravencer, #PensePositivoPenseDilma e, #GovernonovoIdeiasnovas. Na análise das *hashtags*, fica evidente ainda uma estratégia de ataque aos demais candidatos, postura que acompanha o que foi visto em entrevistas e debates. O perfil de Dilma postou: #EngavetadorNuncaMais (a presidente chamava o procurador-geral da República da época do ex-presidente

Fernando Henrique Cardoso de “engavetador geral”), #VerdadeVaiVencerAMentira e #AécioMarinou. A página da petista ainda ironizou expressões usadas pelos que falavam mal da Copa, das Olimpíadas e do Bolsa Família, com *hashtags* como #NãoVaiTerOlimpíadas, #NãoVaiTerCopa e #BolsaEsmola.

O perfil de Dilma buscou falar de outros temas aparentemente alheios à corrida eleitoral, como #COPADASCOPAS, #BOMDIAPRAVOCÊ, #ForçaNeymar, #RUMOAHEXA, #FIFA, #seleçãobrasileira e #MOMENTOTORCEDOR. Essas referências ao futebol foram feitas durante o período da Copa do Mundo no Brasil, que concentrou a atenção da mídia em julho, deixando a campanha eleitoral em segundo plano. Por meio de um assunto menos arisco que a política, o objetivo era chegar a outros internautas, possíveis futuros eleitores.

As redes sociais, inseridas num contexto de lazer cotidiano, podem promover a exposição a conteúdos por parte de cidadãos que não estão particularmente interessados, contribuindo para reduzir lacunas de conhecimento. Também Utz (2009) argumenta que esses sites, em comparação com os *websites* de campanha, tem mais potencial de atingir outros grupos de usuários além dos mais interessados, por fornecerem aos usuários um número maior de exposições (por vezes, não previstas) a perfis oficiais ou conteúdos ligados aos candidatos (ASSUNÇÃO *et al*, 2015, p. 21).

No caso de Aécio, a *hashtag* mais adotada foi #MudaBrasil, que era o nome de sua coligação, aparecendo 437 vezes (entre os três principais candidatos à Presidência, esta foi a *hashtag* que mais vezes esteve presente). Nota-se aí uma diferença clara para Dilma. No perfil da petista, a frase precedida de tralha (#) mais usada (#MaisMudançasMaisFuturo) apareceu 195 vezes, 55,6% menos que a de Aécio. Tanto um quanto o outro caso se constituem espécies de *hashtags-slogan*.

As dez *hashtags* mais adotadas por Aécio Neves (tabela 2):

Hashtag	Aparições
#MudaBrasil	437

#EuVotoAécio45	151
#Virada45	122
#PraMudarOBrasil	83
#VamosAgir	37
#RumoAoSegundoTurno	14
#VotoAécio45	11
#PorMinasPeloBrasil	9
#FaceToFaceComAécio	7
#BrasilReal	7

A segunda *hashtag* mais usada pelo candidato à Presidência do PSDB foi #EuVotoAécio45 (151 vezes). Já denota uma preocupação maior em apresentar o número de urna ao eleitorado. Mas, é a terceira *hashtag* mais utilizada que mostra uma estratégia ainda mais clara: a #Virada45 foi utilizada 122 vezes. Ela passou a ser adotada no momento em que a candidatura de Marina perdeu fôlego, o que foi apontado nas pesquisas de intenção de voto, e Aécio começou a reagir. Isso foi em meados de setembro, quando já havia transcorrido mais da metade da campanha.

Como ela foi a terceira mais publicada, dá a ideia de quanto foi usada a partir desse período. Tratou-se de um movimento claro para criar um ambiente de que haveria uma virada, de modo que um eleitor afetasse a percepção dos demais e assim por diante. Uma outra *hashtag*, a #RumoAoSegundoTurno, adotada 14 vezes (apesar do baixo número, foi a sexta mais publicada no perfil do senador mineiro), também dá essa ideia da virada. Em uma ocasião foi postada também a *hashtag* #DeViradaComQuemSabeVirarOJogo.



Basicamente, são duas as maneiras como as equipes de comunicação das campanhas enxergam os usuários dos sites de redes sociais: uma, como o já esboçado anteriormente, encara-os como potenciais eleitores - assim como o são atingidos por peças televisivas e radiofônicas - que precisam ser convencidos a preferir um candidato em detrimento dos outros. Outra perspectiva - tão ou mais importante que a anterior - não os define apenas pela contribuição que podem dar através do voto, mas como podem desempenhar ações a fim de ampliar os esforços de campanha para conquistar novos eleitores. Nesta perspectiva, os usuários dos *social media* são potenciais militantes ou apoiadores que funcionam como elo entre as campanhas e outros eleitores que trafegam pela mesma plataforma (AGGIO e REIS, 2015, p.54-55).

Das dez *hashtags* mais usadas por Aécio, apenas três trazem seu número de urna. É uma quantidade maior que o de Dilma e menor que o de Marina, como veremos adiante. O foco principal do tucano foi emplacar o discurso da mudança, frequente na oposição. Alguns exemplos de *hashtags-slogans*: #PraMudaroBrasil, #VamosAgir e #Quemconhececonfia.

A maior preocupação da ex-senadora Marina Silva foi exatamente fixar o número de urna, talvez porque, entre a eleição de 2010 e 2014, ela tenha mudado de partido, seu número não era o mesmo e/ou porque o PSB não concorre à Presidência com a mesma frequência de PT e PSDB. Das dez *hashtags* mais usadas por Marina, oito tinham o número 40 (tabela 3). Essa era uma preocupação externada, inclusive fora do perfil no Facebook. A título de exemplo, no debate entre os candidatos na TV Globo, Marina pendurou na roupa um broche com o número. Esse é um exemplo de como o Facebook faz parte das estratégias que envolvem outros aparatos midiáticos.

As dez *hashtags* mais usadas por Marina Silva (tabela 3):

Hashtags	Aparições
#SouMarina40	182
#eduardoemarina40	147
#Coragempramudar	130

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação:  
PUC RIO / UFRJ / UERJ / UFF / FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

#BrasilMarina40	56
#EuVotoMarina40	37
#TV40	37
#40razoes	34
#EuEMarina40	17
#Equipe40	15
#MarinarVouEu	14
#MarinaDeVerdade	14

Quando virou alvo dos demais candidatos, porque estava bem nas pesquisas de intenção de voto, a candidata do PSB passou a usar o Facebook para rebater as acusações e usava a *hashtag* #MarinaDeVerdade, que apareceu 14 vezes. Nesse sentido, Malini e Antoun (2013, p. 197) expressam: “A narrativa nas redes sociais da internet é sempre permeada de histórias paralelas, de idas e vindas, de agregações de sentido, de confrontos de personagens (perfis), que só faz alastrar as ambiências em que o fato é vivido, transformado e tornado público”.

Marina também tentou usar a comoção com a morte de Eduardo Campos e usou como *hashtag* #NãoVamosDesistirDoBrasil, frase dita pelo ex-governador de Pernambuco na entrevista ao “Jornal Nacional”, da TV Globo, no dia anterior à sua morte. Ao longo da campanha nas redes sociais, a candidata do PSB publicou vídeos e fotos da viúva e dos filhos de Campos. Embora em menos medida que Dilma e Aécio, Marina também adotou *hashtags* como slogan: #VamosJuntosComMarina, #TodosJuntosComMarina, #Coragempramudar e #CoragemPraEscolheroNovo. Outro ponto em comum entre as três candidaturas foi o de criar *hashtags* específicas durante

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

debates e participações em programas de TV. Aécio e Dilma também incorporaram *hashtags* que as emissoras e jornais criavam. Dessa forma, as postagens seriam encontradas nas buscas pelo termo utilizado pelo veículo de comunicação.

Finalmente, os *social media* fazem parte de uma ecologia de fluxos de informação on-line. Em outras palavras, os sites de redes sociais se integram a um conjunto de fontes de informação e conteúdos que lhes são externas, mas que funcionam num regime de retroalimentação. Conteúdos originalmente publicados em sites de compartilhamento como o You Tube, o Flickr ou o Instagram - assim como em blogs de notícias, portais de veículos de comunicação ou sites de campanha - atingem parcela significativa de suas cotas de exposição *on-line* a partir dos fluxos de compartilhamento que se dão nos sites de redes sociais, como o Facebook (AGGIO e REIS, 2014, p. 56).

## Conclusão

A *hashtag* era uma das formas de os três principais candidatos ao Palácio do Planalto disseminarem suas mensagens na internet para além do círculo de seguidores que curtiam suas páginas no Facebook. Atingindo outros potenciais eleitores, ampliavam a construção e circulação da sua informação política. Samuel Popkin (1994 apud ROSSINI, 2015), ao desenvolver a teoria da baixa racionalidade, argumenta que as pessoas acumulam conhecimento político durante as atividades cotidianas, com o objetivo de reduzir o tempo e a energia da decisão política. As relações sociais estão entre esses atalhos que influenciam o comportamento eleitoral.

Popkin mostra que, quando o eleitor não sabe como avaliar uma situação ou não possui informações, recorre a uma pessoa de confiança para o que ele chamou de “validação”. Nesse sentido, o uso das *hashtags* adquire ainda mais importância, uma vez que elas “unificam” diferentes mensagens em torno de um termo, cujo objetivo é ser mais e mais compartilhado nas redes sociais. E, sendo compartilhadas, as mensagens entram no cotidiano dos eleitores e acabam por influenciar a decisão política no sentido pregado por Popkin. Por outro lado, há ainda o sentido de

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

orientação dos eleitores na busca por informação. McCombs (2009, p.94) diz que “quanto maior for a necessidade de orientação que as pessoas tem no âmbito dos assuntos públicos, maior é a probabilidade de elas atentarem para a agenda da mídia”.

A influência da mídia nas imagens públicas dos candidatos políticos é uma instância muito forte da agenda de atributos. A maior parte de nosso conhecimento sobre os atributos dos candidatos políticos - tudo desde sua ideologia política a sua personalidade - vem das matérias noticiosas e do conteúdo publicitário dos *mass media* (MCCOMBS, 2009, 124)

Tendo isso em vista, as próprias campanhas se preocupam não só em atingir o público como, por meio do Facebook, também buscam publicar mensagens que teriam repercussão na mídia. Por exemplo, quando o perfil de Dilma atacava Marina, a campanha petista sabia o potencial de o conteúdo virar matéria jornalística.

Muito embora o objetivo final de qualquer campanha política seja vencer a eleição, as campanhas entendem cada vez mais sua função imediata como a de capturar atenção da mídia. Implícita nesta perspectiva está a ideia do agendamento do público porque o controle do agendamento da mídia implica influência significativa sobre a agenda do público (MCCOMBS, 2009, p. 161).

Nessa busca para chamar a atenção da mídia e dos seguidores e estimular a expansão da mensagem, as campanhas dos candidatos adotaram estratégias, e o uso de *hashtags* estava incluído nelas. O perfil de Dilma buscou passar a imagem de descontração, lembrando inclusive conteúdos alheios à campanha. Por isso, o perfil da petista adotou um número elevado de *hashtags*. Aécio optou por criar uma marca de campanha no Facebook com a *hashtag* #MudaBrasil. O nome vinha da coligação e visava colar nele a imagem de que era o candidato capaz de fazer a mudança. A terceira *hashtag* mais usada por ele, a #virada45, trazia não só a ideia de que era possível ultrapassar Marina Silva para chegar ao segundo turno bem como ainda divulgava seu número de urna. Eram duas estratégias numa *hashtag* só. O foco de Marina Silva, por sua vez, foi propagar o número de urna nas *hashtags*. O objetivo de

fixar o 40 na memória dos eleitores era tão perseguido que a área de vídeos era chamada de TV40 e a de rádio era Rádio 40. Entre os três candidatos, foi a que mais teve essa preocupação ao longo dos quatro meses de campanha eleitoral.

As estratégias foram diferentes, mas o objetivo em comum das campanhas era conseguir compartilhamentos para que as mensagens dos candidatos atingissem um número maior de internautas e potenciais eleitores.

## Referência Bibliográfica

AGGIO, Camilo de Oiveira; REIS, Lucas. *Campanha eleitoral no Facebook: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012*. In: ALDÉ, Alessandra; MARQUES, Francisco Paulo Jamil (Org.). *Internet e poder local*. Salvador: EDUFBA. p. 49-78.

ASSUNÇÃO, Alysson; ALDÉ, Alessandra; SANTOS, João Guilherme; FREIRE, Fernanda. *Estratégias de Campanha Política*. In: ALDÉ, Alessandra; MARQUES, Francisco Paulo Jamil (Org.). *Internet e poder local*. Salvador: EDUFBA. p. 13-48.

CHADWICK, Andrew. *Internet Politics: States, Citizens and New Communications Technologies*. Oxford, New York: Oxford University Press, 2006.

FIGUEIREDO, Guilherme Gitahy de. *Vamos ao baile: gingas da comunicação e da participação no zapatismo*. *Lua Nova* [online]. 2007, n.72, pp. 47-82.

GOMES, Wilson; FERNANDES, Breno; REIS, Lucas; SILVA, Tarcizio. *Politics 2.0: a campanha online de Barack Obama em 2008*. *Revista de Sociologia Política*, Curitiba, v. 17, n. 34, Out. 2009.

MALINI, Fábio e ANTOUN, Henrique. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2013.

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



# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-graduação em Comunicação:  
PUC RIO / UFRJ / UERJ / UFF / FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

ROSSINI, Patrícia Gonçalves da Conceição. *Comportamento político em sites de redes sociais*. In: ALDÉ, Alessandra; MARQUES, Francisco Paulo Jamil (Org.). *Internet e poder local*. Salvador: EDUFBA. p. 231-263.

SILVA, Érica Anita Baptista. *Internet e escândalos políticos*. In: ALDÉ, Alessandra; MARQUES, Francisco Paulo Jamil (Org.). *Internet e poder local*. Salvador: EDUFBA. p. 203-230.

## **Como financiar o jornalismo na era digital<sup>1</sup>** O caso das organizações sem fins lucrativos

Guilherme de Oliveira Simão <sup>2</sup>

### **Resumo**

A expansão internet tem sido apontada como uma das principais razões para a crise do modelo de negócios tradicional das empresas jornalísticas. Com menos receita, associada à queda do número de assinaturas e de anunciantes e à forte migração do público jovem para o ambiente online, as organizações comerciais de jornalismo estão ficando com menos repórteres para produzir e também com menos recursos financeiros para investir em reportagens mais complexas. Em resposta à crise do modelo de negócios das empresas, jornalistas ao redor do mundo inteiro têm formado organizações jornalísticas sem fins lucrativos, especialmente as dedicadas ao jornalismo investigativo, para produzir jornalismo de interesse público à margem das pressões do mercado. Os centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos surgem com o objetivo de preencher as lacunas deixadas no conteúdo produzido pela grande imprensa por causa da crise financeira da indústria jornalística. Este artigo traz uma revisão bibliográfica sobre as organizações jornalísticas sem fins lucrativos dedicadas ao jornalismo investigativo e tem como objetivo investigar os potenciais e as limitações de desse modelo de financiamento. Para esta tarefa, são analisados como esses centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos estão estruturados, entre eles a brasileira Agência Pública de Jornalismo Investigativo. Os defensores do jornalismo investigativo sem fins lucrativos argumentam que o jornalismo investigativo não é mais viável comercialmente, porque não gera lucros e devido ao fato de que os subsídios que sustentavam sua produção foram erodidos no ambiente digital. As limitações desse modelo de jornalismo estão relacionadas aos problemas da filantropia, a grande fonte de recursos dessas organizações, como as incertezas do financiamento a longo prazo e a falta de transparência dos doadores.

### **Palavras-chave**

Financiamento; Jornalismo sem fins lucrativos; Modelo de negócios; Filantropia; Agência Pública.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GT 6 - Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Jornalista e mestrando em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). E-mail: [simaooliveiraguilherme@gmail.com](mailto:simaooliveiraguilherme@gmail.com).

## Corpo do artigo

O foco deste artigo é em um tipo específico de organização jornalística sem fins lucrativos: aquelas dedicadas ao jornalismo investigativo. Essas organizações se caracterizam por empregar jornalistas profissionais com o objetivo de preencher lacunas percebidas nas investigações jornalísticas da mídia comercial, com base na proposta de Konieczna (2014) de diferenciar os tipos de organizações jornalísticas sem fins lucrativos a partir dos problemas que cada um deles pretende solucionar. As organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos buscam encontrar modelos de financiamento sustentáveis para custear as investigações jornalísticas em resposta a uma alegada incapacidade de o mercado, na ausência de subsídios financeiros, garantir a produção desse tipo de jornalismo considerado necessário para a democracia funcionar de maneira adequada.

Outra característica que distingue essas organizações de jornalismo sem fins lucrativos é que elas emergiram do campo do jornalismo comercial. Grande parte dos fundadores dessas organizações sem fins lucrativos de jornalismo investigativo são jornalistas que trabalharam na grande mídia e que estavam frustrados com que perceberam como deficiências na produção de jornalismo de interesse público das empresas jornalísticas. Em geral, esses profissionais querem resgatar a missão da imprensa tradicional de produzir jornalismo investigativo e estão tentando criar uma estrutura organizacional que permita fazer esse tipo de jornalismo em condições mais adequadas e livre das pressões comerciais do mercado.

Como veremos de forma mais detalhada, uma das características mais importantes dessas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos é elas que adotam parâmetros de sucesso baseados nos impactos gerados pela atividade jornalística na sociedade. Ou seja, a missão das organizações sem fins lucrativos é produzir mudanças positivas nas comunidades, como impulsionar a criação de uma lei, mobilizar as pessoas para uma causa ou provocar a abertura de uma investigação sobre irregularidades reveladas. Assim, as organizações de jornalismo investigativo

sem fins lucrativos precisam mostrar concretamente aos doadores que prestam um serviço público relevante para convencê-los a dar apoios financeiros aos projetos de investigações jornalísticas.

Ao defenderem que a produção do jornalismo investigativo deve ser orientada para gerar impactos positivos na sociedade, essas organizações assumem o compromisso de prestar um serviço público em primeiro lugar. Essas organizações sem fins lucrativos também estão tentando criar um nicho dentro do campo jornalístico para a produção exclusiva do jornalismo investigativo, destacando a importância desse tipo de jornalismo para a sociedade. Além disso, como o sucesso dessas organizações jornalístico investigativo é avaliado pela capacidade delas de contribuir para o fortalecimento da democracia, esses sites jornalísticos são incentivados a adotar práticas mais colaborativas na produção e distribuição de conteúdo para atingir o maior impacto e público possíveis, em contraste com o ambiente mais competitivo das empresas comerciais cujos parâmetros de êxito são especialmente os números da audiência e da rentabilidade.

O objetivo dessas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos não é reformar os processos e valores do jornalismo comercial, porque os fundadores dessas organizações tendem a acreditar que esses processos e valores não estão sendo aplicados de modo suficientemente rigoroso - por causa, ao menos em parte, dos problemas financeiros atuais da indústria jornalística (KONIECZNA, 2014). Em outras palavras, as organizações sem fins lucrativos de jornalismo investigativo estão baseadas nos valores e normas tradicionais da comunidade de jornalistas profissionais, mas elas tentam encontrar novas formas de financiamento para a produção de investigações jornalísticas.

A maior parte dos fundadores dessas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos são jornalistas que estavam frustrados com que perceberam como deficiências na produção de jornalismo de interesse público das empresas jornalísticas. Em geral, esses profissionais querem resgatar a missão da imprensa tradicional de produzir jornalismo investigativo. Essas foram as motivações até mesmo dos precursores das organizações de jornalismo investigativo sem fins

lucrativos. Um dos centros pioneiros de reportagem investigativa é o *Center for Investigative Reporting* (CIR), fundado nos Estados Unidos, em 1977, antes de a crise financeira da indústria jornalística se agravar a partir de 2008 em paralelo à recessão da economia global.

Muitos analistas de mídia têm discutido sobre os problemas a respeito do modelo de negócios tradicional da indústria jornalística e levantado sugestões de alternativas de como financiar o jornalismo (MCCHESENEY, 2013; PICARD, 2008). Um novo modelo de organização jornalística surgiu no campo do jornalismo com o objetivo de preencher as lacunas deixadas no conteúdo produzido pela grande imprensa por causa da crise financeira da indústria jornalística: organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos.

As organizações de jornalismo sem fins lucrativos analisadas neste artigo saíram da estrutura comercial da indústria jornalística e tentam produzir jornalismo fora das leis de mercado, criando um novo nicho no qual o jornalismo de interesse público tem um valor em si. O problema que elas em conjunto estão tentando solucionar é que está sendo erodido o suporte financeiro para o tipo de jornalismo necessário para a democracia funcionar. No modelo de financiamento sem fins lucrativos, a filantropia desponta como o grande subsídio econômico do jornalismo de interesse público. Em resumo, os estudiosos do tema partem da premissa de que a produção do jornalismo investigativo não pode ser mais suportada de forma adequada pela estrutura comercial do mercado (KONIECZNA, 2014).

Neste artigo, o termo jornalismo investigativo é usado como sinônimo de jornalismo de interesse público para designar o tipo de jornalismo necessário para uma democracia funcionar de forma adequada. Partindo da percepção de que houve um declínio significativo na produção do jornalismo investigativo pela mídia comercial, o artigo discute como organizações de jornalismo sem fins lucrativos podem ser parte da solução para a produção do jornalismo de interesse público. Neste artigo, a partir de uma revisão bibliográfica sobre organizações jornalísticas sem fins lucrativos, foram analisados os modelos de financiamento dessas organizações jornalísticas e quão dependentes elas são da filantropia para se sustentarem,



considerando os potenciais e as preocupações a respeito dessa estrutura criada para produzir jornalismo de interesse público. Para o estudo de caso da Agência Pública, também foram feitas entrevistas com Natália Viana, umas das diretoras e fundadoras da organização.

## **As organizações de jornalismo sem fins lucrativos**

À medida que os grandes jornais estão ajustando seus investimentos para responder aos desafios da queda de receitas, analistas de mídia passaram a apontar o modelo sem fins lucrativos como uma possível solução para o financiamento do jornalismo, especialmente o investigativo (PICARD, 2008). Financiadas por fundações filantrópicas, doações do público e fluxos de receitas alternativas, as organizações jornalísticas sem fins lucrativos começaram a proliferar. As organizações de jornalismo sem fins lucrativos são cada vez mais numerosas e formam grandes redes de colaboração, tornando-se uma parte significativa do campo jornalístico, especialmente nos Estados Unidos.

No estudo “Global Investigative Journalism: Strategies for Support”, David Kaplan identificou 106 organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos em 47 países em 2012, sendo que a metade havia sido fundada a partir de 2008 (KAPLAN, 2013, p.28). O crescimento do número de organizações sem fins lucrativos de jornalismo investigativo é associado à crise financeira da indústria jornalística que se agravou a partir de 2008 devido à recessão da economia global que atingiu especialmente os países mais desenvolvidos. Em 2009, Institute for Nonprofit News (INN), instituto que dá suporte a organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos dos Estados Unidos tinha 27 membros. Em 2015, havia mais de 100 organizações filiadas ao INN.

O estudo de David E. Kaplan divide as organizações de jornalismo sem fins lucrativos em três tipos: os centros de reportagem, que produzem conteúdo editorial

de documentários a notícias exclusivas; as associações e centros de treinamento, que incluem redes de contato de profissionais; e as organizações de financiamento, que tipicamente são dedicadas a financiar investigações jornalísticas por meio de bolsas para produção de reportagens. De acordo com a metodologia adotada no estudo, no Brasil, existem atualmente os centros de jornalismo Agência Pública de Jornalismo Investigativo, criada em 2011, em São Paulo, e a Ponte Jornalismo, projeto incubado pela própria Agência Pública, lançado em 2014, além da associação de jornalistas ABRAJI (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo).

### **Jornalismo de interesse público como produto comercial**

De acordo com a pesquisadora Magda Konieczna, a produção do jornalismo de interesse público foi relativamente robusta ao longo do século 20 por causa de um fluxo estável de financiamento proveniente em grande parte de subsídios que eram resultado de três fatores principais: a propriedade familiar dos jornais, o “empacotamento das notícias” e a regulação governamental. Esses subsídios estão sendo erodidos atualmente segundo a autora (2014, p.38). A propriedade familiar estava relacionada ao fato de que os proprietários de empresas de mídia estarem dispostos a investir em jornalismo de interesse público com o objetivo de obter prestígio e influência no processo político sem que o investimento necessariamente desse retorno financeiro (2014, p.34). Além disso, os donos dessas organizações jornalísticas tendiam a tomar decisões editoriais usando um horizonte de tempo maior e com mais foco na participação de mercado do que em lucros imediatos (MEYER, 2004).

Já o subsídio gerado pelo “empacotamento das notícias” significava que as partes de maior audiência e rentabilidade da produção jornalística subsidiavam a menos rentáveis como, por exemplo, a de jornalismo de interesse público. Isso era possível porque o público precisava pagar por todo o conteúdo de uma publicação mesmo que tudo o que o leitor quisesse ler do jornal fossem apenas os resultados esportivos (KONIECZNA, 2014, p.35). Konieczna destaca que, antes do advento

internet, não havia nenhuma maneira precisa de saber quais as histórias dos jornais estavam sendo mais lidas, e, assim, descobrir o que estava contribuindo para o aumento da venda da publicação.

Segundo a pesquisadora, o efeito do empacotamento das notícias se aplicava tanto de forma direta quanto indireta: diretamente, na medida em que as pessoas que compravam o jornal para ler histórias de esportes também ajudavam a pagar as reportagens com investigações jornalísticas, e indiretamente, porque o aumento da circulação tornava o diário mais atraente para anunciantes, podendo gerar mais receitas que sustentavam toda a produção editorial, incluindo a voltada para o jornalismo de interesse público. Atualmente, no entanto, a internet favorece a dispersão em relação à fidelidade a uma publicação: a categoria mais comum de leitor de muitos sites jornalísticos de interesse geral é formada por um público que só lê um único artigo da organização por mês (ANDERSON; BELL E SHIRKY, 2013, p.8).

Uma terceira forma de subsídio está relacionada ao papel de regulação do mercado pelos governos. Em contrapartida pelo acesso gratuito às redes de transmissões de rádio e TV, de propriedade pública, as emissoras privadas eram obrigadas pelo governo a produzir uma programação com conteúdo de interesse público. Em outras palavras, em grande parte do século 20, as emissoras privadas eram forçadas a sacrificar algum lucro eventual para subsidiar a produção de jornalismo de interesse público (KONIECZNA, 2014, p.35).

A pesquisadora Konieczna argumenta que essas três formas de subsídio ajudaram isolar a produção de jornalismo de interesse público das pressões comerciais do mercado ao longo século 20. Assim, o jornalismo de interesse público estava sendo produzido de forma acidental pelo mercado por meio do lucro proveniente de vários tipos de subsídios gerados pelo jornalismo comercial. Na visão de Konieczna, a estrutura desses subsídios fez com que o jornalismo de interesse público fosse sustentado como um subproduto do jornalismo comercial ao longo do século 20 (2014, p.35-36).

## **Financiamento do jornalismo pela filantropia**

Há uma diferença fundamental, portanto, entre o modelo financiamento sem fins lucrativos e a estrutura de subsídios que sustentou a produção de jornalismo de interesse público ao longo do século XX. Um dos efeitos dos subsídios do século XX para o jornalismo de interesse público foi que esse tipo de jornalismo, embora isolado das pressões do mercado, estava sendo criado pelo lucro proveniente de vários tipos de subsídios gerados pelo jornalismo comercial (KONIECZNA, 2014).

De acordo a pesquisadora Magda Konieczna, o apoio é dado precisamente porque essas organizações de jornalismo investigativo têm a missão de prestar um serviço público essencial para a democracia. Konieczna afirma que as instituições doadoras são basicamente as fundações filantrópicas e os membros da audiência. Na visão da pesquisadora, as fundações filantrópicas fazem doações porque acreditam que a promoção do jornalismo investigativo é importante para aumentar a qualidade da democracia. Já os membros da audiência doam dinheiro porque consideram que essas organizações de jornalismo investigativo prestam um serviço importante em suas comunidades ou porque gostam de ter acesso à produção desse tipo de jornalismo produzido (KONIECZNA, 2014, p.40).

Em outras palavras, as fundações apoiam o jornalismo de interesse público porque consideram que esse tipo de jornalismo é importante para a democracia e, assim, para o bem-estar da sociedade. Elas dão suporte financeiro a esse tipo de jornalismo fazendo doações diretas a essas organizações. As fundações em geral desejam aumentar a quantidade de jornalismo de interesse público disponível e, assim, melhorar a qualidade da democracia.

Em suma, os líderes das organizações de jornalismo sem fins lucrativos analisadas estão buscando se isolar das pressões do mercado. Em vez de ter a produção apoiada por subsídios, eles estão apoiados por um modelo de financiamento que dá um valor explícito para o jornalismo que oferece informações necessárias para o bom funcionamento da democracia. Isto não só muda o modelo de financiamento,

mas também cria uma estrutura diferente de incentivos e expectativas com gestores das fundações e com alguns leitores que têm objetivo de melhorar a democracia por meio da sua participação em uma organização de jornalismo sem fins lucrativos.

Konieczna defende que a filantropia representa hoje a nova forma de subsídio para a produção de jornalismo de interesse público, o qual estaria reconfigurando a lógica econômica da produção desse tipo de jornalismo. Para Konieczna, as doações filantrópicas não só oferecem um apoio financeiro muito necessário para as organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos, mas também contribuem para legitimar o campo do jornalismo de interesse público, sendo muito importantes pela forma que elas criam demanda por esse tipo de jornalismo (KONIECZNA, 2014, p.20).

Os críticos desse modelo de financiamento estão preocupados com o impacto dos interesses das fundações filantrópicas sobre as organizações de jornalismo sem fins lucrativos. Uma das críticas argumenta que é problemática a ideia de que existe um "interesse público" comum a organizações de jornalismo sem fins lucrativos e as grandes fundações, apontando a necessidade de examinar os objetivos instrumentais por trás do financiamento da organização de jornalismo sem fins lucrativos pela fundação filantrópica. Há também preocupações em torno do fato de que nem sempre é transparente e claro o apoio de uma fundação a uma série de reportagem produzidas por organizações de jornalismo sem fins lucrativos (BROWNE, 2010).

O modelo de financiamento do jornalismo majoritariamente pela filantropia é questionado por não fomentar a sustentabilidade financeira das organizações. Esse tipo de financiamento é considerado insustentável porque os doadores podem perder o interesse no jornalismo e mover rapidamente seus recursos para outras áreas, especialmente em tempos de crises financeiras. Além disso, a competição por doações entre os centros de jornalismo investigativo sem fins lucrativos tende a crescer à medida que mais organizações estão sendo criadas.

Outro problema é que poucas organizações de jornalismo sem fins lucrativos contam com profissionais especializados e dedicados a levantar fundos. Outros grandes obstáculos para o financiamento do jornalismo de interesse público,



especialmente nos países em desenvolvimento, são a falta de tradição de filantropia e de incentivos econômicos, como a dedução de impostos com as doações, para os doadores, e a insenção de imposto de renda, para as organizações de jornalismo sem fins lucrativos.

## O caso da Agência Pública

A Agência Pública foi fundada em março de 2011 pelas repórteres Marina Amaral e Natália Viana. As jornalistas foram colegas de redação na revista *Caros Amigos*, da qual Amaral foi fundadora e repórter especial até 2007. Na grande imprensa, Marina Amaral trabalhou para os jornais *Folha de São Paulo* e *Jornal da Tarde* na revista *Globo Rural* e na TV Record. Já a repórter Natália Viana colaborou com veículos de comunicação internacionais como os britânicos *BBC* e *Independent* e nacionais, como *O Globo* e *Carta Capital*.

A ideia de criar uma organização de jornalismo investigativo surgiu quando Natália Viana passou uma temporada em Londres e teve a oportunidade de conhecer centros de reportagem investigativa sem fins lucrativos. A Agência Pública foi inspirada em organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos criadas em resposta à crise atual da indústria jornalística como a *Propublica* nos Estados Unidos, o Centro de Investigación Periodística (CIPER) no Chile e o Bureau of Investigative Journalism no Reino Unido, cujo diretor Gavin MacFadyen, foi um dos incentivadores da criação da Pública e hoje é um dos membros do conselho consultivo da organização brasileira. Para a jornalista Natalia Viana, esses centros de jornalismo investigativo conseguem atuar em nome do interesse público de modo independente às instituições de poder da sociedade.

Uma das principais motivações das jornalistas para criar a Agência Pública foi a percepção de limitações e deficiências do jornalismo investigativo produzido pelas organizações jornalísticas do Brasil. Em entrevista ao site *Knight Center for Journalism in The Americas*, Natalia Viana afirmou que o jornalismo brasileiro “na grande imprensa e na imprensa alternativa era muito ideológico”, por estar atrelado a

interesses de partidos políticos, além de “ não investigar a fundo as empresas privadas (VIANA, 2013). Outras frustrações das criadoras da Pública com a grande mídia estão relacionadas à falta de estrutura adequada e de recursos necessários para produzir reportagens investigativas. Natalia Viana destaca que as organizações jornalísticas tradicionais tendem a fazer cada vez menos jornalismo investigativo no atual cenário de crise financeira: “por causa da tendência dos jornais, sobretudo comerciais, de fazer menos esse tipo de jornalismo, porque é custoso. Quer dizer, não é custoso, é trabalhoso, leva tempo, e não é tão lucrativo (VIANA, 2014). Viana destaca que mesmo os repórteres reconhecidos conseguem não conseguem muito apoio para fazer reportagens investigativas: “Às vezes não tem tempo, não tem espaço para aquilo, o jornalista tem que produzir cinco ou seis matérias num dia e não pode ficar parado naquilo. Então, precisamos criar espaço para esse jornalismo” (VIANA, 2014).

Atualmente, quase toda a receita da Pública vem de fundações filantrópicas internacionais, especialmente doações da Fundação Ford, que são usadas basicamente para manter a estrutura da organização e pagamento de pessoal. Assim, a Agência Pública dispõe de recursos limitados para investir em reportagens mais complexas e em novos projetos especiais de jornalismo, além de contratar mais jornalistas. Recentemente, a Open Society decidiu cortar recursos voltados ao jornalismo, o que contribuiu para que Pública focasse seu modelo de financiamento em campanhas de crowdfunding, financiamento coletivo da produção por meio de doações do público.

Para levantar fundos para projetos especiais de jornalismo de interesse público, a Agência Pública já realizou duas campanhas de crowdfunding. A primeira edição do projeto “Reportagem Pública” durou 45 dias em agosto e setembro de 2013 e arrecadou R\$ 58.935 de 808 apoiadores, distribuindo 12 bolsas de reportagem no valor de R\$ 6 mil. Em março de 2015, a Agência Pública realizou a sua segunda campanha e conseguiu arrecadar R\$ 70 mil e vai financiar 14 bolsas de reportagem que serão publicadas ao longo do ano.

## Conclusões

Grande parte do debate em torno da legitimação das novas organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos está relacionada à sustentabilidade financeira a longo prazo. Os desafios de financiar o jornalismo investigativo na era digital podem ser resumidos na seguinte questão: como financiar uma atividade necessária para a democracia, considerando que as empresas estão cada vez mais limitadas a fazê-lo?

As organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos podem ser parte da solução. No entanto, considerando as limitações de estrutura dessas organizações, o setor do jornalismo sem fins lucrativos depende simbioticamente de parcerias com as grandes empresas de mídia para distribuição de conteúdo de modo a buscar o alcance de público mais amplo possível. As organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos não pretendem ser alternativas, mas complementares à atuação da grande imprensa, especialmente preenchendo as deficiências percebidas na produção de jornalismo investigativo da mídia comercial.

Um dos grandes desafios das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos é mostrar como o jornalismo é importante para democracia. Como mostrar aos doadores, de forma concreta, que as investigações jornalísticas foram bem-sucedidas? Uma das principais formas de perceber os impactos do jornalismo investigativo é analisar as consequências provocadas pela publicação das reportagens: se o projeto jornalístico resultou na reforma de alguma lei ou regulamentação, se mobilizou as pessoas para alguma causa, se gerou a abertura de investigações ou se impulsionou a prestação de contas e punições dos responsáveis por irregularidades reveladas (KAPLAN, 2013, p. 46). Além disso, é possível avaliar o sucesso das investigações jornalísticas analisando se as reportagens foram reconhecidas por prêmios ou se chamaram a atenção do grande público e de outras organizações de jornalismo.

Nesse sentido, o principal indicador de sucesso das organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos são os impactos e mudanças provocados na sociedade, em contraste com as empresas jornalísticas cujos parâmetros de êxito geralmente são o tamanho da audiência e dos lucros (ANDERSON; BELL E SHIRKY, 2013, p.67). Portanto, os doadores de recursos para organizações de jornalismo investigativo sem fins lucrativos precisam considerar um horizonte de tempo a longo prazo e ser baseada na qualidade em vez da quantidade, dando menos importância a resultados mais imediatos como o número de jornalistas treinados ou de reportagens produzidas em um dado período de tempo.

### **Referências bibliográficas:**

ANDERSON, Christopher W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. Revista de Jornalismo ESPM, n.5, abr./jun. 2013.

BROWNE, Harry. Foundation-Funded Journalism: Reasons to Be Wary of Charitable Support. Journalism Studies 11, no. 6. 2010.

FORTES, Leandro. Jornalismo investigativo. São Paulo: Contexto, 2012.

KAPLAN, David E. Global Investigative Journalism: Strategies for Support. A Report to the Center for International Media Assistance (CIMA). 2013

KONIECZNA, Magda. A Better News Organization: Can nonprofits improve on the commercial news organizations from which they arose? Tese de doutorado, University of Wisconsin-Madison. 2014

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

HAMILTON, James T. All the News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information into News. Princeton: Princeton University Press, 2004.

MCCHESENEY, Robert. Digital disconnect: how capitalism is turning the Internet against democracy. Nova York: The New Press, 2013. [Ebook]

NASCIMENTO, Solano. Os novos escribas: o fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2010

PICARD, R. Business models for news: Worn, frayed and in need of repair. In: the Carnegie- Knight conference on the future of journalism, Cambridge, MA, 20–21 June, 2008.

SEQUEIRA, Cleofe M. Jornalismo investigativo: o fato por trás da notícia. São Paulo: Summus, 2005.

VIANA, Natália. 2013a. In: FRAGA, Isabela. A Pública: rumo ao financiamento do jornalismo investigativo por crowdfunding. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-12948-publica-rumo-ao-financiamento-do-jornalismo-investigativo-por-crowdfunding>> Acesso em: 11 de ago. de 2015.



## **Imprensa, poder e mal-estar na contemporaneidade<sup>1</sup>**

### **Uma análise de discursos de (e sobre) a comunidade interpretativa de psicanalistas**

Iara Bastos Campos<sup>2</sup>

Wedencley Alves Santana<sup>3</sup>

#### **Resumo**

Este artigo apresenta uma pesquisa acerca da convocação de especialistas pela imprensa, com foco na figura do psicanalista, a diagnosticar o mal-estar não só em suas formas físico, mental e psíquico, mas principalmente, social. Para isso, partimos da compreensão de psicanalistas como “comunidades interpretativas” que ocupam, nas textualidades de revistas de informação, o lugar de autoridade discursiva, produzindo sentidos e (se) estabelecendo (em) relações de poder. A análise abrangerá o período de 1980 a 2000, abrangendo desde a “crise” das instituições psicanalíticas do Rio de Janeiro e o “caso Amílcar Lobo” – acontecimentos amplamente noticiados no início da década de 1980 – até os anos 90, que foram chamados de a “década do cérebro”.

**Palavras-chave:** Imprensa; psicanálise; comunidade interpretativa; análise de discurso; poder.

#### **Introdução**

Os meios de comunicação ocupam, nas sociedades contemporâneas, um lugar privilegiado em relação à constituição, produção e reprodução de discursos sociais. Sejam falas e sentidos proferidos a partir do senso comum, sejam discursos institucionalizados, a partir das vozes de especialistas, cientistas, intelectuais, o fato é que as mídias detêm o poder, ainda que compartilhado – em oposição, contraste ou consonância – com outras instituições, de propagar ou silenciar sentidos, autorizar ou desautorizar sujeitos, repetir ou deslocar discursos, que vão servir como referenciais

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 - Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda da linha de pesquisa "Comunicação e Poder", do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM-UFJF). Integrante do grupo Sensus - Comunicação e Discursos. E-mail: [bcampos.iara@gmail.com](mailto:bcampos.iara@gmail.com).

<sup>3</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM-UFJF). Coordenador do grupo Sensus - Comunicação e Discursos. E-mail: [wedenn@yahoo.com.br](mailto:wedenn@yahoo.com.br).

para a conduta humana, de avaliação da realidade, mesmo de percepção de nossos próprios sentimentos de bem e de mal-estar.

Diante deste cenário, emerge a necessidade de compreender como os saberes especializados acerca do bem-estar (físico, mental e social) e do mal-estar contemporâneos (medos e angústias, esperanças e frustrações, a questão das violências, etc.) se materializam e se propagam pela imprensa, produzindo sentidos e (se) estabelecendo (em) relações de poder. Isso porque à medida que os meios fazem circular saberes especializados, eles também produzem sentidos acerca destes saberes, nem sempre em conformidade – mas também nem sempre em oposição – com o modo como foram constituídos nas instituições de origem.

Dentre os especialistas os mais presentes na mídia já há algum tempo estão os psicanalistas, muitas vezes convocados a falar sobre questões que nem sempre se limitam ao campo da saúde mental. Daí surge a principal questão que move esta pesquisa: de que maneira os psicanalistas aparecem nos discursos da imprensa, no período de 1980 a 2000?

Na seção 1, apresentaremos os psicanalistas a partir do conceito de “comunidades interpretativas”, de Stanley Fish (1980), apropriado para o jornalismo por Barbie Zelizer (1993). Na seção 2, explicaremos o cenário em que esta pesquisa se encontra, trazendo concepções de mal-estar a partir de Freud (1996), Bauman (1998) e Birman (2001) e elencando importantes marcos da historiografia da psicanálise no Brasil. Na seção 3, discutiremos – com base em conceitos de Michel Foucault (1996, 2012) e Pierre Bourdieu (1989) – as relações de poder na imprensa, a partir do jogo de saberes e discursos convocados pela mídia para diagnosticar a sociedade contemporânea. Em seguida, após apresentarmos as questões de método, explicitaremos as justificativas e os propósitos de uma pesquisa que nos propomos a desenvolver.

## **Psicanalistas como comunidades interpretativas na imprensa**

Ao pensarmos a imprensa como capaz de autorizar (ou desautorizar) vozes e saberes, partimos do pressuposto de que a mídia é responsável pela eleição de comunidades interpretativas (Fish, 1980), que apresenta um grupo de autores de um campo simbólico qualquer que são elevados à condição de intérpretes da realidade. Para Fish, a forma de atividade interpretativa é determinada pela instituição literária que autoriza apenas um número limitado de estratégias de interpretação. Isso se dá porque a atividade interpretativa é como

um jogo literário do qual participam indivíduos institucionalizados, dentro do campo profissional definido como o da literatura, indivíduos que compartilham regras que, embora dinâmicas, determinam o que é ou não aceitável dentro da comunidade, em um dado contexto histórico ou sócio-cultural (FISH, 1980, p. 342, tradução nossa).

Apesar de Fish estar se debruçando sobre o conceito no campo literário, a concepção de comunidade interpretativa também se aplica a outras áreas, dentre elas, a comunicação. É Schramm (2005) quem reúne os autores que aproximam o conceito de comunidades interpretativas primeiramente das teorias da recepção. Assim, ela cita Lindolf, que defende que os integrantes de uma comunidade interpretativa compartilham certos sentidos e ideologias comuns “[...] que estruturam as interações da comunidade e a recepção de textos midiáticos. O horizonte de interpretação está nas fronteiras do pertencimento à comunidade” (Lindolf, 1985, 1988, apud Schramm, 2005, p.10).

Ainda na comunicação, Zelizer (1993) estende aos jornalistas o conceito de comunidades interpretativas. Segundo a autora, a noção de “profissão” não dá conta da complexidade do grupo de profissionais jornalistas. Por isso, ela propõe o entendimento desses como membros de comunidades interpretativas, “unidos por seu discurso compartilhado e interpretações coletivas de acontecimentos públicos” (ZELIZER, 1993, p.1, tradução nossa). Além disso, Barbosa retoma Zelizer, afirmando que

como comunidade interpretativa, os jornalistas se instituem como transmissores de conhecimentos, mas, sobretudo, como orientadores acerca de padrões de comportamento e padrões políticos. A imagem de porta-vozes legítimos da população é fundamental para que tenham direito, na sua argumentação, a interpretações legítimas do mundo (BARBOSA, 2007, p.185).

Neste sentido, ao encarar os psicanalistas como um grupo de pessoas que produz e compartilha interpretações “legítimas” sobre a sociedade brasileira, na imprensa, é possível, portanto, pensá-los como comunidades interpretativas, mas, para efeito desta pesquisa, apenas na sua relação com os meios de comunicação.

Diferentemente das abordagens enumeradas acima, nesta pesquisa, propomos a pensar o conceito de "comunidades interpretativas" do ponto de vista discursivo. Desta forma, é possível dizer, discursivamente, que uma comunidade interpretativa se forma na medida em que uma instituição, um saber e seus praticantes são reconhecidos socialmente (ou pela imprensa) como "autoridades discursivas".

O que está em jogo é, portanto, como a mídia produz uma projeção imaginária sobre a instituição como lugar de saber, e sobre os seus membros como sujeitos de saber. Isso ocorre porque, para a formação de uma comunidade interpretativa, é preciso que haja um discurso de força institucional. No caso aqui estudado, este discurso apareceria tanto por parte da mídia como por parte dos membros da instituição psicanalítica.

### **Psicanálise e mal-estar na contemporaneidade**

É importante destacar que a discussão sobre a história do saber psicanalítico passa, necessariamente, pelas questões acerca do mal-estar contemporâneo, uma vez que, o reconhecimento da psicanálise como saber capaz de diagnosticar e discutir problemas não só de saúde mental, mas também de âmbitos outros que afligem os indivíduos – como política, comportamento, economia, educação – está ligado aos modos de subjetividade próprios de cada época. Por isso, antes de tratarmos da historiografia propriamente, recorreremos à conceituação de “mal-estar” proposta por Freud (1996) e retrabalhada por Bauman (1998) e por Birman (2001).

É essencial esclarecer que a tentativa de se definir ou determinar o que é mal-estar na sociedade não é nova e perpassa diversos campos de saber. Sendo um ponto de relevância para a psicanálise, é objeto de amplas discussões que ganham corpo em

Freud, em 1930. Para o autor, o mal-estar pode ser associado a termos como desamparo e sentimento de culpa, que se dão, continuamente, na relação entre o indivíduo e o campo social. Isso gera uma controvérsia, pois ao mesmo tempo em que nossa civilização pode ser fonte de angústias que acometem os sujeitos, “todas as coisas que buscamos a fim de nos protegermos contra as ameaças oriundas das fontes de sofrimento, fazem parte dessa mesma civilização” (FREUD, 1996, p.15).

Dando continuidade a essa discussão, mas com foco nas subjetividades, Birman (2001) busca fazer uma espécie de atualização do *Mal Estar da Civilização* de Freud, se perguntando, a partir do referencial teórico foucaultiano, quais seriam as características do mal-estar do sujeito na atualidade. Sob o viés da psicanálise, o autor apresenta a análise de modelos de subjetivação investidos pela cultura do narcisismo e pela sociedade do espetáculo, que resultam em uma subjetividade contemporânea caracterizada pela exterioridade e pelo autocentramento (BIRMAN, 2001, p.24).

Cabe-nos ressaltar que Birman utiliza, em sua obra, o discurso sobre a pós-modernidade elaborado por autores das ciências sociais, dentre eles, Bauman (1998), que também nos fornece conceitos sobre o mal-estar. O autor, por um viés sociológico, avalia as diferenças entre a sociedade moderna, fundamentada no excesso de ordem e na consequente escassez de liberdade, e a pós-moderna.

Os mal-estares da modernidade provinham de uma espécie de segurança que tolerava uma liberdade pequena demais na busca da liberdade individual. Os mal-estares da pós-modernidade provêm de uma espécie de liberdade de procura do prazer que tolera uma segurança individual pequena demais (BAUMAN, 1998, p.10).

Ao seguir esse raciocínio, Birman também considera que a questão do mal-estar se apresenta de forma diferente na atualidade, se comparada com a abordagem da sociedade moderna à qual Freud se refere, devido aos diferentes modos de subjetivação, que são próprios de cada época. No campo da saúde mental, o entendimento de psicopatologia na pós-modernidade “se caracteriza pelo paradigma biológico, em que as neurociências funcionam como referências teóricas” (BIRMAN, 2001, p.186). Com isso, as formas terapêuticas centradas nos psicofármacos adquirem maior importância, relegando, de certa forma, a psicanálise a um papel secundário.



De forma a confrontar tais pensamentos com a historiografia da psicanálise no Brasil, podemos apontar para dois momentos: o primeiro, do início ao final da década de 1980, quando a demanda psicanalítica era elevada, e, o segundo, que se inicia no fim da década de 1980 e perdura até os dias atuais, com aparente primazia das neurociências.

Mais detalhadamente, foi nas décadas de 1970 e 1980 que a psicanálise teve seu “boom” e se sobressaiu diante das demais práticas “psi”. Nesse primeiro momento, “consumia-se psicanálise, falava-se ‘psicanalês’, o mundo das relações pessoais era interpretado em termos psicanalíticos. Outras práticas e teorias psicológicas já despontavam no ‘mercado terapêutico’, mas a psicanálise permanecia como referência” (RUSSO, 2004, p.39).

Para esta pesquisa, tomamos como marco inicial deste primeiro momento, dois importantes acontecimentos da história da psicanálise brasileira: a “crise” institucional da psicanálise (CERQUEIRA FILHO, 1982) e o “caso Amilcar Lobo” (CERQUEIRA FILHO, 1982; COIMBRA, 2005).

A “crise” institucional da psicanálise foi consequência de uma série de insatisfações de alguns psicanalistas associados à Sociedade Psicanalítica do Rio de Janeiro (SPRJ) em relação a condutas internas da entidade e ganhou espaço na imprensa a partir da publicação da reportagem intitulada “Os Barões da Psicanálise” pelo *Jornal do Brasil*, em 23 de setembro de 1980. Nas matérias, os psicanalistas Eduardo Mascarenhas, Wilson Chebabi e Hélio Pellegrino denunciavam, por meio de entrevista, aspectos internos das instituições psicanalíticas.

A denúncia teve ampla repercussão tanto internamente nas instituições psicanalíticas cariocas filiadas à *International Psychoanalytical Association* (IPA) – SPRJ, da qual Pellegrino e Mascarenhas eram membros associados, e também SBPRJ – quanto na mídia. Isso se deu, conforme discute Birman (1982), “não apenas pela revelação das acusações de que foram objeto dois membros desta instituição [SPRJ], mas, sobretudo, pela revelação de como as dissensões são manejadas e elaboradas no interior de uma instituição psicanalítica” (BIRMAN, 1982, p.140).

A “crise” agravou-se com a expulsão dos psicanalistas envolvidos na denúncia à instituição e, ainda mais, com o “caso Amilcar Lobo”. Este, por sua vez, trata-se da denúncia contra um candidato em formação pela SPRJ, o médico psiquiatra Amilcar Lobo, acusado de ter participado de torturas a presos políticos na “Casa da Morte”, aparelho clandestino de repressão ligado ao Centro de Informações do Exército, durante o regime militar. O maior incômodo é que Lobo teria sido acobertado dentro da SPRJ pelo seu didata à época, o ex-presidente da SPRJ, Leão Cabernite (COIMBRA, 1995).

As denúncias contra Amilcar Lobo, juntamente com as críticas de Pellegrino, Mascarenhas e Chebabi publicadas pela imprensa, acabaram, portanto, por

inaugurar uma crise sem precedentes nas duas sociedades cariocas vinculadas à IPA e deram margem a um grande número de reportagens, em que os periódicos de maior prestígio no país expuseram a uma opinião pública estarecida, o obscurantismo e as relações espúrias que permeavam parte das instituições psicanalíticas do país (PONTE, 1999, p.153).

Para além das questões institucionais que suscitaram o debate acerca da psicanálise, todo esse cenário dialoga com questões mais amplas de saúde mental no país. Além da reforma psiquiátrica que questionava o modelo clássico das instituições e os saberes psiquiátricos de atenção ao doente mental nesta época (AMARANTE, 1995), o lançamento do Manual Diagnóstico e Estatístico dos Transtornos Mentais (DSM-III), em 1983, compunha a rede de acontecimentos que envolviam o jogo de poder que se exercia entre diversos saberes “psi”. Essa disputa entre saberes e discursos alcança a sociedade na medida em que é vocalizada pela mídia.

Um segundo momento que nos propomos a abordar neste estudo se inicia no final dos anos 80 e abrange toda a década de 1990. Trata-se de um período em que “todos os tratamentos psíquicos racionais, inspirados na psicanálise, foram violentamente atacados em nome do avanço espetacular da psicofarmacologia” (ROUDINESCO, 2000, p.46). Foi diante deste cenário que o presidente norte-americano George Bush assinou uma proclamação declarando os anos 90 “a década do cérebro” (RUSSO, 2002, p.83).

A partir de então, se instaura, entre os saberes “psi”, uma quase hegemonia do discurso biopsiquiátrico na tentativa de definir e categorizar o que, na sociedade contemporânea, se enquadra como mal-estar. Assim,

o mundo dito civilizado se deixa cada vez mais hipnotizar pelas promessas do Projeto Genoma, das técnicas de reprodução assistida, dos remédios que curam tudo – de esquizofrenia a mau humor. A felicidade parece estar não numa boa relação com a mãe ou no modo como cada um vivencia a própria sexualidade, mas no correto equilíbrio dos neurotransmissores secretados pelo cérebro (RUSSO, 2002, p.9).

Dessa forma, fica evidente a disputa de poder entre saberes “psi” e aqueles advindos das neurociências. Como nosso interesse constitui-se pela relação com a comunicação, buscamos compreender como essa disputa de saberes – bem como de vozes e sentidos atribuídos pelo saber psicanalítico – é materializada pela imprensa.

Além disso, o papel da comunicação nesse momento fica evidente quando consideramos que ela “é parte importante dessa luta [por hegemonia] e a natureza e a qualidade de suas práticas podem contribuir para a transformação das estruturas e relações de poder ou para a sua manutenção” (ARAÚJO & CARDOSO, 2007, p. 21). Dessa forma, o fato de as revistas materializarem determinadas vozes e sentidos, e não outros, faz com que elas se insiram como participantes no jogo de disputas de saberes.

### **Discurso, imprensa e poder**

Do ponto de vista foucaultiano, os psicanalistas podem ser compreendidos como vozes autorizadas na mídia, a partir da relação “saber-poder”. Para Foucault (1996, 2012), o discurso de saber está ligado à vontade de verdade, que se exerce por meio do “modo como o saber é aplicado à sociedade, como ele é valorizado, distribuído, repartido e de certo modo atribuído” (FOUCAULT, 1996, p.17). Além disso, a vontade de verdade exerce um “poder de coerção” sobre outros discursos, que recorrem a ela para conseguir legitimação (FOUCAULT, 1996, p.18). Em nosso caso, os discursos de/sobre os saberes “psi” são marcados por vontades de verdade (que se

difere de discursos verdadeiros) e, na medida em que se tornam discursos legitimados e autorizados pela mídia, estabelecem relações de poder.

No entanto, é preciso compreender que, para Foucault, “não existe um único poder exclusivo e centralizado no Estado, mas uma série de poderes específicos, como as instituições, que se articulariam numa rede capilar de instâncias de poder” (MACHADO, 2012, p.17). Os muitos saberes específicos, como a medicina, a psiquiatria, a criminologia se referem justamente à existência desses poderes capilares. Trata-se de uma dinâmica do “micropoder”, que se estende por toda a sociedade e suas instituições, atingindo o indivíduo em seu próprio corpo.

Além da noção de micropoderes, é possível pensar discursivamente a relação entre saberes – que vocalizam sentidos sobre si e sobre mal-estar, na mídia – com o poder, por meio da concepção bourdieusiana de “poder simbólico” (BOURDIEU, 1989). Tal conceito pode dar conta de uma forma de poder “invisível”, exercida com a cumplicidade daqueles que a ele estão sujeitos, mesmo que não o percebam. Neste sentido, trata-se de um poder “de construção da realidade”, de forma que os sistemas simbólicos, capazes de exercer um poder estruturante ao mesmo tempo em que são também estruturados, decorrem da função que os sistemas simbólicos têm de integração social para um determinado consenso (BOURDIEU, 1989, p. 9). Com base nisso, ao trazermos o conceito para a comunicação, podemos entender que

o poder simbólico se legitima através da linguagem – que se afirma como poder de fazer ver e de fazer crer – não pelo que há nas palavras em si mesmas, mas sobretudo, pela legitimidade que elas conferem aos que falam frente aos que escutam e reconhecem a voz autorizada, legitimada como porta-voz nos canais de transmissão de informação e de mensagem da mídia (OLIVEIRA, 2009, p.3).

Há, também, no campo da psicanálise, como em qualquer outro, saberes que suscitam a relação de poder como esta é entendida por Foucault e Bourdieu.

É, portanto, diante desse cenário, que chegamos à questão que move esta pesquisa: como se constitui ao longo de duas décadas (anos 80 e 90) a relação dos meios de comunicação, mais precisamente da imprensa, com a psicanálise e os psicanalistas, e que discursos vigoram não só *a partir destes* como também *sobre*

*estes* quando convocados para avaliar questões acerca do bem e do mal estar contemporâneo?

Delineado nosso objeto e apresentado o problema teórico, detalhamos que as fontes utilizadas para a realização desta pesquisa serão as revistas *Veja* e *IstoÉ*, devido ao fato de serem revistas nacionais de informação com grande tiragem e que já circulavam desde a década de 1980 (PORTELA, 2009, p.13-14).

Nossa hipótese é de que houve alguma descontinuidade na forma como a imprensa lidava com a "comunidade interpretativa" dos psicanalistas e com os discursos da psicanálise ao longo de período estudado.

A hipótese parte de algumas observações preliminares, em que, embora passíveis de contestação, parecem encaminhar para a possibilidade de que este deslocamento discursivo na mídia sobre o estatuto dos psicanalistas e da psicanálise operou-se a partir da valorização de outros saberes, como a psiquiatria e neurociência, e tecnologias, como as soluções farmacológicas para a saúde mental.

### **Questões de método**

Nossa proposta é realizar uma pesquisa de caráter documental e bibliográfico, a partir de matérias coletadas das revistas *Veja* e *IstoÉ*. E, a seguir, como forma de compreender as relações de poder entre discursos que apontam para matrizes de sentido mais ou menos ligadas ao saber psicanalítico ou psiquiátrico, utilizaremos os preceitos teóricos e metodológicos da Análise de Discurso (doravante AD).

A partir da abordagem discursiva, podemos compreender a noção de relação de força como uma das condições de produção dos discursos, que determina que “o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz” (ORLANDI, 2005, p.39). E como nossa sociedade se estabelece em relações de hierarquia, as “relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares que se fazem valer na ‘comunicação’” (ORLANDI, 2005, p.39-40), sendo que aqui, a “na comunicação” deve-se atribuir o sentido de “no discurso”.



Dessa forma, podemos intuir que, na medida em que há maior ou menor espaço nas matérias das revistas de informação para dizeres de psiquiatras e neurocientistas ou de psicanalistas, estabelece-se, na mídia, uma disputa, uma relação de forças entre os saberes da saúde mental. Esses profissionais, ao exporem opiniões, resultados de pesquisa ou avaliações gerais da sociedade, estão ocupando determinados lugares de especialistas, de legitimação do saber. A análise torna-se possível nas revistas devido ao fato de que, para a AD, os textos são materializações de discursos e que, por sua vez, são materialidades da ideologia (ORLANDI, 2005, 2007).

No entanto, cabe-nos uma breve nota sobre o conceito de ideologia para a Análise de Discurso. Esta disciplina considera que “não há discurso sem sujeito nem sujeito sem ideologia” (ORLANDI, 2005, p.17). Desse modo, uma vez que o sujeito é interpelado pela língua e pela história, estes dois elementos são também constitutivos do discurso. “A ideologia se produz, assim, justamente no ponto de encontro da materialidade da língua com a materialidade da história” (ORLANDI, 2007, p.20).

Além disso, a ideologia é percebida, pela AD, não como o convencionalizado para as ciências sociais e humanas – com sentido de “ocultação”, de “verdadeiros sentidos do discurso, que estariam escondidos” –, mas como um processo de produção “de uma interpretação particular” (ORLANDI, 2007, p.96), produzindo efeitos de “evidência” que se sustentam sobre sentidos já institucionalizados e admitidos por todos como “natural” (ORLANDI, 2007, p.96).

A partir da compreensão de que a ideologia representa esse “efeito de completude” de sentidos já estabelecidos, passamos à sua materialidade específica: o discurso. Para realizar a análise de discursos, propriamente, nos propomos a identificar, em fase posterior à coleta das matérias nas revistas, quais são as diferentes formações discursivas (FDs) que, historicamente, determinam as relações de força e de sentidos em matérias em que a figura do psicanalista é convocada. Para isso, faremos o recorte de enunciados que depois serão identificados em FDs.

Neste momento, é preciso ressaltar que a heterogeneidade é uma marca do discurso e, portanto, um enunciado pode se enquadrar em mais de uma FD

(ORLANDI, 2005). Observar isso é importante na medida em que o trabalho de análise não pode silenciar discursos concorrentes. Mesmo que possamos perceber um ou outro discurso predominante, é justamente o funcionamento da heterogeneidade que é preciso mapear. Neste caso, portanto, tomaremos o cuidado de não fazer leituras unívocas, que só confirmem hipóteses.

Após a composição das formações discursivas, passamos às formações ideológicas (FI), que são relações de poder e, neste caso, relações entre ideologias da saúde e do mal-estar, que marcam uma disputa pelo saber, nos discursos dos e sobre os psicanalistas, presentes nas revistas analisadas.

### **Considerações finais**

A pesquisa será desenvolvida junto à linha de pesquisa “Comunicação e Poder”, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora e o grupo Sensus – Comunicação e Discursos. A proposta tem como antecedentes duas pesquisas realizadas anteriormente pelos autores. A primeira, “Cartografias do mal estar: vozes e sujeitos da saúde mental em discursos na mídia”, trabalhada em Iniciação Científica, cujos resultados apontaram para uma disparidade na apresentação de vozes e saberes na mídia. Identificamos, a partir da análise discursiva de matérias sobre saúde mental das revistas *Veja* e *IstoÉ*, em 2012 e 2013, que a voz da psiquiatria e da neurociência prevaleceu à da psicanálise e a de outras formas humanistas de conceber distúrbios, transtornos, fobias, dentre outras classificações de patologias. A segunda pesquisa com a qual este projeto estabelece diálogo é a desenvolvida para a monografia de conclusão de curso de um dos autores, intitulada “Do divã às redações: discursos sobre a ‘crise’ institucional psicanalítica nos jornais *O Globo* e *Jornal do Brasil* (1980-1981)” que questiona como a “crise” institucional da psicanálise, bem como o “caso Amilcar Lobo” evidenciaram o lugar do psicanalista na imprensa, durante o período de abertura política após o regime militar.

A realização de uma pesquisa que esteja na interface da mídia com a historiografia da psicanálise, realizada por meio do viés discursivo, nos permite uma compreensão mais ampla do campo da comunicação – e, portanto, das ciências sociais aplicadas – na atualidade. Perceber quais são as vozes e os sentidos realçados, vocalizados pelos psicanalistas, em revistas, nos leva a perceber como a imprensa vem lidando com o tema do mal-estar, em suas formas não só físico, mental e psíquico, mas principalmente, social.

A pesquisa tem como objetivo geral compreender como se institui a autorização ou a desautorização de vozes e discursos de especialistas – com foco na figura dos psicanalistas – convocados pela imprensa, enquanto comunidade interpretativa e autoridade discursiva, a “diagnosticar” a sociedade e a depor sobre condutas humanas, afetos, bem e mal-estar.

São objetivos específicos desta proposta de pesquisa: 1) analisar qual espaço simbólico os psicanalistas ocupam na imprensa e de que maneira as revistas repercutem seus dizeres; 2) identificar as relações de poder que se estabelecem entre psicanálise e imprensa; 3) mapear os processos discursivos (sentidos realçados e silenciados, autorização e desautorização de saberes e de especialistas) mobilizados pela mídia para referenciar o bem e o mal-estar, através da figura do psicanalista; 4) avaliar como a psicanálise e o psicanalista ganham deslocamentos de sentidos, à medida que são interpretados diferentemente ao longo da história, especificamente durante o período de 1980 a 2000.

### **Referências bibliográficas**

AMARANTE, Paulo. *Loucos pela vida: a trajetória da reforma psiquiátrica no Brasil*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1995.

ARAÚJO, Inesita Soares de; CARDOSO, Janine Miranda. *Comunicação e Saúde*. 1a.ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2007.

BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa Brasil - 1900-2000*. Editora Mauad, Rio de Janeiro, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

BIRMAN, Joel. Casa de ferreiro, espeto de pau. In: *Crise da psicanálise*, Rio de Janeiro: Graal, 1982. p.137-152.

\_\_\_\_\_. *O Mal Estar na Atualidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CERQUEIRA FILHO, Gisálio. *Crise da psicanálise*. Rio de Janeiro: Graal, 1982.

COIMBRA, Cecília Maria Bouças. *Guardiães da ordem: uma viagem pelas práticas psi no Brasil do “milagre”*. Rio de Janeiro: Oficina do ator, 1995.

\_\_\_\_\_. Helena Besserman Vianna: a que não abriu mão da dignidade e da ética (1932 – 2002). In: *Mnemosine: Revista do Programa de Estudos e Pesquisas em História da Psicologia*, Rio de Janeiro: Ed. UERJ, v.1, n.1, p. 315-318, junho. 2005. Disponível em: <[http://www.mnemosine.com.br/ojs/index.php/mnemosine/article/viewFile/59/pdf\\_45](http://www.mnemosine.com.br/ojs/index.php/mnemosine/article/viewFile/59/pdf_45)>. Acesso em: 08 jul. 2014.

FISH, Stanley. *Is there a text in this class? The authority of interpretive communities*. Cambridge: Harvard University Press, 1980.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

\_\_\_\_\_. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2012.

FREUD, Sigmund. (1930). *O mal-estar na civilização*. Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud, vol. 21. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

MACHADO, Roberto. Por uma genealogia do poder. In: *Microfísica do Poder*, Rio de Janeiro: Graal, 2012. p.7-34.

OLIVEIRA, Fernando. A mídia, o campo, a ordem e o discurso: molduras do Poder Simbólico. Comunicação apresentada no 5º Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Salvador, 2009. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19459.pdf>. Acesso em: 04 jul. 2015.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise do Discurso: Princípios e Procedimentos*. Campinas: Pontes, 2005.

\_\_\_\_\_. *As formas do silêncio: No movimento dos sentidos*. Campinas: Unicamp, 2007.

PONTE, Carlos Fidélis da. *Médicos, psicanalistas e loucos: uma contribuição à história da psicanálise no Brasil*. 1999. Dissertação de Mestrado em Saúde Pública, Escola Nacional de Saúde Pública/Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 1999. Disponível em <<http://portalteses.icict.fiocruz.br/pdf/FIOCRUZ/1999/pontecfm/capa.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2014.

PORTELA, Cristiane. Revistas semanais de informação geral no brasil hoje: conceituações e definições. In: XIV Colóquio Internacional de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. São Paulo: Regiocom, 2009. Disponível em: [http://www2.metodista.br/unesco/1\\_Regiocom%202009/arquivos/trabalhos/REGIOC OM%2014%20-%20Revistas%20semanais%20de%20informa%C3%A7%C3%A3o%20geral%20no%20Brasil%20-%20Cristiane%20Portela.pdf](http://www2.metodista.br/unesco/1_Regiocom%202009/arquivos/trabalhos/REGIOC OM%2014%20-%20Revistas%20semanais%20de%20informa%C3%A7%C3%A3o%20geral%20no%20Brasil%20-%20Cristiane%20Portela.pdf). Acesso em 04 julho de 2015.

ROUDINESCO, Elisabeth. *Por que a psicanálise?* Tradução Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2000.

RUSSO, Jane. *O mundo psi no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2002.

\_\_\_\_\_. Uma leitura antropológica do mundo "psi". In: *Mnemosine*: Revista do Programa de Estudos e Pesquisas em História da Psicologia, Rio de Janeiro: Ed. UERJ, v.1, n.0, p. 38-43, 2004.

SCHRAMM, Luanda. Comunidades interpretativas e estudos de recepção: Das utilidades e inconveniências de um conceito. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO - COMPÓS, XIV, 2005, Niterói/Rio de Janeiro.

SILVEIRA, Fernando de Almeida; SIMANKE, Richard Theisen. Discursos selvagens- disciplinados: os saberes psis na arqueologia de Foucault. In: *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, Revista do Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília, v.26, n. 3, p. 571-578, jul-set. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ptp/v26n3/a21v26n3.pdf>. Acesso em 03 jul. 2015.

ZELIZER, Barbie. Journalists as interpretive communities. In: *Critical studies in mass communication*: Revista da National Communication Association, Ed. EBSCO Publishing, v.10, n.2, p. 219-237, setembro. 1993.



## **“Amigos, eu errei. Era muito mais do que isso!”<sup>1</sup>** **O jornalismo opinativo como um instrumento ideológico**

João Luíz de Bittencourt Victal<sup>2</sup>

### **Resumo**

Esse artigo é parte de uma pesquisa em desenvolvimento pelo programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense e discute a representação das Manifestações Populares de Junho de 2013, veiculada pela Rede Globo e reverberada nas mídias eletrônicas. Considerando a construção da comunicação operando sob um paradigma que relaciona a hegemonia a interesses financeiros pelos MCM's e analisando o episódio de uma reação social midiaticizada, exemplificada na empresária Cláudia Riecken, que recorreu a internet para promover seu “Vinagre contra Arnaldo Jabor” e posicionar-se contra seu costumaz porta-voz ideológico e, desta maneira, buscar o reestabelecimento de uma lógica na representação midiática que, algumas vezes, pode ser coerente a sentidos dominantes.

**Palavras-chave:** Hegemonia; Mídia; Jornalismo; opinião; Cotidiano

### **INTRODUÇÃO**

O presente artigo integra uma pesquisa em andamento para a construção da dissertação de mestrado “O maquiavélico Príncipe Eletrônico – Arnaldo Jabor: Formador ou conformador de opinião ?” desenvolvida no contexto das manifestações ocorridas em junho de 2013. Um episódio de notória relevância sócio política que promoveu uma catarse social e fez com que a sociedade demandasse esclarecimentos sobre os fatos por via dos MCM's<sup>3</sup>.

No calor dos acontecimentos, o comentarista Arnaldo Jabor, emitiu em sua coluna no jornal da Globo, uma opinião sobre os protestos contra o aumento na tarifa do transporte público em que afirmava: “Esses revoltosos de classe média não valem

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 - Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando no Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense – PPGMC/UFF. E-mail de contato: [jvictal@gmail.com](mailto:jvictal@gmail.com).

<sup>3</sup> A utilização do termo “MCM's” é diversas vezes utilizada ao longo do texto, e refere-se aos meios de comunicação de massa.

nem 0,20 centavos!”<sup>4</sup>. Porém, a atuação do colunista foi desastrosa na concepção técnica de uma comunicação eficiente, a partir do momento em que rompe com um nexos comum, direcionando uma agressão ao seu próprio público, entendido pela pesquisa como o estrato social que o posiciona em seu lugar de fala de destaque na corporação Globo, a qual primordialmente, o comentarista representa os interesses.

A psicoterapeuta Cláudia Riecken, é a autora do vídeo “Vinagre contra Arnaldo Jabor”<sup>5</sup>, com mais de 550.000 visualizações no site de compartilhamento **YouTube**, onde ela manifesta sua discordância sobre a atuação de Jabor. Cláudia, foi escolhida para a pesquisa como uma representante dos referidos setores da classe média. Em seu depoimento, ela se posiciona como empresária, conta que não anda de ônibus, relata que era fã de Arnaldo Jabor e o admirava pela sua intelectualidade, mas que se decepcionou com o colunista e que, por fim, não se sentia mais representada.

Apenas dois dias depois, talvez por perceber que seu discurso não surtiu o efeito desejado, ou mesmo a magnitude de um movimento popular que se articulava além do esperado, a narrativa de Jabor mudou significativamente do repúdio para a retratação em um discurso pró manifestantes que afirmava: “Amigos, eu errei! Era muito mais do que isso!”<sup>6</sup>, além de aproveitar a ocasião para atacar o governo, do qual sua emissora era opositora. A atuação do colunista gerou uma reação social, destacando o recorte selecionado, que instaurou um conflito entre a produção da informação e a mediação subsequente, formando um substrato pertinente para uma investigação sobre uma relação dinâmica entre a grande mídia e a sociedade, em que pode predominar uma reverberação de sentidos conformados com as percepções de um público escolhido.

---

<sup>4</sup> “*Esses revoltosos de classe média não valem nem 0,20 centavos*”. Arnaldo Jabor. 13/06/13. duração: 1,37 minutos. presente em: <https://www.youtube.com/watch?v=luLzhtSYWC4>

<sup>5</sup> “*Vinagre contra Arnaldo Jabor*”. Cláudia Riecken. 14/06/13. duração: 5,19 minutos. presente em: <https://www.youtube.com/watch?v=oqAOz47xRAE>

<sup>6</sup> *Amigos eu errei. era muito mais do que isso!*. Arnaldo Jabor. 17/06/13. duração: 1,35 minutos. presente em: [https://www.youtube.com/watch?v=bZPiqbj0\\_AY](https://www.youtube.com/watch?v=bZPiqbj0_AY)

A pesquisa objetiva uma reflexão crítica sobre a apropriação midiática do comentarista, como uma estratégia que pode configurá-lo em um instrumento ideológico para a produção de uma representação jornalística coerente a uma hegemonia, dispondo como objeto de pesquisa os posicionamentos de Arnaldo Jabor sobre as manifestações e o vídeo resposta “Vinagre contra Arnaldo Jabor”, de Cláudia Riecken, para, deste modo, buscarmos esclarecer relações de conformação entre a produção da informação e a maneira como ela é percebida socialmente. A exposição deste panorama pela pesquisa, sugere um questionamento acerca da representação jornalística opinativa sobre a história no seu acontecer. Será possível investigar como esse processo poderia refletir interesses dos MCM’s, direcionando sua produção de acordo com a percepção de estratos sociais para os quais eles se representam?

Para o embasamento teórico sobre a pesquisa desenvolvida, serão articuladas reflexões teóricas sobre a hegemonia, a comunicação e a recepção, as ideologias e o cotidiano em autores como GRAMSCI (1982), HALL (2003), BARBERO (1987;2003), BAKHTIN (2006) e HELLER (1985) e, conectando a análise ao jornalismo, são adicionadas contribuições de MEDINA (1988) e MARQUES DE MELO (1994), entre outros, que ampliem a compreensão sobre a temática.

Concluindo, a intenção do texto é propor uma possível inversão de viés analítico que desmistifique alguns reducionismos sobre a temática, como o direcionamento de subjetividades, para instituir um panorama multifatorial que construa uma reflexão sobre a hipótese de uma reverberação hegemônica pelos MCM’s, apropriando-se do comentarista como um instrumento ideológico, no qual as opiniões emitidas são delimitadas de acordo com sentidos provenientes de um público escolhido, desta maneira, depreendendo que não somente os MCM’s exerceriam efeitos sobre as pessoas, mas perceber, em meio a influência do cotidiano, a maneira como os processos e os fenômenos comunicativos podem ser socialmente vinculados.

## **MÍDIA E HEGEMONIA**

Inicialmente é importante compreender que uma abordagem da comunicação sob um viés hegemônico, não reduz o processo comunicativo em uma lógica

monovalente. Em virtude disso, é preciso considerar fatores como a influência de uma linha editorial na produção da informação, sobretudo na atuação do comentarista, que funde suas opiniões a credibilidade social do jornalismo.

A modernização dos MCM's na sociedade atual proporcionou uma maior circulação das informações, desta maneira, facilitando o acesso e a recepção nas mensagens veiculadas. Isso denota um papel de destaque ocupado pela grande mídia em um mecanismo de regulação e reprodução social, que deve ser criteriosamente analisado, sobretudo, em uma compreensão dos contextos em que as informações são produzidas e apreendidas pelos indivíduos em sua vida cotidiana.

A corporação Globo de comunicação, pode ser citada no Brasil como um exemplo ilustrativo da utilização da comunicação a serviço de práticas hegemônicas. Destacando a expressiva capacidade de reverberação<sup>7</sup> midiática deste grupo, que possui a segunda maior TV pública comercial do mundo e “alcança diariamente 99,50% dos telespectadores potenciais no Brasil. A maior produção da emissora é a jornalística, com mais de 62 mil horas por ano (média de 5.167 horas por mês), realizada por cerca de 650 equipes de reportagem que se distribuem em mais de 3.000 profissionais produzindo conteúdo para mais de 183 milhões de brasileiros, graças a uma extensa rede de afiliadas, em que anunciantes de todos os tipos, tamanhos e ambições têm espaço em 122 emissoras diretamente relacionadas a essa corporação.

Dênis de Moraes, em uma entrevista<sup>8</sup>, menciona a obra de Gramsci e define a hegemonia “como uma liderança cultural-ideológica de uma classe sobre as outras” em que é necessária uma prévia aceitação social, que não ocorre pela coerção, mas através de um consenso entre os dominados. É importante compreender essa concepção edificada sob uma influência de um sentido dominante produzido por um mecanismo de regulação social e que se reverbera na sociedade.

---

<sup>7</sup> Informações extraídas no site da emissora, disponível em:  
[http://redeglobo.globo.com/Portal/institucional/folder eletronicog\\_globo\\_brasil.html](http://redeglobo.globo.com/Portal/institucional/folder eletronicog_globo_brasil.html) acessado em 09/08 às 13:55 hs.

<sup>8</sup> MORAES, DENIS in “Imaginário social e hegemonia cultural” entrevista concedida ao Acessa.com, disponível; <http://www.acessa.com/gramsci/?page=visualizar&id=297> acessado em: 11/08 às 00:33hs.

Primordialmente, é interessante ressaltar o papel social de Arnaldo Jabor, que desempenha a função de jornalista opinativo em uma coluna no Jornal da Globo e na rádio CBN ( Central Brasileira de Notícias). Jabor, muitas vezes, se vale de uma retórica sofisticada, disposta em esforços explicativos, que giram em torno a um eixo ideológico que não costuma ficar claro em seus posicionamentos, mas que buscam representar as percepções de um grupo social. Corroborando esse entendimento, Gramsci (1982) explica que todos os homens são intelectuais, mas somente alguns desempenham essa função na sociedade. Nas palavras do autor:

“Cada grupo social, nascendo no terreno originário de uma função essencial no mundo da produção econômica, cria para si, ao mesmo tempo, de um modo orgânico, uma ou mais camadas de intelectuais que lhe dão homogeneidade e consciência da própria função, não apenas no campo econômico, mas também no social e no político.” (GRAMSCI.p.4)

Embora se atenham a instituições políticas, os conceitos de Gramsci (1982) foram ressignificados ao longo do tempo por alguns autores, entre eles Ianni (2003.p.151), que considera o impacto da modernização tecnológica na sociedade e as consequentes mudanças na relação com a mídia, a qual, o autor posiciona em um "lugar", como um agente legitimador de uma hegemonia social. Como é o caso da corporação Globo que, através de Arnaldo Jabor, foi compreendida como um intelectual orgânico moderno, que representa interesses ligados a estratos sociais preponderantes no Brasil, como a classe média. Sendo assim, mostra-se pertinência em uma averiguação sobre os esforços explicativos do comentarista, já que são reiteradamente estruturados sobre temáticas em que quaisquer assuntos relacionam-se e amparam narrativas a serviço de interesses que não ficam claros em suas opiniões.

## A OPINIÃO NO JORNALISMO

A deontologia da profissão jornalística compreende a objetividade como uma premissa e essa regra transparece em manuais de redação de MCM's, explicando que “há normas para a opinião”<sup>9</sup>. Em virtude disso, depreende-se que um jornalismo eficiente deve ser informativo, evitando o profissional interpretar os fatos expondo

---

<sup>9</sup> Luiz GARCIA (org). O Globo. Manual de redação e estilo. 16ª edição, São Paulo, Globo,1992, p.34.



sua opinião. Esta noção sobre o exercício da opinião na prática do jornalismo é classificado por Marques de Melo (1994.p,23,24) que o divide entre o gênero informativo e o opinativo e explica que “Essa distinção entre a categoria informativa corresponde a um artifício profissional e também político. Profissional no sentido contemporâneo, significando o limite em que o *jornalista* se move, circulando entre o dever de informar (registrando honestamente o que observa) e o poder de opinar, que constitui uma concessão que lhe é facultada ou não pela instituição em que atua.”

Entretanto, Medina (1988.p.70), destaca outras tendências sobre os gêneros jornalísticos e propõe novas categorias acerca de sua produção, como a informação, a informação ampliada e a opinião expressa, explicitando a opinião no Jornalismo como um “(...) o fato comentado e avaliado numa argumentação demonstrativa” e autores como Beltrão (1980,p.14,18), complementam essa concepção, definindo a opinião no jornalismo, como um “dever” profissional e uma “(...) função psicológica, pela qual o ser humano, informado de ideias,fatos ou situações conflitantes, exprime a respeito o seu juízo”. Porém, ele também destaca que os limites dessa atuação são formados dentre múltiplos fatores, como a influência de um senso comum, o conjunto de valores da sociedade e os interesses pelos MCM’s.

Enriquecendo a argumentação da pesquisa, é disposta a etimologia do termo opinião, com origem no Latim *opinari* que significa dar uma interpretação. Este conceito, ligado a filosofia, denota uma ideia de oposição a um “conhecimento racional verificável”<sup>10</sup> e autores como ADORNO<sup>11</sup> corroboram essa percepção, afirmando que “a opinião apropria-se daquilo que o conhecimento não pode alcançar, substituindo-o”.<sup>6</sup> Por essa razão, a apropriação midiática do comentarista é compreendida como um instrumento ideológico, uma vez que, “oferece explicações graças às quais podemos organizar sem contradição a realidade contraditória.”<sup>12</sup>

Neste contexto, a reflexão da pesquisa é conduzido a uma possibilidade sobre o jornalista opinativo atuar como um “porta voz” midiático de grupos sociais

<sup>10</sup> CLÉMENT.ÉLISABETH in “Dicionário Prático de Filosofia”. Lisboa, Terramar, 1997, p. 281.

<sup>11</sup> ADORNO.THEODOR apud CLÉMENT idem 1997, p. 281

<sup>12</sup> ibidem

específicos, estes, que o legitimam e tornam apto a emitir opinião em um “lugar” de destaque. Por isso, depreende-se que uma produção jornalística emitindo opiniões, mesmo em um espaço em que isso ocorra de maneira explícita, poderia reverberar uma percepção reducionista sobre a realidade para os telespectadores, uma vez que, eles recebem um esforço explicativo conformado a uma percepção social específica, que nem sempre condiz com uma representação fidedigna sobre os fatos.

Concluindo esta parte da pesquisa, a reflexão oferecida é relacionada ao comentarista Arnaldo Jabor, que ocupa um “lugar” de fala de destaque onde, embora a opinião e a razão embasada pelo conhecimento técnico sejam noções distanciadas na concepção tradicional do jornalismo, Jabor atua com autoridade discursiva e produz opiniões emblemáticas em seus esforços explicativos para a televisão, uma estratégia que poderia alimentar no grande público, uma falsa aproximação de um ideal de conhecimento sob o interlocutor, já que, o exercício desse papel social denota que, embora nem sempre possua o embasamento necessário, o jornalista opinativo é legitimado por grupos sociais a dissertar sobre temáticas diversas.

## **A RECEPÇÃO NA COMUNICAÇÃO**

Levando em conta a representação midiática dos fatos pela televisão, sabe-se que a produção da informação é submetida em uma técnica pelos MCM's. Portanto, como o objetivo é produzir um efeito de aceitação e credibilidade no público, a mensagem é atrelada na lógica de uma comunicação eficiente através de um discurso previamente significativo, para que, desta maneira, ela permita uma recepção otimizada. Por isso, é empregado uma codificação na produção da informação, que posteriormente é decodificada e transformada em práticas sociais. O trabalho de Hall (2003) contribui na pesquisa, pois ele explica o funcionamento dos MCM's televisivos abordando a linguagem e os processos de significação submetidos a influência de fatores sociais, culturais e políticos que constituem sentidos dominantes.

A abordagem de Hall (2003.p, 367-370) sobre as codificações e decodificações aborda o papel da indústria cultural como um difusor de uma cultura hegemônica que, em virtude de interesses pelos MCM's, é almejada uma recepção

otimizada que submete a produção de informação em uma técnica que formata um código nas mensagens. Porém, este contexto de aceitação prévia é constituído por meio de um mecanismo de regulação social e seus significados e práticas.

Diante dessa perspectiva, é almejado que o telespectador decodifique os sentidos evocados na narrativa midiática da maneira como eles foram previamente estruturados na produção. É neste lugar, em que opera um código profissional, que a atuação de Arnaldo Jabor, reproduz alguns sentidos dominantes, deste modo, atendendo a uma demanda por um público específico, emitindo opiniões sobre os fatos de maneira coerente a percepção de um telespectador, que o reconhece como um intelectual e, por isso, o posiciona em um lugar de fala de destaque na grande mídia.

A distinção entre a conotação e denotação presentes dentro da linguagem é abordada por Hall (2003.p,373,374) e, ele explica que é no âmbito conotativo que operam alguns valores ideológicos, pois quando os sentidos reverberados integram uma percepção naturalizada, eles tornam-se mais suscetíveis a mudanças e, desta maneira, possibilitam que as ideologias alterem continuamente essa significação. Em virtude disso, compreende-se que, como a televisão opera em códigos predominantemente visuais, os quais conotativamente podem assumir dimensões ideológicas, de alguma maneira são adicionados sentidos a representação midiática e, neste código, é que podem ocorrer interferências de ideologias que tornem possível uma compreensão sobre os sentidos dominantes nele inscritos.

Hall (2003) concebe a recepção no processo comunicativo de um modo em que a codificação e a decodificação são dispostas de maneira independente, mas também interligadas. Ele explica que a etapa da produção caracteriza-se na forma de simbologias constituídas dentro das regras do código na linguagem. Já na forma discursiva, se caracterizam a circulação e o consumo da informação. No entanto, é importante compreender que o primeiro fator não garante uma conexão perfeita com o seguinte, ao qual se encontra articulado, podendo ou não ser traduzido pelo público almejado em um sentido correspondente, por isso, o autor também aborda uma questão sobre o mal entendido na recepção.

Concordando com Hall (2003.p.375-379), embora seja necessária uma correlação entre as partes, eventualmente surgem interpretações diversas do que a produção almeja. Por isso, o autor classifica diferentes leituras na decodificação: a leitura preferencial, que é coerente ao sentido dominante, a leitura de oposição, que segue um rumo antagônico ao pretendido na emissão e a leitura negociada, que compreende um ajuste do receptor entre ambas as posições.

Preparando a próxima etapa da argumentação, é preciso levar em conta a questão do mal entendido nos telespectadores, expondo uma não captação ao sentido pretendido pelos produtores, ou seja, quando os indivíduos não operam dentro do código de uma leitura preferencial, e assim decodificam a mensagem de maneira antagônica, ao sentirem-se agredidos pela ideologia oferecida, como foi o caso de Cláudia Riecken, que recorreu às redes sociais para expressar um descontentamento que ganhou amplitude em uma contundente aprovação pelos usuários do site *youtube* e, que pode ter influenciado na mudança de opinião de Jabor.

## **A CONTRIBUIÇÃO DAS MEDIAÇÕES**

A televisão manifesta a presença de algumas matrizes sociais nos conteúdos veiculados, uma perspectiva que pode fornecer alguma compreensão sobre onde começa a produção e termina a recepção das mensagens. A trajetória de Martín-Barbero (1987;2002;2003), talvez possa compreendê-lo em um viés pós-Gramsciniano pela sua concepção sobre as mediações e como elas podem integrar algumas concepções sobre a superestrutura da qual fazemos parte.

“Está, em primeiro lugar, o conceito de *hegemonia* elaborado por Gramsci, fazendo possível pensar o processo de dominação social já não como imposição desde um *exterior* e sem *sujeitos*, senão como um processo em que uma classe hegemoniza na medida em que representa interesses que também reconhecem de alguma maneira como seus as classes subalternas. E ‘na medida’ significa aqui que não *há* hegemonia, senão que ela se faz e desfaz permanentemente em um ‘processo vivido’, feito não só de força, senão também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução e de cumplicidade”. MARTÍN-BARBERO (1987.p.84,85)

A concepção de Martín-Barbero (1987 p. 240), fornece uma compreensão mais abrangente sobre o processo de comunicação englobando de maneira simultânea

a recepção dos bens simbólicos. Ele concebe a recepção de modo integrado em um processo de produção de sentido definido em meio as mediações, que são situadas pelo autor, em um lugar entre a produção e a recepção. Neste sentido, Martin-Barbero (1987, p. 233) explica como os indivíduos decodificam as mensagens de acordo com a cultura de seu grupo de origem, destacando a influência de fatores como a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural na recepção.

A modernização tecnológica na comunicação e nos MCM's adentrou o processo comunicativo, descentralizando e acelerando o fluxo de informações que, deste modo, a configura como um fator que acelera a formação das mediações e, portanto, modifica o processo de recepção. Conforme se verifica na atuação de Jabor, em 13/06: "Esses revoltosos de classe média não valem nem 0,20 centavos", desencadeando a postagem em 14/06, do vídeo resposta: "Vinagre contra Arnaldo Jabor", que por sua vez, provocou em 17/06, uma retratação tardia do colunista em: "Amigos eu errei. Era muito mais do que isso!".

A evolução do trabalho de Martin Barbero(1987;2002;2003), engloba essa questão, já que o autor desvia o foco de atenção das mediações sociais e culturais nos MCM's para dedicar-se a cultura e as mediações a partir da comunicação e, neste entendimento, definindo outras mediações comunicativas influenciando esse processo, como a sociabilidade, referindo-se a uma interação social construída em meio a constantes negociações dos indivíduos com o poder e as instituições, a ritualidade, relacionada uma leitura da informação produzida sob a influência de um desdobramento em outras mídias e contextos e, por fim, a tecnicidade, que pode ser compreendida como o formato industrial utilizando-se da técnica, para a produção de um código audiovisual conformado com as práticas e modos de representação dos receptores que, portanto, exerce um papel importante relacionado a percepção social.

## **O COTIDIANO E AS IDEOLOGIAS**

Partindo de um pressuposto sobre o exercício de uma hegemonia que ocorre por meio de um processo de disseminação ideológica objetivando estabelecer um consenso. O foco de análise direciona-se para o papel de Arnaldo Jabor e, como ele



costuma operar como um “porta voz” midiático, reproduzindo as percepções de um público escolhido através de suas opiniões e representando interesses que não ficam claros em sua atuação. Por isso, é importante esclarecer que existem fatores, como o cotidiano, que adentram uma perspectiva hegemônica e a modificam de modo contínuo devido sua influência nas percepções dos indivíduos sobre a realidade.

A empresária Cláudia Riecken, admite seu reconhecimento pela intelectualidade do comentarista e que, em virtude disso, o situava como profissional coerente com suas concepções, porém, ao assistir o pronunciamento de Jabor sobre os protestos, ela afirmou não mais sentir-se representada e, por isso, recorreu ao site *youtube*, para postar seu vídeo e expressar uma indignação quanto a atuação de Jabor.

“\_O senhor podia fazer um papel mais decente com seu poder de mídia, com a sua exposição e com o respeito que o senhor tem ao longo dos anos. A gente sempre ficou meio assim, meio: Arnaldo Jabor! Esse cara merece respeito. O senhor tem coisas muito ricas, mas as pessoas sempre ficam assim, entre uma admiração respeitosa e um certo “hã”, talvez porque a gente se sintam meio ignorante, o senhor é tão inteligente não é?”<sup>13</sup>

A perspectiva de Heller (2004) contribui para a pesquisa, no sentido de que a ontologia do ser social não deve ser dissociada do materialismo histórico, eles devem ser relacionados em um processo dialético que construa uma *episteme* histórico-social. Por isso, formular uma noção sobre quaisquer “circunstâncias determinadas”, em uma perspectiva teleológica, deve compreender uma unidade que envolva as forças produtivas, a estrutura social e as formas de pensamento.

“[...] a história é, entre outras coisas, história da explicitação da essência humana, mas sem identificar-se com esse processo. A substância não contém apenas o essencial, mas também a *continuidade* de *toda* a heterogênea estrutura social, a continuidade dos valores. Por conseguinte, a substância da sociedade só pode ser a própria história” (HELLER, 2004, p. 02).

Por isso, de acordo com a argumentação, embora o exercício de uma hegemonia ocorra de maneira sutil por meio dos MCM’s, eventualmente, algumas personalidades reconhecidas socialmente pela formação de alguma “consciência crítica”, expõem essa credibilidade conquistada, posicionando-se abertamente a favor de sentidos hegemônicos. Desta maneira, talvez seja possível conjecturar sobre a

---

<sup>13</sup> Trecho do depoimento de Cláudia Riecken em: “*Vinagre contra Arnaldo Jabor*”

influência do cotidiano modificando o sentido do protesto e, acarretando em uma reprovação social sobre a atuação do colunista, que foi percebida como tendenciosa, uma vez que, ele buscou desqualificar a manifestação, classificando-a em uma ausência de causas movidas por um ódio injustificado, além de defender os policiais, que exerciam uma violenta repressão ao protesto.

Neste sentido, Heller (2004) explica o “ser” humano como algo concreto e dialeticamente constituído em sociedade, onde ele se insere e é inserido, em um contexto historicamente formado por meio de relações sociais, que por sua vez, constituem um senso comum de “valor” que norteia a vida em sociedade. Por isso, depreende-se que o “valor”, forneceria uma noção de “elevação” ao ser humano genérico, que busca ser coerente em suas percepções, a um sistema valorativo historicamente constituído herdado de uma sociedade, que hierarquiza as concepções de escolhas do homem segundo padrões determinados. Por isso, segundo Heller (2004,p.2), “a história é a substância da sociedade” e esta nunca é homogênea.

Ampliando a abordagem sob uma perspectiva do cotidiano modificando a percepção social diante dos posicionamentos de Jabor, em “Esses revoltosos de classe média não valem nem 0,20 centavos”, é pertinente recorrer a uma noção de ideologia explicada por Bakhtin (2004,p.42). Ele destaca a importância do cotidiano como um fator integrante em uma relação dinâmica entre uma ideologia oficial, relativamente dominante, e uma ideologia do cotidiano, em constante mudança nas interações sociais. A relevância encontra-se no entendimento que, embora a ideologia do cotidiano eventualmente modifique o conteúdo da ideologia oficial, ela também encontra-se imersa nela integrando essa dominância previamente constituída.

Como é o caso do antagonismo protagonizado por Cládia Riecken em “Vinagre contra Arnaldo Jabor”, uma vez que, a truculência da repressão policial, pode ter mudado o sentido da manifestação para o estrato social onde ela se situa e, portanto em sua ideologia, deste modo, implicando em uma reprovação sobre o comentarista. O recorte do objeto nos oferece uma compreensão de que, além do nexo comum, existia uma indignação de um grupo social contra o seu representante, na figura de Jabor, que, além de condenar o protesto sob um rótulo de vandalismo,

buscou esvaziar quaisquer reivindicações, classificando em uma “ausência de causas” e atribuindo um protagonismo a “revoltosos de classe média portadores de uma raiva injustificada”, já que, eles não precisariam se importar com um aumento irrisório de 0,20 centavos na tarifa de transporte.

O papel da linguagem nas interações entre os indivíduos, é exposto por Bakhtin (2006) na dialética dos signos, explicando como a realidade os determina e, como eles reproduzem a realidade. A concepção do autor de uma evolução social dialética é edificada na psicologia de um corpo social exteriorizado nas interações verbais em que as palavras, materializam uma constituição discursiva ininterrupta.

Analisando a linguagem sob um viés da interação, é possível avaliar além dos signos evocados e perceber algumas ideologias inscritas no discurso do sujeito da enunciação. Na concepção de Bakhtin (2006,p.152,153), a palavra, no sentido da linguagem, tem um caráter social que constitui o dialogismo como uma condição para estabelecer um sentido ao discurso. Segundo o autor, o enunciado possui uma dupla dimensão por considerar a posição do “outro” e, neste lugar, ocorrem as tensões ideológicas que influenciam o enunciador e a maneira como é concebido o código midiático, uma vez que, nele refletem-se algumas tendências de uma recepção ativa, que participa na formação de um dialogismo.

“As condições de transmissão e suas finalidades apenas contribuem para a realização daquilo que já está inscrito nas tendências da apreensão ativa, no quadro do discurso interior; ora, essas últimas só podem desenvolver-se, por sua vez, dentro dos limites das formas existentes numa determinada língua para transmitir o discurso” (BAKHTIN, 2006, p.153).

Neste sentido Bakhtin (2006,p.46), compreende o signo como uma arena onde se desenvolve a luta de classes. Como é o caso da atuação de Jabor, que não pode ser considerada de maneira isolada, já que o supõe e pressupõe, como um interlocutor inserido historicamente em um contexto social e político que envolve uma representação midiática conformada a sentidos dominantes na sociedade.

Concluindo, exemplifica-se sobre a utilização do termo “vandalismo” no jornalismo, sempre relacionado a desqualificação sobre protestos com episódios de violência. Estendendo essa analogia, compreende-se que esta prática participa em um

processo de naturalização de sentidos dominantes nos indivíduos diante as contradições impostas por um meio de produção essencialmente excludente. Como se qualquer transformação no *status quo* de uma sociedade, pudesse certamente ser atingida somente por meios pacíficos.

## REFLEXÕES FINAIS

A pertinência em uma reflexão crítica sobre o papel do comentarista Arnaldo Jabor na representação midiática sobre as manifestações de junho de 2013, localiza-se em fatores que impactam a produção dos MCM's que compreendem uma busca por uma comunicação eficiente que, deste modo, apropria-se do papel do jornalismo opinativo além de um propósito de informação, argumentação e opinião, para uma conformação a sentidos dominantes que são reverberados para a trama social.

Seguindo adiante, foi considerado o impacto da modernização tecnológica na sociedade atual, desta maneira, ressignificando a grande mídia no papel de um “intelectual moderno” que se apropria da figura do jornalista opinativo para representar uma demanda ideológica por um determinado público e, deste modo, repercutindo na sociedade uma percepção conformada a sentidos dominantes.

A partir desta reflexão, uma análise foi construída circundando a apropriação midiática do jornalista opinativo, como uma estratégia com o intuito de uma uma leitura preferencial almejada e, em virtude disso, ocorre uma conformação a uma demanda por um estrato social escolhido. Esta concepção, sugere um entendimento de que o comentarista se funde a credibilidade e objetividade, como premissas do jornalismo e, desta maneira, pode influenciar em uma percepção social limitada sobre os fatos que dificulte a compreensão sobre a realidade como um todo.

Como exemplo, foi citada a relação entre a Rede Globo de televisão o jornalista opinativo Arnaldo Jabor, que forneceu o objeto de análise para a pesquisa e ampliou um entendimento sobre as decodificações sendo amparadas em profissionais reconhecidos por estratos sociais específicos com um propósito de diminuir uma possibilidade de ruído nas mensagens, otimizando a recepção e, deste mdo, sugestionando uma leitura negociada para a sociedade.

Concluindo a argumentação, é feita uma abordagem sobre a influência do cotidiano sobre as mediações, deste modo produzindo uma reprovação exemplificada em “Vinagre contra Arnaldo Jabor” e, concluímos que, embora a demanda de um público fosse o objetivo, o interlocutor produz um discurso sob certas condições de trabalho, que não obtém êxito e fomenta uma reação social gerada em um contexto que compreende transformações em uma ideologia oficial proporcionadas pelo impacto de uma ideologia do cotidiano.

Portanto, uma hipótese sobre a reverberação de um sentido dominante é um processo comunicativo sujeito a uma transformação contínua, uma vez que, que ele se constitui por meio de uma significação prévia produzida nas interações entre os indivíduos, mas englobando também fatores como o impacto do cotidiano modificando uma percepção social sobre a realidade e, desta maneira influenciando as mediações e a leitura das mensagens oferecidas nas narrativas midiáticas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 9. São Paulo: Hucitec, 2006.
- BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- GRAMSCI, Antonio. *Os Intelectuais e a Organização da Cultura*. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.
- HALL, Stuart. codificação/Decodificação. In *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 365-380
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.
- IANNI, Octavio, *Enigmas da Modernidade-Mundo*. 3ªed. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira. 2003.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonia*. México: Gustavo Gilli, 1987.
- \_\_\_\_\_. *Ofício de Cartógrafo: Travesias latinoamericanas de la comunicación em la cultura*. México/Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Dos meios às Mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro, UFRJ, 2003.
- MELO, José Marques. *A opinião no Jornalismo Brasileiro*. 2. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MEDINA, Cremilda. *Notícia um produto à venda: Jornalismo na sociedade urbana e industrial*. 2. ed. São Paulo, Summus, 1988.
- MOREIRA, Rejane; KERBEL, Márcio. *A opinião mediada pela televisão*. Ano 2 – número 2 - Volume 2–2º semestre de 2008 - ISSN: 1982-2421. 19p. in “Projetos Experimentais.com”



## **Os interlocutores que (des) fazem crer e ver nos males do benzeno** Análise no portal EBC e no site do jornal o Globo da cobertura sobre contaminação por substância cancerígena <sup>1</sup>

Karina de Souza Costa <sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo pretende discutir, a luz do conceito de comunicação de Mercado Simbólico, da Inesita Soares Araújo em *Mercado Simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas*, publicado no Interface em 2004, as posições discursivas ocupadas pelos interlocutores na espiral da posição discursiva presentes em reportagens sobre os danos à saúde causados pela exposição ao composto químico benzeno (substância reconhecida pela OMS-Organização Mundial de Saúde como cancerígena e um problema de Saúde Pública)

**Palavras-chave:** Benzeno; Saúde; Comunicação; Jornalismo e Ambiente.

### **Introdução**

#### **Porque falar de Benzeno**

Este ano o Brasil completa 20 anos do Acordo Nacional do Benzeno, o qual foi assinado em 28 de setembro de 1995 entre o Poder Público, Empresas e Sindicatos estabelecendo um compromisso reduzir a exposição ao composto aromático, de odor característico, incolor, considerado substância cancerígena do grupo mais grave das classificações definidas pela International Agency for Researcher on Cancer (IARC). Notada a invisibilidade midiática dos problemas de saúde ocasionados pelo benzeno, faz-se necessário explicar de que modo este tema tornou-se foco de uma pesquisa científica que está sendo realizada no Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde – PPGICS/ Fiocruz.

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GT-6 Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda - Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde PPGICS. E-mail: [karinalina.costa@gmail.com](mailto:karinalina.costa@gmail.com).

A dissertação a ser desenvolvida no programa supracitado tem como tema informação sobre Meio Ambiente e Saúde. O objeto de estudo é o Polo Industrial de Camaçari, um espaço que reúne 90 empresas de diferentes setores industriais, mas com prevalência de indústria petroquímica e se situa na Região Metropolitana de Salvador, Bahia, entre os municípios de Camaçari e Dias d'Ávila. Para definir um recorte sobre o objeto, foi feita uma busca da produção científica sobre esse tema em sistemas de indexação de publicações científicas e com base no resultado dessa pesquisa notou-se uma incipiente produção do tema relacionado ao objeto e uma ligeira preocupação com a questão relacionada ao benzeno. Veja a tabela a seguir:

Descritores sociais	SciELO	Bireme	Capes Periódicos
camacari and saude	7	32	29
Camacari and ambiente	4	25	11

Tabela 1. Resultados de produção científica sobre Camaçari em Saúde e Ambiente

Entre os artigos indexados no SciELO, com os tais descritores, as produções científicas tratam do monitoramento do ar, da qualidade da água e temas diversos. O mesmo ocorre com os resultados encontrados no Capes Periódicos, em que a produção faz pouca conexão entre o Polo Industrial e a saúde humana dos trabalhadores e da população em geral da região. No Capes, dos 29 resultados associados a “camacari and saude”, dois tratam da questão da exposição ao benzeno. Na Bireme, com o uso do descritor “saude”, são três resultados que tratam do benzeno, e quatro com “ambient\*” associados com o benzenismo, como doença resultante dessa exposição. Viu-se nesse resultado a conexão entre saúde, ambiente e uma relação direta entre esses temas e o objeto de estudo, Polo Industrial.

Neste artigo, no entanto, não vamos tratar do mesmo objeto, mas vamos observar de que modo esse benzeno é visibilizado no portal da EBC (Empresa Brasil de Comunicação) e no site do jornal O Globo. Para analisar de que maneiras tais espaços de mediação pautaram este assunto neste ano de 2015. De tal modo que se

pretende responder quem são os entrevistados sobre esse tema? Quais os contextos dos interlocutores, seus contextos existenciais e situacionais - autoridade, relação com o meio de comunicação, com as instâncias de poder para ser ouvido e participar dos processos de produção de sentido.

Ou seja, este artigo deve analisar estas **posições discursivas** evidenciando as desigualdades na produção e circulação de sentidos sociais que cada um desses interlocutores, ou comunidades discursivas, traz consigo e como isso afeta a disputa por pelo “poder de fazer crer e fazer ver” elucidado em *O Poder Simbólico* do Pierre Bourdieu, de 1989, conceitos também discutidos no livro *Comunicação e Saúde*, de Janine Cardoso e Inesita Soares Araújo, de 2006.

## O benzeno

O benzeno ficou conhecido na por ter sua estrutura cíclica descrita após um dos relatos mais controversos e intrigantes da química, o sonho do químico alemão August Kekulé (1829-1896), em que ele visualizava cobras e uma delas picava a própria cauda (OLIVEIRA, 2010). Esse composto passa a ser utilizado após a Revolução Industrial em diversos setores de produção, no séc. XVIII. Machado (2003, p. 914) aponta que no final do século 19 já havia relatos que relacionavam a saúde humana à exposição ao benzeno:

“Os primeiros alertas de efeitos danosos à saúde ocasionados pelo benzeno aparecem no final do século 19, mais precisamente em 1897, com dois episódios relatados nesse mesmo ano os casos de anemia em mulheres envolvidas na fabricação de pneus de bicicletas na Suécia e um caso de hemorragia em homem jovem empregado em processo de lavagem a seco na França”. (MACHADO, 2003, p. 914)

Mas é durante a Primeira Guerra Mundial é que esta substância passa a fazer parte de modo intenso da indústria química, na produção de tintas, solventes, colas, detergentes, plásticos, produtos farmacêuticos, cosméticos e uma gama de produtos que está em toda parte. De acordo com o IARC (Instituty Agency Researcher for Cancer), não existe nível seguro de exposição ao benzeno, no entanto, o Brasil adotou

desde o Acordo Nacional do Benzeno, assinado em 1995, que esta substância poderia continuar a compor derivados do petróleo como álcool e gasolina, em 0,1 e 1% respectivamente e que a exposição ao benzeno seria 2,5 bpm no ar para os trabalhadores, como limite. A ciência relaciona a exposição ao benzeno a agravos como Leucemia, Linfoma, Linfoma da Tireoide, Leucopenia e danos ao sistema imunológicos.

Recentemente, esta substância passou a ser visibilizada nos meios de comunicação, ainda que com certa limitação, devido à luta sindical dos trabalhadores de postos de combustíveis, com a campanha de redução de danos, sobretudo para os frentistas, os quais trabalham diretamente com álcool e gasolina e que ao abastecerem os automóveis, sobretudo após a trava, expõem-se aos riscos de sofrerem com tais agravos à saúde.

O benzeno se consolida na indústria mundial na década de 20 do século passado e participa da estruturação da Química dos Novos Materiais, nos processos que vão substituir o couro, a cera animal, a madeira e o vidro por polímeros sintéticos (MACHADO e et al. 2003). Nesse sentido, reduz a extração de matérias-primas naturais, mas expõe centenas de milhares de pessoas ao Benzenismo (uma doença crônica causa pela exposição ao Benzeno, um agente mielotóxico que age sobre a medula óssea levando a Leucemia e Linfoma e doenças oportunista).

Segundo a CNI (Confederação Nacional da Indústria), 700 mil trabalhadores no Brasil atuam em siderúrgicas, indústria química e petroquímica, nas quais há processamento e uso de benzeno. A Escola Nacional de Saúde Pública da Fundação Oswaldo Cruz – ENSP/FIOCRUZ realiza atualmente uma pesquisa com 150 trabalhadores frentistas do Rio de Janeiro e divulgou em maio deste ano disfunção dos leucócitos em 30% desses trabalhadores.

No entanto, é possível afirmar que este assunto ainda é pouco divulgado pelos veículos de imprensa, embora haja uma produção científica considerável sobre o tema relacionando a situações do cotidiano com gasolina, refrigerantes, produtos de higiene pessoal e cigarro. De tal modo, que foi compreendido que se trata de um problema da ordem Saúde Ambiental e Saúde Pública, segundo, inclusive, a OMS.

## **Corpus**

Foram escolhidos aqui dois veículos, um vinculado ao Poder Público e outro da chamada imprensa livre, respectivamente o site da EBC e o site de O Globo. Os dois veículos usam o formato jornalístico para exercício da atividade de comunicar. O critério de escolha do corpus deste trabalho atualidade, tempo de realização, e, sobretudo disponibilidade do material. Serão analisadas apenas as reportagens que abordem casos de contaminação, nas quais haja o “personagem” e ou em que os representantes da pesquisa científica sobre benzeno sejam ouvidos, publicadas apenas no primeiro semestre de 2015 e disponível online. São três no site da EBC e duas no site de O Globo.

## **Conceitos**

Para Inesita Soares (2004), o processo de comunicação ocorre num Mercado Simbólico em que há diferentes possibilidades de participação na produção desses sentidos sociais. Cada indivíduo que participa desse mercado ocupa um lugar distinto nessa teia de sentidos, segundo o poder econômico, a posição social, o poder de participação na esfera política e a autoridade conferida socialmente. E isso é diferentes para cada uma das comunidades que estão disputando uma posição discursiva. Essa posição discursiva serve para ilustrar essas desigualdades:

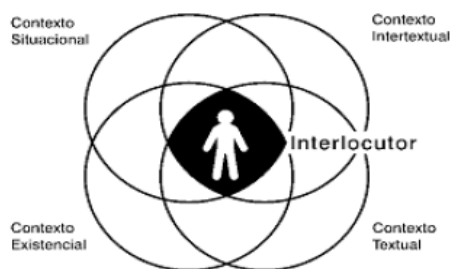
A espiral também tenta solucionar a questão de como representar a desigualdade dos interlocutores quanto às condições de produção, circulação e consumo: justamente por meio da posição discursiva, mais ou menos distante do Centro ou da Periferia (ARAÚJO, 2004. p. 172).

A autora defende que quanto mais próximo do centro, maior o poder de fazer crer e ver, que esta disputa simbólica, que tem na comunicação um importante vetor (ARAÚJO e CARDOSO, 2006. p. 23). Abaixo a figura da espiral:





Nesta espiral se situam **comunidades discursivas**, ou interlocutores, definidas como “grupos de pessoas, organizados, ou não de forma institucional, que produzem e fazem circular discursos, que neles se reconhecem e são por eles reconhecidos (ARAÚJO, 2004. p. 167). Vamos utilizar para essa análise o conceito de comunidade discursiva uma vez que as fontes, em geral, falam como representantes de entidades e querem legitimar suas lutas e posicionamentos por meio de discursos sociais, aqui trazendo um pouco do que Wilson Gomes (2009) nos diz sobre discurso e legitimação social. Mas ao fazerem isso são interlocutoras por evocar um espaço de fala. A seguir temos a figura do interlocutor os contextos que tecem a trama de sua fala e posicionamento na produção de sentidos.



Estes contextos que envolvem os interlocutores estão implicados na propriedade dos meios de comunicação ou produção, no lugar de interlocução, na condição econômica (contexto existencial), no lugar que o interlocutor ocupa na topografia social e institucional (contexto situacional) etc. E com isso constroem seu

Poder Simbólico, conforme nos diz Pierre Bourdieu (1989), em nossa análise teremos a seguintes comunidades discursivas:

- Representantes do Estado, sobretudo do legislativo, ocupando muitas vezes o espaço privilegiado no lead. O estado possui um enorme poder de fazer crer e ver, pois ao legislar ele traz uma questão periférica para a Ágora, faz circular sentido, agenda discussões, dado seu poder simbólico, dada suas relações de dependência com a vida de todos.
- Entidades sindicais, sejam representantes dos trabalhadores de postos de combustíveis e algumas vezes apenas representantes dos interesses dos proprietários são ouvidos. Os quais por relações políticas e de poder com os donos dos meios de produção possuem maior poder de descolamento na espiral da posição.
- Os cientistas, ou detentor do discursivo científico, da autoridade de fala sobre o benzeno, seja ele um médico, ou pesquisador de Saúde Pública.
- E, com menor proporção, temos o frentista, ou mais amplamente, o trabalhador, ou o indivíduo que tem sua saúde afetada. Esse um interlocutor distante dos meios de produção, detentor de baixo poder aquisitivo, formação escolar básica e com baixo poder de negociação com os espaços de produção de sentido também reduzidos.

## EBC

22 de janeiro

Na matéria “Lei proíbe frentistas do Rio de abastecer veículos além do travamento automático”, publicada em 22 de janeiro deste ano, o estado aparece no lead da matéria a partir da citação à lei estadual nº 6.694, que entrou em vigor no dia anterior. É o poder desse interlocutor que ocupa o espaço privilegiado do lead para o

jornalismo quem aqui faz crer nos males do benzeno, quando inclusive impõe multas para o descumprimento. O estado legitima a luta de uma classe ao aprovar a lei e o veículo faz um movimento de retirada da periferia da rede de produção de sentidos sociais, deslocando esse tema de uma luta de classe.

O segundo interlocutor da reportagem é o presidente do Sindicato dos Empregados em Postos de Serviços de Combustíveis e Derivados de Petróleo do Estado do Rio de Janeiro (Sinpospetro-RJ), Eusébio Pinto Neto. Embora seja o segundo a ser ouvido, ele é ouvido em cinco dos seis parágrafos da reportagem. Um trabalhador e representante de classe, que traz na suas falas, uma história de luta pela redução do benzeno, oportunizando que reivindicações da categoria possam reverberar num espaço de grande circulação como a EBC

10 de abril

Nesta reportagem “Rio: ambientalistas conscientizam frentistas a não encher tanque “até a boca””. O veículo volta a pautar o assunto e desde o título, verificado no lead, no entanto, a reportagem ouve a fala de um médico, representando a voz da ciência, de um representante do legislativo. Tanto um quanto o outro, legitimados pela autoridade científica ou política, em suas falas repassam a culpa para os motoristas, na lógica de individualização da culpa e não atribui à indústria, sugerindo condutas, invocando a necessidade de uma consciência com o outro, sem levar a culpa aos detentores dos meios de produção, ao próprio Estado que não realiza a fiscalização devida, por exemplo.

O veículo cumpre a função de deslocar a luta de redução do benzeno dos sites específicos e das publicações sindicais, mas, contudo, não se propõe em ouvir um frentista, aquele que está na periferia da espiral. Os demais interlocutores ouvidos são o chefe do Sindicato do Comércio Varejista de Combustíveis, Lubrificantes e Lojas de Conveniência do Município do Rio de Janeiro (Sindcomb) e a fala se centraliza no motorista e na preocupação comercial, ao citar os danos ao carro.

18 de junho

A matéria traz como título “Estudo mostra alterações imunológicas em trabalhadores causadas por benzeno”. Ver-se de longe que esta matéria traz o discurso da ciência para o centro da discussão, o estudo foi elaborado pelo Departamento de Química do Centro Técnico Científico (CTC) da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ) e o Laboratório de Toxicologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Latox-UFRGS), duas entidades acadêmicas.

Tratam-se de entidade que detêm o poder de fala pela autoridade da ciência na nossa sociedade. Em um segundo a presidenta do Sindicato do Comércio Varejista de Combustíveis, Lubrificantes e Lojas de Conveniência do Município do Rio de Janeiro (Sindcomb). Essa comunidade utiliza o discurso legalista e garante que a comunidade que representa está dentro das normas, defendendo os interesses da entidade privada.

O GLOBO

24 de maio

Reportagem: “Estudos e ações na Justiça denunciam exposição de trabalhadores a substância cancerígena”. Esta é a única reportagem dessa amostra cujo representante do trabalhador tem o relato apresentado na base da pirâmide invertida, no lead. Por meio da família de uma vítima da exposição e contaminação que acabou falecendo, é possível que sentidos de doença sejam reverberados num espaço de grande circulação de sentidos. Em seguida, a voz da ciência, por meio da IARC, dos médicos que atestam a contaminação e a causa, das universidades que realizam estudos, o Estado, ao citar as leis e trazer representantes do legislativo.

25 de maio

A reportagem “Substâncias de indústrias químicas contaminam ambiente e afetam saúde de moradores” se divide em dois momentos, quando aborda após o intertítulo Agrotóxicos e Mercúrio, o qual traz como comunidade discursiva a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), apontado a realização de estudos sobre a exposição do benzeno e relação com a saúde humana. Também se pode ouvir o discurso representativo do Instituto Nacional do Câncer (Inca) e da Agência Internacional para Pesquisa em Câncer (IARC) no Brasil. A Revista de Saúde Pública legitima um estudo da UNB (Universidade de Brasília). A ciência, aqui nos parece caro interlocutor do benzeno, ao povoar todo esse espaço de produção de sentido, sem espaço para os empresários, para a Companhia de Siderúrgica Nacional (CSN), que seria responsável pela contaminação. No entanto, esta reportagem, nos dois últimos parágrafos traz dois moradores que contam suas histórias e relatam a existências de outras pessoas em Volta Redonda IV com problemas de saúde devido ao benzeno.

## Considerações

É notório que este estudo ainda é limitado e ensaia apenas a idéia de Mercado Simbólico que a pesquisadora em Comunicação e Saúde Inesita Soares (2004) nos traz. Além disso, a análise sobre as comunidades discursivas não apresenta contexto históricos, mas dialoga com a proximidade com os meios de produção, espaços de poder, seja por meio da autoridade conferida por leis, ou por discursos, como é o caso da ciência, desse modo produção de sentido em saúde, nesse Mercado, é centralizada pela ciência, em seguida, pelo estado, por meio da citação às leis e acordos em torno do benzeno.

No espaço do Poder Público, o portal da EBC, a pauta do benzeno se volta exclusivamente para o problema da contaminação aos trabalhadores dos postos de combustíveis. No site de O Globo, o foco é nas contaminações no exercício do trabalho na siderurgia, citando o exemplo dos postos de combustíveis, mas dialogando com os diversos setores em que é possível perceber a contaminação.

**As matérias analisadas estão disponíveis nos links a seguir:**



<http://www.ebc.com.br/noticias/2015/01/lei-proibe-frentistas-do-rio-de-abastecer-veiculos-alem-do-travamento-automatico>

<http://www.ebc.com.br/noticias/2015/04/rio-ambientalistas-conscientizam-frentistas-nao-encher-tanque-ate-boca>

<http://www.ebc.com.br/noticias/2015/06/estudo-mostra-alteracoes-imunologicas-em-trabalhadores-causadas-por-benzeno>

<http://oglobo.globo.com/sociedade/saude/estudos-aco-es-na-justica-denunciam-exposicao-de-trabalhadores-substancia-cancerigena-16247071>

<http://oglobo.globo.com/sociedade/saude/substancias-de-industrias-quimicas-contaminam-ambiente-afetam-saude-de-moradores-162503655>

## Referências bibliográficas

\_\_\_\_\_. A Indústria Química. In: ABIQUIM (Associação Brasileira de Industrias Químicas). Disponível em: <http://www.abiquim.org.br/pdf/indQuimica/AIndustriaQuimica-Conceitos.pdf>

ARAÚJO, Inesita Soares de; CARDOSO, Janine Miranda. **Comunicação e saúde**. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 2006.

ARAÚJO, Inesita Soares de. Mercado Simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas. In: **Interface** – Comunic., Saúde, Educ.v.8, n.14, p.165-77, set-2003-fev.2004.

ARCURI, Arline e CARDOSO, Luiza Maria. **Acordo e Legislação do Benzeno – 10 anos**. In: Fundacentro, 2007. Disponível em: <http://www.fundacentro.gov.br/biblioteca/biblioteca-digital/publicacao/detalhe/2013/3/acordo-e-legislacao-sobre-o-benzeno-10-anos>

ARCURI, Arline e COSTA, Danilo F. **Efeitos da Exposição ao Benzeno para a Saúde**. Fundação. Ministério do Trabalho e Emprego. Disponível em: <http://fundacentro.gov.br/biblioteca/biblioteca-digital/publicacao/detalhe/2013/2/efeitos-da-exposicao-ao-benzeno-para-a-saude-serie-benzeno-fasciculo-1>, 2012.

COFIC. Comitê de Fomento Industrial de Camaçari: <http://www.coficpolo.com.br>

MACHADO, Jorge Mesquita Huet et al . **Alternativas e processos de vigilância em saúde**

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

**do trabalhador relacionados à exposição ao benzeno no Brasil.** Ciênc. saúde coletiva, São Paulo, v. 8, n. 4, 2003.

## **A significação dos movimentos sociais através da comunicação<sup>1</sup>** **Tunísia, redes sociais e os movimentos sociais contemporâneos**

Leila Salim leal<sup>2</sup>

### **Resumo**

Partindo do estopim da chamada ‘Primavera Árabe’, na Tunísia, e da carta apresentada pelo jovem vendedor Mohamed Bouazizi à sua mãe no Facebook, em que se despedia e indiretamente relatava sua decisão de por fim à própria vida como protesto diante de suas condições de vida, discutiremos o papel das novas tecnologias de comunicação na organização e difusão dos movimentos sociais contemporâneos. Nossa abordagem busca associar essa discussão à compreensão do papel da comunicação na contemporaneidade e nas mediações estabelecidas nas relações sociais.

### **Palavras-chave:**

Movimentos sociais; ativismo; comunicação; redes sociais; política.

Buscaremos compreender, no marco da atual crise estrutural do capitalismo, a eclosão e desenvolvimento das mobilizações que marcaram o ano de 2011, com atenção especial ao processo desenvolvido na Tunísia e, a partir dele, apontar algumas conexões com as lutas sociais travadas no Egito, as amplas mobilizações de massa que derrubaram ditaduras na chamada “Primavera Árabe”, o Movimento dos Indignados espanhóis, as lutas na Grécia, da Geração à Rasca de Portugal e o Movimento Occupy dos Estados Unidos. Não há dúvidas do caráter exemplar que a ocupação da Praça Tahrir, no Egito, desempenhou para as mobilizações na Espanha, Grécia e Portugal, e destas para as manifestações nos Estados Unidos. As ocupações das praças Puerta Del Sol, em Madrid, Syntagma, em Atenas, e o Zuccotti Park, no coração financeiro de Nova Iorque, faziam referências diretas e indiretas à Tahrir e à luta do povo egípcio. Cartazes dos Indignados afirmavam textualmente, referindo-se à Puerta Del Sol: “Aqui é a nossa Praça Tahrir”.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT6 - Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFRJ – PPGCom/UFRJ. E-mail: [leilasalimleal@yahoo.com.br](mailto:leilasalimleal@yahoo.com.br).

Se há, e isso está claro, diferenças específicas entre o conteúdo das mobilizações, as reivindicações centrais, os setores que as protagonizam, os grandes abismos entre as formações sociais e os regimes vigentes nesses países, há, também, identidades inquestionáveis, e o que pretendemos demonstrar aqui é que tais identidades não se resumem apenas ao campo estético e subjetivo. Em nosso esforço, buscamos compreender tal identidade subjetiva (que se manifesta claramente seja na utilização de métodos de mobilização semelhantes, na característica comum que é a utilização de recursos estéticos, visuais, cênicos, musicais e audiovisuais nos processos de luta, seja no próprio conteúdo expresso nesses recursos estéticos) como índice de um processo global marcado por um mesmo determinante objetivo – daí a ênfase na atual crise estrutural, suas especificidades e consequências – na construção de uma totalidade que, inclusive, nos ajuda a compreender o cenário em que a comunicação e a cultura assumem posição de destaque, em que medida e por quê.

Nossa análise da crise, tomada como marco fundamental para a compreensão da eclosão de tais movimentos, leva em consideração os elementos pontuados pelo economista Marcelo Carcanholo (CARCANHOLO, 2011), que destaca três eixos centrais na saída capitalista ao momento de agudização de seu ciclo descendente. Tratando-se de uma crise de superacumulação de capital concentrado na forma de capital fictício, os esforços dos governos moveram-se no sentido de dar liquidez ao capital fictício sobreacumulado, destinando uma fração cada vez maior do orçamento público para os mercados financeiros. Uma consequência imediata – e especialmente importante para nossa análise – dessa destinação de fundos públicos às instituições financeiras é que, para obter esses recursos, o Estado retira verbas públicas de outras áreas, especialmente de gastos com políticas sociais. Essa dinâmica leva à ampliação da dívida pública, o que ocorre em níveis exponenciais em toda a economia mundial.

Outro elemento central da resposta capitalista à crise é o aumento da taxa de exploração do trabalho, como forma de buscar reverter o processo em que há uma massa de capital sobreacumulado buscando apropriar-se de uma mais-valia que ele não produz. O aumento necessário da taxa de exploração do trabalho se faz com arrocho salarial, retirada de direitos (o que reduz o valor da força de trabalho),

aumento da jornada ou da intensidade do trabalho sem elevação salarial e outras medidas, aprofundando as reformas neoliberais. Ainda é importante destacar a criação e expansão de mercados em que os capitais sobrantes possam atuar, o que se combina com as reformas neoliberais. Assim, o aumento do desemprego e da taxa de exploração do trabalho faz parte das consequências elementares da crise e das respostas capitalistas a ela. O conjunto da resposta do capitalismo à sua crise estrutural atinge diretamente a classe trabalhadora e a juventude em suas condições de vida mais imediatas. A disfuncionalidade da lógica centrada no capital fictício reside justamente em apontar para uma autonomização diante do setor produtivo que se revela insustentável, dada a necessidade de produção do valor no processo produtivo, o que nos parece indicar a centralidade da classe trabalhadora como principal (mas não único) sujeito anticapitalista na atual crise estrutural, capaz de expressar mais a fundo as contradições dessa forma de sociabilidade e tensioná-la mais diretamente.

Obviamente, o fato de ser a classe trabalhadora a principal afetada pelos ‘ajustes’ capitalistas em sua crise não garante historicamente uma resposta sua, como classe, a essa ofensiva, e também não significa que a classe como tal seja a principal expressão imediata e espontânea da resistência e enfrentamento a esse processo. Quando a apontamos como principal sujeito anticapitalista nos referimos exatamente à sua inserção objetiva nas formas de produção e reprodução do sistema, o que a capacita para, ao levar suas lutas adiante, enfrentar o cerne das contradições do modo de sociabilidade vigente. Essa inserção objetiva é portanto decisiva, mas não exclusiva para a constituição de uma resposta que possa enfrentá-lo como totalidade. Para isso, a categoria da política, com todas as suas mediações, é indispensável. É justamente por isso que nossa análise busca estabelecer nexos entre a eclosão dos movimentos sociais contemporâneos e a crise estrutural capitalista indicando tais movimentos não como uma expressão acabada, mas como possíveis sinais de uma retomada da classe trabalhadora como sujeito político no momento de desagregação capitalista.

Seguindo o esforço de compreender tais movimentos em suas especificidades e relações com o capitalismo contemporâneo – de onde deriva o tema da



comunicação, da cultura e seus papéis na constituição do sujeito – de uma forma que se contraponha a leituras fragmentárias do processo, que ignoram seus necessários nexos com as estruturas econômicas, apontamos a importância de uma análise dos movimentos sociais a partir de uma perspectiva que leve em consideração a noção de totalidade. Essa perspectiva pode compreender a eclosão e desenvolvimento desse processo não como uma negação, mas sim como um momento da reconstituição, sobre as novas bases colocadas pelas modificações na estrutura do capitalismo, na noção de sujeito e dos projetos totalizantes.

Seguindo o pressuposto de que a principal expressão imediata e espontânea de resistência à sociabilidade capitalista em crise pode não configurar a classe trabalhadora como tal, em seu projeto histórico, acreditamos que a atenção aos segmentos de juventude que se colocam em luta em todo mundo é essencial. Do norte da África, passando pela Europa e chegando ao centro da economia mundial, jovens desempregados e sem perspectiva de futuro compuseram de forma significativa os movimentos sociais que marcam as consequências políticas da atual crise estrutural do capital. Uma marca constitutiva central de tais movimentos é o fato de canalizarem a insatisfação de toda uma geração precarizada e que não consegue encontrar caminhos concretos para suas vidas nas formas de sociabilidade que se esfacelam e escancaram suas contradições.

### **Tunísia: o estopim como parte do processo**

O próprio estopim dos protestos que derrubaram as ditaduras norte-africanas aponta muito a esse respeito. As lutas na Tunísia, que detonaram um processo de mobilizações em série por toda a região, sendo o caso egípcio seu principal representante, tiveram seu elemento desencadeador justamente em uma expressão dura e arrebatadora da falta de perspectiva dessa juventude. As lutas na Tunísia ganham as ruas com caráter insurrecional em janeiro de 2011, depois da morte do jovem vendedor de frutas Mohamed Bouazizi, de 26 anos, que havia ateado fogo ao próprio corpo no dia 17 de dezembro do ano anterior, após ter sido proibido de

trabalhar como ambulante. Desempregado e sem conseguir acesso ao mercado formal, o jovem, formado como técnico em informática, obtinha seu sustento e de sua família com esse trabalho. Ao negar-se a pagar propina a oficiais que o abordaram, teve o carrinho que usava para as vendas e suas mercadorias confiscados, o que lhe motivou a buscar negociação junto à administração de sua província. Quando teve seu pedido de audiência com o governo local negado, Mohamed Bouazizi deixou um recado à sua mãe no Facebook e ateou fogo ao próprio corpo em frente ao prédio sede do governo.

Depois de dezoito dias internado, Mohamed Bouazizi morreu em 4 de janeiro de 2011. O seu enterro já contou com grande comoção e, a partir dele, as revoltas espalharam-se pelo país. A divulgação da carta deixada por ele à sua mãe na rede social tornou-se um elemento agregador, e suas palavras foram assumidas como bandeira e identidade para toda uma geração. As lutas se ampliaram a um questionamento da ordem política estabelecida e levaram à renúncia de Ben Ali, que estava há vinte e três anos no poder na Tunísia. A carta de Mohamed Bouazizi, enviada por Facebook e divulgada pela mesma rede, diz:

“Estou viajando mãe. Perdoe-me. Reprovação e culpa não vão ser úteis. Estou perdido e está fora das minhas mãos. Perdoe-me se não fiz como você disse e desobedeci suas ordens. Culpe a era em que vivemos, não me culpe. Agora vou e não vou voltar. Repare que eu não chorei e não caíram lágrimas de meus olhos. Não há mais espaço para reprovações ou culpa nessa época de traição na terra do povo. Não estou me sentindo normal e nem no meu estado certo. Estou viajando e peço a quem conduz a viagem esquecer”. (BOUAZIZI, 2010)

O estopim do processo tunisiano nos traz elementos fundamentais à compreensão do contexto que buscamos analisar. Se ele não é, obviamente, suficiente para explicar a dinâmica dos acontecimentos em sua totalidade, é parte indispensável de uma análise que busque compreender o específico e imediato como índices que se articulam e revelam importantes particularidades constitutivas do contexto mais amplo. Afinal, por mais trágica que possa ser a situação, não é apenas a dimensão da tragédia que explica o porquê de ter se tornado estopim de um processo político tão

importante. A pergunta é: por que esta, e não tantas outras tragédias? O fato de essa situação, em sua particularidade, ter se configurado como o elemento capaz de motivar mobilizações massivas, conferir identidade política a um processo de lutas e detonar mobilizações mais amplas, enfim, o conteúdo do estopim e o fato de ter sido este, e não outro, o detonador do processo, nos ajuda a compreender quais são os núcleos centrais das contradições sociais naquele contexto. É sob essa perspectiva que, além das condições materiais que propiciaram a conversão de Mohamed Bouazizi em um representante político involuntário de um determinado segmento social, a forma de agregação para as insurreições e difusão da revolta popular – com papel importante das redes sociais – também será encarada como uma particularidade importante para revelar elementos chave da forma de sociabilidade na qual se desenvolve o processo.

Na coletânea *Occupy* – movimentos de protesto que tomaram as ruas, Giovanni Alves (ALVES, 2012) destaca que a situação de precariedade, desemprego, subemprego e falta de perspectiva no futuro, especialmente para a juventude, é uma marca constitutiva do processo tunisiano. É justamente por Mohamed Bouazizi não ser um caso isolado, e em sua morte muitos jovens verem retratado o seu próprio presente e futuro, que a identificação política é tão imediata. E a situação é comum aos países do norte da África, duramente afetados pela crise estrutural e suas primeiras manifestações ainda no mercado financeiro dos Estados Unidos. O conjunto desses países, que têm em média de 60% a 70% de seus alimentos e produtos básicos importados, é fortemente golpeado pela alta sem precedentes do preço dos alimentos e bens de primeira necessidade no mercado internacional. Soma-se a isso a alta taxa de desemprego nesses países periféricos e a constituição de uma grande massa de jovens, entre 18 e 25 anos, que nunca esteve empregada e não tem qualquer indicativo de incorporação a um mercado formal em retração. Está aí constituído um segmento que tem suas condições imediatas de vida profundamente agravadas no cenário de crise e conforma o que anteriormente apontamos como expressão imediata do acirramento das condições materiais e da resposta política a esse acirramento.

Quando indicamos que esse segmento se constitui de tal forma e não apenas no contexto específico descrito, os países periféricos do norte da África e a maneira como suas economias são atingidas pela crise estrutural, retomamos a afirmação de que esta é uma marca constitutiva do conjunto dos movimentos sociais que eclodem em 2011 como resposta à crise estrutural, algo que os unifica – na África, na Europa e nos EUA – independentemente de se desenvolverem em formações sociais diferentes. A crise, como determinante fundamental da conjuntura e com impactos globais, se manifesta de formas diferentes nas economias periféricas e centrais, mas seu caráter estrutural confere semelhanças que podem ser identificadas não apenas no fato de que todos os países são afetados por ela, mas sim também no fato de que esse caráter revela a incapacidade de a dinâmica até então dominante no capitalismo contemporâneo oferecer expectativa de reprodutibilidade a longo prazo.

A agudização de contradições que estiveram mais latentes em outros momentos escancara os limites da lógica dominante e mostra claramente a uma geração que sua perspectiva de vida, sob essa dinâmica, não irá reproduzir os padrões de seus pais, avós e das gerações anteriores. A noção de uma juventude, portanto, precarizada, não necessariamente proveniente de famílias proletárias, que muitas vezes teve acesso à formação superior e qualificação profissional, mas não é absorvida pelo mercado de trabalho e é empurrada para uma ‘situação de proletaridade’, assim, nos parece central em todos esses contextos. Giovanni Alves destaca esse processo como uma “universalização da condição de proletaridade” no contexto da crise. A consequência imediata de uma condição de proletaridade que se universaliza é que o novo segmento formado é, por sua vez, composto por uma diversidade social complexa, com diferentes origens.

Alves resume essa composição como “o denso e vasto continente do novo (e precário) mundo do trabalho e da proletaridade extrema que emerge no bojo dos ‘trinta anos perversos’ de capitalismo neoliberal” (ALVES, 2012, P. 32), lembrando que, mesmo efetuando uma crítica radical das consequências imediatas do capitalismo como modo de produção da vida, os movimentos contemporâneos mantêm-se no plano dessas contingências e não se configuram, do ponto de vista do projeto

histórico, como movimentos anticapitalistas propriamente (mesmo que haja, certamente, muitos segmentos anticapitalistas em seu interior). A radicalidade de denúncia e questionamento das misérias decorrentes do modo de produção capitalista não é acompanhada de uma identificação das causas estruturais dessas misérias e a necessidade de sua superação. Segundo o analista, é exatamente por essas contradições que o método dialético é indispensável à crítica social contemporânea.

### **A comunicação como campo de luta**

A partir dessa análise geral nos dedicaremos a uma investigação mais específica sobre o lugar desempenhado pela comunicação e a cultura no capitalismo contemporâneo e seu papel nos processos políticos em que se inserem os novos movimentos sociais. Buscaremos indicar caminhos para a superação de uma leitura acrítica, que simplesmente exalte o papel das novas tecnologias da comunicação nesses movimentos como suposta comprovação da inadequação definitiva de formas tidas como ‘tradicionais’ na política, seja no método de organização ou no conteúdo da prática e projeto militante.

Os movimentos sociais contemporâneos vêm sendo apontados, pelo fato de terem, em sua constituição, o elemento comum que é a forte presença da prática cultural, da produção de informação alternativa, da disputa narrativa com os meios tradicionais de difusão de informação e outros, como a expressão definitiva de que as práticas políticas contemporâneas inserem-se em disputas de cunho exclusivamente simbólico. A desvinculação definitiva das estruturas materiais (como parte constitutiva da elaboração de um projeto político) retira do horizonte militante a necessidade de proposição de uma alternativa sistêmica (que leve em consideração a unidade dialética entre estrutura e campo simbólico portanto) e reduz a prática política à disputa – dentro das estruturas estabelecidas, por mais que isso não seja declarado – de narrativas, discursos e posturas existenciais no mundo contemporâneo.

Seguindo o esforço de retomada de um método dialético para a crítica social contemporânea, buscaremos apontar um reconhecimento das disputas simbólicas que



não prescindia dos necessários vínculos materiais (compreendendo a sobredeterminação dialética entre essas esferas) e, assim, permita inserir a análise do papel desempenhado pela comunicação e a cultura no esforço de elaboração de uma alternativa sistêmica ao modo de produção da vida atual, a partir de suas especificidades contemporâneas e leis gerais.

Acreditamos que, associadas a essa perspectiva, estão as formulações do filósofo esloveno Slavoj Žižek, que critica o tratamento das mobilizações da Primavera Árabe e do Movimento Occupy como “evento” e busca apreender, de suas especificidades e da negação do consenso capitalista, respostas que caminhem no sentido de um projeto coletivo e totalizante que corresponda aos temas da contemporaneidade. O trecho abaixo foi retirado de seu discurso, intitulado ‘A tinta vermelha’, aos manifestantes do Occupy Wall Street, na Liberty Plaza, Nova Iorque, em 2011:

“Não se apaixonem por si mesmos, nem pelo momento agradável que estamos tendo aqui. Carnavais custam muito pouco – o verdadeiro teste de seu valor é o que permanece no dia seguinte, ou a maneira como nossa vida normal e cotidiana será modificada. Apaixone-se pelo trabalho duro e paciente – somos o início, não o fim. Nossa mensagem básica é: o tabu já foi rompido, não vivemos no melhor mundo possível, temos a permissão e a obrigação de pensar em alternativas. Há um longo caminho pela frente, e em pouco tempo teremos de enfrentar questões realmente difíceis – questões não sobre aquilo que não queremos, mas sobre aquilo que QUEREMOS. Qual organização social pode substituir o capitalismo vigente? De quais tipos de líderes nós precisamos? As alternativas do século XX obviamente não servem.”. (ŽIŽEK, 2011).

Essa crítica à ‘política eventiva’ nos parece central como identificação da necessidade de constituição de uma alternativa não pontual ou discursiva, mas sistêmica, ao capitalismo. É importante também destacar que Žižek, ao apontar essa necessidade, não acredita que ela se expresse como algo dado ou resolvido nos movimentos contemporâneos, que carregam aquilo que ele identifica como um “violento silêncio de um novo começo”. Este, para Žižek, seria um ponto comum aos movimentos, em relação à elaboração de proposições e mesmo de um programa

positivo. De nosso ponto de vista, ele é essencial para, a partir da identificação do contexto de crise do capital, avançarmos em nossa investigação acerca do caráter espontâneo e a(s) identidade(s) política(s) surgida(s) nos novos movimentos sociais. Em seu artigo também publicado na coletânea *Occupy* – movimentos de protesto que tomaram as ruas, o filósofo destaca a ruptura provocada por esses movimentos, tendo como pano de fundo a crise econômica e a superação do senso comum de ‘intocabilidade’ do capitalismo como único horizonte possível. Ele destaca que, no momento de eclosão dos movimentos que expressam essa ruptura política e ideológica, despertando para a luta política gerações que nunca vivenciaram a política ou trazendo novamente à ação gerações já desacreditadas dos processos coletivos, em que as alternativas já prontas parecem não respondem ao conjunto dos anseios e questões colocadas pela dinâmica da realidade objetiva, o “silêncio” cumpre importante papel. Sempre reafirmando que um programa é necessário, que a reflexão sobre “o dia seguinte” e o caráter “não-eventivo” das mobilizações são fundamentais, Zizek aponta algo como uma necessária paciência e tempo de maturação para evitar que seus impulsos sejam captados pela ideologia dominante.

A retomada da perspectiva que relaciona os potenciais de negação global do capitalismo expressos nos movimentos contemporâneos com os limites, do ponto de vista da consciência e da prática política, desta mesma negação, é importante porque nos permite identificar estas mesmas contradições no processo revelado pelo fato de tais movimentos carregarem, como marca constitutiva, a ênfase nas mediações comunicativas e culturais. Ou seja, o fato de tais movimentos terem manifestado esse ‘violento silêncio de um novo começo’, sem programas ou alternativas sistêmicas elaboradas, não significa que o esforço de buscar nas mediações culturais e simbólicas índices constitutivos dessa alternativa totalizante (ainda inexistente, obviamente) seja desnecessário, ultrapassado ou anacrônico. Por isso, buscamos relacionar o lugar desempenhado pela dimensão simbólica nos novos movimentos em suas relações com o papel da comunicação e cultura no capitalismo contemporâneo. Identificamos, assim, a atuação da mídia comercial como importante força política de produção e reprodução da ideologia dominante e destacamos seu impacto objetivo tanto na

disputa de consciência que se instala na sociedade diante da eclosão dos novos movimentos sociais como na própria configuração desses movimentos.

Zizek, ao identificar o tratamento da mídia aos processos de 2011, lembra a expressão persa *war nam nihadan*, que significa “matar uma pessoa, enterrar o corpo e plantar flores sobre a cova para escondê-la”. Segundo ele, a ideologia hegemônica se ocupou inicialmente em neutralizar a dimensão emancipatória contida na eclosão dos movimentos e, depois, em tratá-los em sua superficialidade de maneira supostamente ‘positiva’, não escancarando, assim, um tratamento que ajuda a atacar, no plano da consciência, o conteúdo político do fato em questão. Alves aponta, seguindo a mesma lógica de interpretação, que a atualidade é atravessada por uma poderosa batalha midiática e que o conteúdo de enfrentamento com o sistema desses movimentos é atacado simultaneamente pelo aparato repressivo dos Estados e pela grande mídia comercial, que cumpre a tarefa de invisibilizá-los em seus eixos políticos principais e reduzi-los a fatos fragmentados, episódicos e pouco significativos. Um mecanismo central no tratamento da grande mídia aos novos movimentos sociais e o contexto em que ocorrem é seu enquadramento permanente e inquestionável no que Zizek chama de “moldura liberal democrática”. A grande questão é que o ponto de partida (e de chegada) inquestionável e imutável de tudo que se relaciona a esses temas na grande mídia é que qualquer luta contra isso é encarada como protestos contra ‘excessos’ dentro de uma ordem que precisa ser mantida e reconstruída. A moldura do Estado burguês, com todo o seu aparato superestrutural, e das formas de produção que o sustentam permanecem sempre intactos e fora de qualquer campo de retratamento e questionamento pela mídia.

É certo que esse tipo de tratamento e agendamento da consciência pela mídia, ao relacionar-se com o capitalismo em crise e as formas de questionamento e resistência e ele, não é uma novidade. Talvez justamente por isso, nas últimas décadas tenha ficado progressivamente mais claro para movimentos sociais em luta ao redor do mundo que, no enfrentamento político à ordem estabelecida, a constituição de instrumentos de comunicação capazes de operar uma contraposição às leituras fragmentárias é fundamental e indispensável, tanto para a legitimação social dessas

lutas quanto para a coesão interna, constituição das identidades políticas e elaboração de uma consciência coletiva dos próprios movimentos. Alves aponta que parte desse processo é, justamente, a utilização das novas tecnologias de comunicação, sobretudo de redes sociais, como forma de ampliação da área de intervenção territorial desses movimentos. A contraposição a um capitalismo que desterritorializa e fragmenta passa pela reconstituição dessa territorialidade e dos espaços de produção de consciências coletivas usurpados da vida cotidiana. No caso dos movimentos que eclodiram em 2011, Facebook e Twitter acabam cumprindo papel importante no estabelecimento de vínculos e na aproximação de indivíduos até então atomizados, o que é essencial na dita ampliação de sua área de atuação. Seguindo sua análise, Alves destaca como característica própria dos movimentos contemporâneos justamente sua notável capacidade de comunicação e produção de visibilidade.

A análise do geógrafo David Harvey, importante crítico do pós-modernismo e suas relações com o capitalismo contemporâneo, nos traz elementos fundamentais para seguir na compreensão crítica sobre a gama de elementos suscitados pela emergência desses movimentos em suas mediações socioculturais. O geógrafo, ao discutir justamente essa necessidade de contraposição aos mecanismos utilizados pela burguesia na grande mídia comercial pelos movimentos e analisando sua relação com as novas tecnologias da comunicação, destaca:

“Agora, pela primeira vez, há um movimento explícito que enfrenta o Partido de Wall Street e seu mais puro poder do dinheiro. A “street” de Wall Street está sendo ocupada – ó, o horror dos horrores – por outros! Espalhando-se de cidade em cidade, as táticas do Occupy Wall Street são tomar um espaço público central, um parque ou uma praça, próximo à localização de muitos dos bastiões do poder e, colocando corpos humanos ali, convertê-lo em um espaço político de iguais, um lugar de discussão aberta e debate sobre o que esse poder está fazendo e as melhores formas de se opor ao seu alcance. Essa tática, mais conspicuamente reanimada nas lutas nobres e em curso da Praça Tahrir, no Cairo, alastrou-se por todo o mundo (praça do Sol, em Madrid, praça Syntagma, em Atenas, e agora as escadarias de Saint Paul, em Londres, além da própria Wall Street). Ela mostra *como o poder do coletivo de corpos no espaço público continua sendo o instrumento mais efetivo de oposição quando o acesso a todos os outros meios está bloqueado. A praça Tahrir mostrou ao*

*mundo uma verdade óbvia: são os corpos nas ruas e praças, não o balbúcio de sentimentos no Twitter ou Facebook, que realmente importam*”. (HARVEY, 2012, p.61, grifo nosso)

Essa afirmação nos parece importante porque, diferentemente das que buscam identificar a importância do papel mobilizador das redes sociais como elementos que se encerram em si mesmos, aponta que há uma necessária *centralidade* da política das ruas, com a ocupação do espaço público, com a ruptura objetiva na dinâmica de vida das cidades marcadas pelo capitalismo em crise. Esse é um elemento que mostra os limites das interpretações que conferem papel redentor às tecnologias e chegam a apostar que as novas técnicas, por si, seriam capazes de superar os impasses subjetivos envolvidos na construção política desses movimentos e, também, os impasses objetivos – as questões estruturais – com as quais tais movimentos se enfrentam. O lugar da política e organização na rua e a ruptura com a cotidianidade da sociabilidade capitalista, assim, são partes fundamentais e decisivas nos processos de luta constituídos pelos movimentos sociais contemporâneos, e a utilização das novas tecnologias de comunicação se soma, mas não substitui isso.

Acreditamos que o capitalismo contemporâneo, fortemente marcado pelo poderio econômico e ideológico das grandes corporações de comunicação, exige e coloca na ordem do dia qualquer tentativa de contestação e enfrentamento a si o debate coerente sobre o lugar da comunicação e da cultura na constituição da contra-hegemonia à sua lógica sistêmica. Se lembrarmos Guy Debord (1997) e sua formulação do espetáculo tipificador da sociedade contemporânea como uma relação social mediada por imagens, em que a imagem aparece como forma final da reificação da mercadoria, teremos mais elementos para compreender de que forma o capitalismo contemporâneo produz dinâmicas análogas entre mídia e mercado capitalista que precisam ser levadas em conta na crítica social. Jameson (2002) nos ajuda nesse esforço, e destaca as modificações profundas da esfera pública sob o capitalismo contemporâneo com o aparecimento do que caracteriza como um novo domínio da realidade das imagens que é simultaneamente ficcional (narrativo) e



factual (à medida que as narrativas adquirem concretude na vida material). Isso aponta, segundo Jameson, para a tendência de semi-autonomização da esfera da cultura, que se converte em algo que parece pairar acima da realidade concreta com a diferença de que, no período clássico, a realidade material persistia independentemente da esfera cultural. Hoje, em contrapartida, a realidade material parece perder sua modalidade de existência em separado. A imbricação permanente entre estrutura e cultura aponta para um momento em que a cultura tem tanto impacto na realidade “que torna problemática qualquer forma de realidade não-cultural ou extracultural” (JAMESON, 1997, P. 283), levando às interpretações correntes de que o referente concreto deixa de existir e de que o simbólico autonomiza-se por completo.

É nesse cenário, portanto, que a mediação das imagens e produtos culturais passa a exercer centralidade. O que buscamos apontar aqui é que a crítica e enfrentamento ao capitalismo contemporâneo, ao incorporar o lugar da comunicação e da cultura, não precisa fazê-lo ignorando as mediações estruturais e aceitando acriticamente a aparência (mercantil) de autonomização do simbólico. Pelo contrário, buscamos incorporar essa crítica como parte constitutiva do projeto totalizante que possa enfrentar essa ordem. Afinal, aproximando essas considerações de Jameson com a análise das determinações econômicas do capitalismo contemporâneo, nos parece clara a relação entre a predominância da lógica do capital fictício no padrão de acumulação capitalista atual (com sua característica autonomização da lógica da apropriação em relação à da produção) com um período marcado pela lógica de autonomização do simbólico e falta de referência nas determinações estruturais e produtivas da atual forma de sociabilidade. O descarte dos vínculos materiais e dinâmicas produtivas, acreditamos, ganha espaço num período em que o capital se submete a uma lógica que tende, justamente, a apontar a autonomização de sua reprodutibilidade em relação à esfera produtiva. O capitalismo, existindo sob a hegemonia do capital fictício, autonomizado e aparentemente apartado das determinações materiais que o produziram, parece confirmar, no campo simbólico,

esse movimento através de uma representação tão autonomizada que desconhece a si mesma como representação de algum referente material.

A cultura, assim, passa a assumir um lugar de ‘fato em si’, que se inicia e encerra nas suas próprias dinâmicas, apoiada nas transformações técnicas que permitem uma difusão sem precedentes de seu conteúdo, que se expande para todo tecido da vida social. Não há um lugar “de fora” da cultura dominante que, ao negar seu referente material, traz implícita e impregnada em suas formas a lógica mercantil que a constitui de maneira subjacente. É esse cenário que precisamos enfrentar, indicando e reconhecendo a expansão sem precedentes das mediações das imagens-mercadoria na sociabilidade capitalista contemporânea e buscando uma contraposição que incorpore a esfera do simbólico na perspectiva da totalidade.

### Referências Bibliográficas

ALVES, Giovanni. Ocupar Wall Street... e depois? In: JINKINGS, Ivana (org) *Occupy: movimentos de protesto que tomaram as ruas*. São Paulo: Boitempo, 2012, p. 31-38.

CARCANHOLO, Marcelo. Conteúdo e forma da crise atual do capitalismo: lógica, contradições e possibilidades. In: *Crítica e Sociedade*, Uberlândia, v.1, n.3. Dezembro 2011.

DEBORD, Guy: *A sociedade do espetáculo*: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HARVEY, David. Os rebeldes na rua: o Partido de Wall Street encontra sua nêmesis. In: JINKINGS, Ivana (org) *Occupy: movimentos de protesto que tomaram as ruas*. São Paulo: Boitempo, 2012, p. 57-64.

JAMESON, Fredric. *Pós Modernismo - A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio*. São Paulo: Editora Ática, 2002.

ZIZEK, Slavoj. *O ano em que sonhamos perigosamente*. São Paulo: Boitempo, 2012. \_\_\_\_\_ . O Violento Silêncio de Novo Começo. In: JINKINGS, Ivana (org) *Occupy: movimentos de protesto que tomaram as ruas*. São Paulo: Boitempo, 2012, p. 15-25.

## **Na medida certa<sup>1</sup>**

### **Discursos sobre corpo e saúde no campo midiático**

Letícia Barbosa<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Nas últimas décadas, a sociedade ocidental vivenciou mudanças em seus valores e racionalidades. Considerando a centralidade que a relação entre corpo e saúde possui na atualidade, o presente trabalho busca analisar o quadro televisivo Medida Certa a partir da seguinte questão: como discursos sobre corpo e saúde são articulados em um programa sobre emagrecimento? A medida certa veiculada valoriza um modelo corporal em detrimento de outro, dialogando principalmente com a moral da “boa forma”. Reitera-se que há apenas uma única e verdadeira medida correta, legitimada pelo discurso médico-científico. Não há espaço para valorização de outras formas físicas e outros paradigmas explicativos sobre o corpo que não seja aquele pertencente à ordem biomédica.

**Palavras-chave:** Corpo; saúde; obesidade; *Reality show*.

#### **Introdução**

O corpo têm sido objeto de investigação e reflexão para tanto para as ciências médicas quanto para as ciências humanas e sociais, perpassando diferentes áreas do conhecimento e diferentes paradigmas explicativos. Nas últimas décadas, a sociedade ocidental vivenciou mudanças em seus valores, técnicas de poder e racionalidades, incluindo a relação e o cuidado com o corpo. Deslocando-se do campo da necessidade para o campo da liberdade, o corpo assumiu um papel central na organização da vida dos sujeitos como espaço privilegiado para significação e construção identitária (VAZ, 2012). Ao fenômeno da cultura somática (COSTA, 2005), associam-se transformações paradigmáticas na compreensão do conceito saúde, resultando em uma associação recorrente entre as noções de corpo ideal, saudável e magro.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 - Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda no Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnologia em Saúde – ICICT/Fiocruz. E-mail: [leticiatbs@gmail.com](mailto:leticiatbs@gmail.com).

Conforme a relação entre corpo e saúde ganha centralidade no panorama contemporâneo, nota-se uma crescente produção midiática dedicada a esta temática, na qual destaca-se, no contexto brasileiro, o quadro “Medida Certa”, lançado em 2011 no programa “Fantástico”, da emissora Rede Globo. Travando uma luta contra a obesidade que apresentam, os participantes do programa possuem três meses emagrecer, e só podem fazê-lo a partir da mudança de hábitos alimentares e da inclusão de exercícios físicos em sua rotina. Na terceira temporada, exibida entre agosto e dezembro de 2013, a proposta geral do quadro se manteve; porém, o formato foi modificado para os moldes de *game show* e o número de participantes foi ampliado: protagonizaram esta edição o humorista Fábio Porchat e os cantores César Menotti, Preta Gil e Gaby Amarantos. Agrupados em duplas, os participantes eram submetidos semanalmente a provas de atividades físicas, além de ter avaliados a redução de sua circunferência abdominal, peso e fatores de risco.

Tomando enquanto objeto de estudo esta temporada do programa, o presente trabalho orienta-se pela seguinte questão: como discursos sobre corpo e saúde são articulados em um programa sobre emagrecimento? “Medida Certa” faz parte do filão de produções audiovisuais cuja proposta reflete as preocupações com a aparência física e estética engendradas pela visualidade e visibilidade que os corpos adquirem na contemporaneidade. Entretanto, cabe ressaltar que a formatação dos corpos nele sugerida não é guiada por uma suposta modulação frívola a um determinado padrão estético hegemônico. A todo momento, reitera-se a fala biomédica como justificativa para o ajuste social dos corpos obesos, relacionando o excesso de peso à doença e o cuidado com o corpo à melhoria da qualidade de vida. Observa-se, portanto, que o quadro em questão torna-se um distinto objeto para compreender as relações entre mídia, corpo e saúde, assim como os discursos que se configuram nesse contexto.

## **Corpo: entre poder, saber e verdade**

Além de mediar a experiência cotidiana e a existência do indivíduo, a corporeidade é o vetor simbólico onde se articulam e se expressam sentimentos, identidades, emoções, ritos e tradições. No que tange a relação corpo e natureza, à

primeira vista, aquilo que consideramos como a materialidade biológica do corpo, isto é, seus músculos, órgãos, fluidos e demais componentes anatômicos, pode fazer com que o percebamos como um objeto natural: uma realidade em si, uma natureza objetiva dada imediatamente ao observador. Todavia, a estrutura de “carne e osso” que compõe todo e qualquer indivíduo já nasce imersa a teias de significação, constituindo-se a partir um processo social, cultural e histórico de construção simbólica.

Os corpos, assim com suas explicações, conceituações e teorizações, não são, portanto, dotados de uma essência imutável e invariável, mas construídos de acordo com as especificidades e as necessidades da conjuntura em voga, sendo submetidos a estratégias de controle. Tanto o corpo quanto as representações imagéticas e os discursos articulados sobre ele são inevitavelmente atravessados por relações de saber-poder. Segundo Foucault (1988), o poder pode ser considerado enquanto uma situação estratégica, uma prática social historicamente constituída que se estende heterogênea e capilarmente em níveis, posições e pontos variados da estrutura social. Sua intervenção é cotidiana e elementar, atingindo a materialidade mais imediata dos indivíduos: o corpo, onde investe e disputa; onde deseja controlar através de um trabalho minucioso e persistente; onde penetra e se expõe. É ele a superfície de inscrição dos acontecimentos, da história, do poder (Ibid, 2012a).

O poder é, sobretudo, produtor: produz o indivíduo a ser investido como alvo; produz o corpo social a ser observado e administrado; produz, inclusive, objetos a serem conhecidos (FOUCAULT, 1987a). Ele produz realidade. Para Tucherman (2007, p. 110), a positividade do poder correlaciona-se à sua “negatividade ética”: “o poder produz no real aquilo que se propõe a combater, a saber, os loucos, os desviantes, os criminosos [...]”. O poder fabrica verdades; ao contrário de entrar ou sustar, também coloca em marcha uma produção de saberes: “se ele é forte, é porque produz efeitos positivos no nível do desejo [...] e também no nível do saber” (FOUCAULT, 2012a, p. 239).

Poder e saber são, portanto, indissociáveis, uma vez que “não há relação de poder sem a constituição de um campo de saber, nem saber que não se suponha e não



constitua ao mesmo tempo relação de poder” (Ibid, 1987a, p. 37). O saber constitui-se dentro e enquanto uma prática discursiva, definindo a partir de recortes, estratégias e princípios de organização um domínio específico de enunciações, conceitos, escolhas teóricas e objetos, possibilitando a subsequente construção de proposições, verificações, descrições e teorias coerentes. Todo saber não é necessariamente dotado de cientificidade; para tanto, necessita atender a determinadas leis para elaboração de enunciados, ocupar-se de certos objetos ao invés de outros, utilizar e manipular conceitos e estratégias sobre formas específicas. Entretanto, toda ciência, tomada enquanto formação discursiva, é constituída pelo saber (Ibid, 1987b).

A condução do saber na sociedade, assim como a forma como é organizado, valorizado e aplicado, configuram uma importante relação com a vontade de verdade. Conforme apontado anteriormente, para Foucault (2012b), em toda sociedade há procedimentos internos e externos que organizam e controlam a produção discursiva. Dentre aqueles que são externos ao discurso, o autor aponta três processos de exclusão. A interdição, que limita e proíbe quem ou aquilo sobre o que se pode enunciar, seja a partir do tabu do objeto, do ritual da circunstância ou do direito do sujeito que fala; a separação e rejeição, que invalida e exclui a fala de determinados sujeitos; e, por fim, a vontade de verdade, que sustenta, orienta e redireciona os dois procedimentos anteriores.

Apoiada em um processo histórico de aporte institucional, a vontade de verdade forma um sistema coercitivo que traça objetos possíveis, determina posições ao sujeito cognoscente e impõe níveis de investimento técnico, instrumental e material sobre o conhecimento a ser produzido, sendo capaz de pressionar outros discursos. Conduzindo a vontade de saber, ela valoriza determinados saberes sobre outros, selecionando o que deve ser dito e quem pode dizê-lo. Foucault (idem, p. 15) aponta a relação que esta vontade estabelece com a ciência: “as grandes mutações científicas podem ser lidas, às vezes, como consequências de uma descoberta, mas podem também ser lidas como a aparição de novas formas na vontade de verdade”. Desse modo, observa-se uma relação complexa e recíproca na qual poder, saber e verdade implicam-se, sustentam-se e reforçam-se. O poder produz o saber, que por

sua vez, busca ser conduzido e autorizado pelo discurso do verdadeiro. Quando adquire o estatuto de verdade, o saber potencializa os efeitos de poder que produz.

Nessa perspectiva, pode-se considerar que o corpo é atravessado pelo poder, pelo saber, pelos discursos de verdade. Seu esquadrinhamento anatômico-fisiológico pelos saberes médicos contribuiu para a formação de uma anatomia política do corpo, na qual a gestão de seus movimentos e processos vitais era central. Nas sociedades disciplinares que marcaram a Modernidade, a interioridade psicológica do indivíduo constituiu-se como um dos principais instrumentos de coerção sobre seus gestos, movimentos e condutas (FOUCAULT, 1987a; 2012b). Entretanto, desde então, transformações no regime de poder-saber, nos modos de subjetivação e nas concepções sobre a corporeidade contribuíram para a formulação de novas perspectivas sobre o papel do corpo para o indivíduo e para a sociedade.

## Corpo e Saúde

No decorrer das últimas décadas, tornou-se cada vez mais comum produtos midiáticos centrados na temática do corporeidade, relacionando seu cuidado à saúde, à beleza, ao emagrecimento e àquilo considerado como boa forma. A expressiva atenção no campo midiático dada a relação ao corpo pode ser um indicativo da posição central que ocupa como elo fundamental entre a vida psicológico-moral e a vida física. (COSTA, 2005). Os avanços nas tecnologias biomédicas conformaram uma reorganização na experiência do corpo. Incrementando qualitativa e quantitativamente a vida, os avanços tecnológicos possibilitaram a superação de limites biológicos e conferiram maior plasticidade corporal. Se antes a relação com o corpo pressupunha uma posição de recusa ou aceitação, a potencialidade tecnológica possibilita que a “natureza biológica” de cada indivíduo, aquilo que o acompanha ao nascer e ao desenvolver-se, seja transformada à necessidade ou ao bel-prazer (VAZ, 2012; SIBILIA, 2012).

Nesse cenário, a superfície corporal funciona como o *locus* excepcional onde a saúde se materializa e se expõe para os demais, estabelecendo uma associação

recorrente entre corpo e saúde: é cada vez mais recorrente a equivalência entre corpo ideal, corpo saudável e corpo magro. Mas o que é saúde? O que significa ser saudável? A preocupação com a saúde e a doença é comum a toda sociedade; porém, o modo como cada grupo desenvolve técnicas, explicações e instituições em torno destes fenômenos varia conforme suas práticas culturais, seus paradigmas explicativos e sua formação social (LANGDON; WIIK, 2010). Ao longo dos séculos, o conceito de saúde, assim como a compreensão acerca do processo de adoecimento, modificaram-se, sendo atravessados por relações de poder-saber e atribuindo diferentes sentidos e valores.

A doença já foi interpretada como uma entidade exterior, dotada de existência própria, que invadia o corpo em sua totalidade, não podendo ser localizada em um ponto específico. Já foi também associada ao olfato, interpretada como fruto dos vapores tóxicos que emanavam de materiais orgânicos em decomposição – os miasmas. A compreensão biomédica sobre o processo saúde e doença remonta ao século XIX, quando os avanços no campo da microbiologia contribuíram para a descoberta da anatomia patológica. Os microorganismos foram classificados como agentes etiológicos, responsáveis pelo processo de adoecimento (CZERESNIA, 1997). Nesta perspectiva epidemiológica, a saúde é percebida como a ausência da doença, e as ações médicas sobre o corpo do indivíduo ocorrem quando ele expõe a enfermidade por meio de signos clínicos. Se nada se manifesta, entende-se que o indivíduo está saudável.

Ao longo do século XX, o conceito de saúde deslocou-se da equivalência linear saúde e ausência de doença, passando a englobar outros múltiplos aspectos e causas que extrapolam a ação dos microorganismos patogênicos, como condições socioeconômicas e estrutura genética (WILKINSON; MARMOT, 2003; CARDOSO; CASTIEL, 2003). Ser saudável torna-se mais do que não apresentar doenças. Compreende-se a saúde como uma situação tangenciada pela qualidade de vida, longevidade, autoestima e autocuidado, referindo-se à utopia do perfeito bem-estar biopsicossocial (SEGRE; FERRAZ, 1997).

Conforme tal conceito se modifica e se expande, o cuidado consigo também se transforma. A saúde torna-se uma responsabilidade atribuída principalmente ao indivíduo. É necessário conscientizar-se de seu comportamento, sua rotina, seu estado de saúde, munindo-se de informações do discurso médico-científico, prioritamente divulgadas pelo campo midiático, para adequar-se àquilo considerado adequado, correto e saudável. Caso seja acometido pela doença, a responsabilidade torna-se tão somente sua (VAZ, 2008), supostamente resultando da falta de informação, despreparo e/ou negligência.

Instaura-se um diálogo central entre as noções de corpos ideais e saúde. Ter saúde é adequar-se a condutas, índices e medidas validadas pelo discurso biomédico. Na sociedade do empreendimento, onde o indivíduo deve ser um bom e eficaz empreendedor de si, ter saúde é gerenciar seu “capital saúde”, a fim de aumentar sua produtividade e performance (FOUCAULT, 2008; FOLLAND; GOODMAN; STANO, 2013). É também constantemente gerenciar a multiplicidade de riscos que se encontram em todo e qualquer lugar, a todo e qualquer momento (VAZ, 2012). Ter um corpo saudável é, afinal, ter um corpo ideal. Além das transformações no conceito de saúde, esta equivalência também é configurada pelas metamorfoses nos modos de subjetivação contemporâneos, em que o eixo organizador da experiência subjetiva desloca-se de dentro para fora do indivíduo (RIESMAN, 1995). Para ser, é necessário dar-se a ver e ser visto pelo outro. Aquilo que não é visto não existe (SIBILIA, 2008). A função comunicativa e o potencial imagético do corpo são aproveitados enquanto o *locus* central para a construção das subjetividades alterdirigidas, demonstrando as verdades do indivíduo. A imagem do corpo, ou o corpo-imagem (Ibid, 2004), mostra o que se é.

A saúde perfeita manifesta-se enquanto a utopia do século XXI. O inimigo a ser combatido não está na figura do outro, mas no próprio indivíduo: é a permanente virtualidade da doença, sempre à espreita, sempre na iminência de sua concretização. O controle dos desejos, aliado à medicina preventiva, são os meios para o purificar o corpo deste novo inimigo, tornando-o belo e perfeito – tornando-o saudável. Mais do que um estado ou condição objetiva, a saúde é a nova moral, orientada no corpo e

para o corpo, sob ideais higienista e eugenista (SFEZ, 1995). Conforme a subjetividade do indivíduo contemporâneo é exteriormente centrada, a saúde torna-se um espetáculo epidérmico, ancorado e externalizado na visibilidade da imagem corporal, performado na extensão dúctil do corpo. Se aquilo que se é deve ser visto, ser saudável deve estar inscrito no corpo, seja em sua materialidade visível, em sua estrutura cerebral e ou em seu código genético, de acordo com os parâmetros impostos pelo discurso biomédico. Àqueles que não atendem aos parâmetros físicos e biológicos definidos como saudáveis restam a vergonha e a reprovação moral.

As transformações no regime de saber-poder e nos modos de subjetivação contribuíram para transformações na relação e no cuidado do corpo e da saúde. Regido pelo discurso médico-científico, o binômio corpo e saúde configura uma nova moral para o indivíduo, que deve sempre buscar no corpo saudável o corpo ideal, adaptando-se a medidas, índices e contornos considerados corretos. A ciência e a potencialidade das tecnologias biomédicas, associadas ao mercado, fazem parecer que ter o corpo que se ambiciona – e que é exigido pela moral contemporânea – é uma tarefa fácil e sem limites, ao alcance de todos. Considerando esse cenário, o programa “Medida Certa” torna-se, portanto, um objeto estratégico, uma vez que possibilita investigar como os discursos sobre corpo e saúde são construídos e articulados no campo midiático.

## **Entrando na medida certa: discursos sobre corpo e saúde**

Sob o formato de reality show, a proposta de “Medida Certa” é mostrar a possibilidade de emagrecer em doze semanas de modo saudável, sem dietas e exercícios físicos radicais, internações em SPA ou intervenções cirúrgicas. Sob a orientação do prepador físico Marcio Atalla e a consultoria de outros especialistas, como médicos e nutricionistas, os participantes, que possuem taxas e índices de saúde acima dos parâmetros tidos como ideais, são submetidos a um programa de reeducação alimentar e condicionamento físico. Durante a nova rotina, eles são



proibidos de qualquer tipo de medicamento para acelerar o processo. Ao final da temporada, os resultados são mensurados e exibidos ao vivo.

Quanto à estrutura dos episódios, o quadro é iniciado com algumas filmagens que oferecem indícios do arco narrativo que será desenvolvido ao longo de sua duração, a qual varia entre 16 e 10 minutos. Após a abertura com a apresentação dos protagonistas, é mostrada sua rotina durante a semana anterior, incluindo momentos de trabalho e lazer, treinos físicos realizados, refeições feitas ao longo do dia e visitas médicas, além dos equívocos cometidos e dificuldades enfrentadas no processo de emagrecimento. Ao final da semana, os participantes são submetidos a uma prova, cujo tema varia conforme o enredo do episódio, e à medição da circunferência abdominal. Após o resultado, é exibido o placar especificando a pontuação que cada dupla atingiu na semana. O episódio é encerrado com a animação dos participantes pedalando juntos em uma bicicleta, que para na marca numeral correspondente ao placar geral do quadro, isto é, os pontos obtidos em todas as semanas.

No primeiro episódio de “Medida Certa”, exibido em 1 de setembro de 2013, uma voz em *off* avisa à audiência. “O show da vida começa com uma alerta. O Ministério da Saúde revelou esta semana: 51% dos brasileiros estão acima do peso. A partir de hoje quatro celebridades vão dar um basta no sedentarismo”. A narração de Tadeu Schmitd, um dos apresentadores do Fantástico, comenta sobre o “eterno dilema” em que muitos se encontram : “vencer a preguiça ou ser vencido por ela?”. Em seguida, cada protagonista da temporada é apresentado. Observa-se que eles compartilham entre si uma carreira profissional atarefada, o apreço por comidas “pouco saudáveis”, o sedentarismo e as críticas pelo excesso de peso. Compartilham, enfim, a condição de não estarem na medida certa. Mas o que isso significa?

A medida certa que orienta o programa é, acima de tudo, fundamentada e validada pelo discurso médico-científico. O processo de emagrecimento proposto é justificado, a todo momento, por pesquisas científicas e especialistas que atestam sobre os riscos da obesidade e os benefícios à saúde física e mental trazidos perda de peso. Considerando a perspectiva foultatiana sobre o discurso (2012a, 1987b), a utilização de tal estratégia pode ser associada às coerções internas e externas aos

discursos impossibilitam que todo e qualquer indivíduo fale qualquer coisa sobre qualquer circunstância. Para o processo de intervenção e transformação dos participantes não são convocados curandeiros, xamãs ou sacerdotes, mas profissionais especializados em determinadas áreas do conhecimento, munidos pela legitimidade pelo discurso científico.

Os números obtidos a partir de exames laboratoriais, testes médicos e mensurações, posteriormente analisados segundo parâmetros científicos, trazem o veredito, a ser pronunciado pelo médico, sobre saúde dos indivíduos. Para embasar sua fala e reiterar a validade das condutas que sugere aos participantes, Márcio Atalla, por sua vez, cita achados de pesquisas científicas em cada episódio da temporada. A fim de reforçar a importância da atividade física regular para saúde, por exemplo, o educador físico menciona, no terceiro episódio, um estudo conduzido na Universidade de Harvard que relaciona melhora cognitiva à atividade física e, no quarto episódio, outro realizado na Universidade de Missouri, que aponta redução da gordura visceral por meio da prática física.

Ainda que recorra às ciências biomédicas, reforçando uma suposta neutralidade e verdade naquilo que é transmitido, o reality show, ao estabelecer, inclusive em sua nomenclatura, que há uma medida certa, configura um julgamento moral: os valores numéricos obtidos em cada exame médico, em cada medição de cintura, em cada pesagem, são convertidos em juízos de valor. Se não atende à medida considerada certa, está errado; se está errado, deve ser reprovado; se é reprovado, deve transformado para encaixar-se nos parâmetros corretos; se encaixa-se no modelo ideal em voga, recebe-se a aprovação social. Para aqueles que não conseguem ou não desejam se encaixar, considerados por inferência como errados e imorais, resta a pressão social para fazê-lo.

A medida certa difundida pelo quadro televisivo também orienta-se pela utopia da saúde característica do panorama contemporâneo (SFEZ, 1995), envolvendo, em primeira instância, um padrão corporal. Conforme o corpo torna-se o eixo em torno do qual as subjetividades alterdirigidas se organizam, essa medida, considerada o suprasumo do saudável, é construída no e para o olhar do outro,

alcançando a visibilidade almejada ao inscrever-se na superfície corporal do indivíduo. A medida certa também envolve índices numéricos estabelecidos pela ordem biomédica, e resguardados na estrutura biológica: colesterol, triglicerídeos, glicose, ácido úrico, entre outros elementos indicam a saúde do corpo, mostrando quais riscos se impõem a ela. Ela é, sobretudo, uma responsabilidade do indivíduo, que munido de informações, deve empenhar-se em atingi-la. Cria-se uma falácia de que há apenas uma única e verdadeira medida correta, legitimada pelo discurso médico-científico, à qual todos deveriam atender.

Cabe ressaltar que tal medida, apesar de aludir a determinada forma física e relegar outras, refere-se também a modos de ser e estar no mundo. A perda de peso, apesar de ser central para a proposta do programa, não é o único aspecto valorizado, uma vez que, para além de emagrecer, os participantes necessitam adotar uma nova condução de si, de acordo com aquilo que é exigido pela moral contemporânea. É possível que o quadro televisivo proíba dietas pontuais, medicamentos e intervenções cirúrgicas não por estas serem meio ineficazes de emagrecer, mas por serem pontuais, muitas vezes insuficientes na adequação subjetiva aos moldes propostos para o cuidado contemporâneo consigo. Torna-se necessário um processo mais longo e árduo que prepare o indivíduo para as exigências da racionalidade neoliberal, que preza pela autonomia, pela competição e pela máxima performance (FREIRE FILHO, 2012). Na qual se é impulsionado a ser sua própria força motriz, a ser gerente e empreendedor de si, a todo momento considerando os riscos que podem ser inflingidos à existência.

Ao longo do programa, os participantes são submetidos a um processo de pedagogização sobre os riscos, orientado pela fala autorizada de especialistas. Sob a autoridade da ciência, são eles quem orientam os protagonistas em meio aos riscos que incessantemente atravessam seu cotidiano. Quando iniciam o processo de perda de peso, são lembrados pelo médico convidado sobre perigos que determinadas taxas em alta concentração no organismo podem acarretar. São ensinados, principalmente, a lidar com a temporalidade e virtualidade do risco. Fábio Porchat, apesar de ainda não ter atingido o nível de obesidade, deveria emagrecer para *evitar* o surgimento de doenças crônica. Todos os participantes deveriam reduzir sua circunferência

abdominal para os parâmetros indicados a fim de *evitar* o aparecimento de doenças cardiovasculares. Nenhuma das condições apontadas haviam se instaurado, mas possuíam altas probabilidades de emergirem, de acordo com as pesquisas científicas conduzidas no campo médico – o que não implica afirmar que necessariamente iriam se desenvolver.

O processo de cívico-pedagógico proposto pelo quadro “Medida Certa” busca intervir e adequar os participantes aos modelos físicos e subjetivos requisitados pela moral contemporânea. Nele, os discursos articulados sobre corpo e saúde recorrem à máxima do risco, à utopia da saúde e à moral da boa forma. Sob legitimidade e autoridade do discurso médico-científico, o excesso de massa corporal é rejeitado socialmente sob a justificativa de ser uma patologia, engendrando no imaginário social, além da estigmatização dos corpos gordos, uma associação entre saúde e magreza: o corpo ideal é o corpo saudável, que passa a ser a forma física enxuta, esbelta e delineada. Engendra também um absolutismo dos parâmetros numéricos, como se estes carregassem em si a verdade absoluta sobre a saúde do indivíduo, a ser proferida pelo médico. Ao reiterar a ideia de que os corpos gordos são portadores de uma doença que necessita ser combatida, o programa não abre espaço para o reconhecimento e valorização de outras formas físicas, de outros corpos. Não abre também espaço para outros paradigmas explicativos sobre o corpo e saúde que não seja aquele pertencente à ordem biomédica.

### **Considerações Finais**

Transformações sociais, culturais, políticas e econômicas atravessaram e ainda atravessam as sociedades ocidentais contemporâneas, realocando os regimes de poder-saber e as técnicas de controle e formatação social por eles empregadas. No cenário contemporâneo, o binômio corpo e saúde adquirem centralidade. A corporeidade passa a habitar o campo da liberdade, da resistência e da construção identitária. Conforme as subjetividades tornam-se alterdirigidas, aquilo que se é deve ser externalizado na visibilidade da superfície corporal. A saúde transforma-se na

utopia moral deste século, orientada no e para o corpo. O excesso de massa corporal adquire, sob a legitimidade do discurso médico-científico, o estatuto de patologia, tornando-se um tópico debatido tanto no campo da saúde pública e coletiva no campo midiático.

“Medida Certa” não encontra-se dissociado desse cenário, mas parece dialogar com os valores, racionalidade e moral que o atravessam e o configuram. Ao dedicar-se a acompanhar e transformar pessoas obesas, os discursos sobre corpo e saúde articulados no quadro televisivo são orientados tão somente pelos saberes biomédicos, reiterando a gestão do risco, a responsabilidade individual e o espetáculo epidérmico da saúde enquanto os principais compassos para o modo de ser e estar no mundo contemporâneo. Deve-se combater a obesidade por esta ser uma doença cujos os riscos são cientificamente comprovados. Mais do que um direito, é um dever do indivíduo perder o excesso de peso, visando atingir a (única) medida certa. A saúde é o ideal máximo, a ser performado na superfície visível do corpo.

Considerando o potencial imagético e discursivo da televisão, o quadro em questão parece engendrar uma pedagogização não apenas dos corpos obesos, mas também de sua subjetividade, possivelmente desempenhando um papel na percepção que o indivíduo possui sobre seu corpo e sua conduta. Isto, no entanto, não implica reafirmar que a mídia massiva funciona sob a capacidade de uma “agulha hipodérmica”, nem que o espectador reproduz passivamente em seu dia-a-dia tudo aquilo que vê nas telas, mas em compreender o papel discursivo que o campo midiático assume, especialmente na atualidade, na construção e fixação de discursos hegemônicos sobre corpo e saúde – sobre o que implica, o que necessário e o que significa estar na medida certa.

## Referências bibliográficas

CARDOSO, Maria Helena C. A.; CASTIEL, Luis David. Saúde coletiva, nova genética e eugenia de mercado. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, mar-abr 2003, p. 653-62.



COSTA, Jurandi Freire. Notas sobre a cultura somática. In: \_\_\_\_\_. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2004.

CZERESNIA, Dina. Constituição epidêmica: velho e novo nas teorias e práticas da epidemiologia. **Hist. cienc. saude-Manguinhos**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, ago. 2001.

FOLLAND, Sheman; GOODMAN, Allen C.; STANO; Miron. **The economics of health and health care**. Nova Jersey: Pearson, 2013.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: o nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 1987a.

\_\_\_\_\_. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 3 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987b.

\_\_\_\_\_. **História da Sexualidade I: a vontade de saber**. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

\_\_\_\_\_. **The birth of biopolitics: lectures at the Collège de France, 1978-79**. Nova York: Palgrave Macmillan, 2008.

\_\_\_\_\_. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. 22 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012a.

\_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2012b.

FREIRE FILHO, João. A nova mitologia esportiva e a busca da alta performance. **Comunicação e cultura**, n. 13, 2012, pp. 39-52.

LANGDON, Esther J.; WIIK, Flávio Braune. Antropologia, saúde e doença: uma introdução ao conceito de cultura aplicado às ciências da saúde. **Rev Lat Am Enfermagem**, v. 18, n. 3, 2010, p. 459-66.

RIESMAN, David. **A multidão solitária**. São Paulo: Perspectiva, 1995.

SEGRE, Marco; FERRAZ, Flávio C. O conceito de saúde. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, vol. 31, n. 5, 1997, p. 538-42.

SFEZ, Lucien. **A saúde perfeita: críticas de uma utopia**. Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

SIBILIA, Paula. O pavor da carne: riscos da pureza e do sacrifício no corpo-imagem contemporâneo. **Famecos**, Porto Alegre, n. 25, dez. 2004, p. 68-84.

\_\_\_\_\_. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

\_\_\_\_\_. O corpo velho como uma imagem com falhas: a moral da pele lisa e a censura midiática da velhice. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, ano 9, v. 9, n.26, nov. 2012, p. 83-114.

TUCHERMAN, Ieda. Michel Foucault, hoje ou ainda: do dispositivo de vigilância ao dispositivo de exposição à intimidade. In: QUEIROZ, André; VELASCO E CRUZ, Nina. **Foucault hoje?**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2007.

VAZ, Paulo. Consumo e risco: mídia e experiência do corpo na atualidade. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 3, n. 6, 2008, p. 37-61.

\_\_\_\_\_. Corpo e risco. In: VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred; Kosovski (orgs). **Que corpo é esse?**: novas perspectivas. Rio de Janeiro: Mauad, 2012

## **Estratégias de comunicação pública da ciência na Copa do Mundo de 2014<sup>1</sup>**

### **A preparação para o pontapé inicial dos jogos**

Marcelle Louise Pereira Alves<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Este artigo propõe refletir sobre a comunicação pública da ciência pelo viés narrativo, a partir da demonstração do exoesqueleto BRA-Santos Dumont I na cerimônia de abertura da Copa do Mundo de 2014. Por meio da ponte estabelecida entre ciência e comunicação pela perspectiva da tradução intercultural de Ricoeur (2011), procuramos perceber quais as estratégias adotadas pelo neurocientista brasileiro Miguel Nicolelis para divulgar a demonstração em sua página no *Facebook*. Para isso, analisamos as publicações do cientista entre os dias 4 de abril, início da contagem regressiva, e 12 de junho, data da demonstração pública. Percorremos um caminho metodológico que passa por categorias derivadas principalmente dos sentidos que emergem nos textos, a partir das questões discutidas no referencial teórico.

#### **Palavras-chave**

Comunicação pública da ciência; Tradução intercultural; Cultura científica.

#### **Introdução**

O cientista brasileiro Miguel Nicolelis vem alcançando grande projeção na mídia nacional e internacional, sendo reconhecido e premiado pelos avanços de suas pesquisas em neurociência, principalmente as realizadas pelo *Projeto Andar de Novo* (em inglês, *Walk Again Project*). Formado em Medicina pela Universidade de São Paulo, Nicolelis vive nos Estados Unidos e é professor da *Duke University*, onde grande parte do projeto é desenvolvida.

O projeto coordenado pelo pesquisador é um consórcio internacional sem fins lucrativos entre instituições de pesquisas de diversos países e propõe restaurar a mobilidade de pessoas com lesões graves na medula espinal. Para isso, utiliza uma

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social (PPGCOM-UFMG). E-mail: marcellelouisepalves@gmail.com

tecnologia conhecida como interface cérebro-máquina que permite que, através de comandos enviados pelo cérebro para uma veste robótica (também chamada de exoesqueleto), pacientes paraplégicos possam se movimentar e ter a sensação de andar novamente.

Resultado de mais de 30 anos de pesquisas na área, o exoesqueleto BRA-Santos Dumont I foi projetado para ser utilizado por um paraplégico na cerimônia de abertura da Copa Mundo de 2014, sediada no Brasil. Desta vez, a missão dos pesquisadores do *Projeto Andar de Novo* era fazer com que o paciente utilizando a veste robótica realizasse o pontapé que daria início aos jogos.

Todo o processo de preparação para a Copa foi registrado diariamente na página do neurocientista no *Facebook*<sup>3</sup>, de onde também saiu o material utilizado pela imprensa de todo o mundo para divulgar os avanços e resultados da pesquisa. Bastante ativo nas redes sociais, Nicolelis usa sua página para divulgar notícias sobre o projeto, por meio de pequenas notas, relatos, fotos, vídeos e *links* que direcionam o leitor para conteúdos externos, como matérias de jornais e *sites* e publicações de trabalhos em revistas científicas.

Lançando nosso olhar sobre as dinâmicas de comunicação contemporâneas, percebemos que os meios de comunicação desempenham um importante papel na produção e difusão do conhecimento e na interpretação da ciência, além de serem um espaço para a sua discussão pública e sua legitimação (HJAVARD, 2012). Com a crescente importância da mídia para a formação da opinião pública e a escassez de recursos destinados à ciência, e, portanto, a dependência da aceitação pública para que cientistas tenham algum tipo de retorno, a ciência precisa ser cada vez mais midiática, o que se denominou midiaticização da ciência (WEINGART, 1998).

Para reivindicar o seu espaço, cientistas têm utilizado meios de comunicação alternativos para divulgar as suas pesquisas, não mais restritos às mídias de comunicação de massa e às revistas e eventos científicos. Com isso, as redes sociais, *blogs* e *microblogs* têm se destacado como ambientes de interação com o público e,

---

<sup>3</sup><https://www.facebook.com/pages/Miguel-Nicolelis/207736459237008?fref=ts>.

por isso, de legitimação das pesquisas científicas. Ao tornar seus trabalhos midiáticos, cientistas buscam aumentar a visibilidade de seus avanços e também de suas dificuldades, muitas vezes relacionadas à falta de recurso e de espaço na mídia.

Um exemplo relevante desta mudança em curso na comunicação da ciência é a página do neurocientista Miguel Nicolelis no *Facebook*. Neste artigo propomos uma reflexão sobre a comunicação pública da ciência através da ponte estabelecida entre ciência e comunicação pela dimensão da narrativa, a fim de perceber quais as estratégias adotadas pelo cientista para divulgar a demonstração em sua página no *Facebook*. Temos como *corpus* um conjunto de textos sobre a simbólica demonstração pública do exoesqueleto publicados na página de Nicolelis entre os dias 4 de abril, início da contagem regressiva, e 12 de junho, data da demonstração pública.

Procuramos identificar as narrativas sobre o evento e problematizá-las, segundo as questões que emergem dos próprios textos, a partir do conceito de tradução mimética ou intercultural de Ricoeur (2011). Além disso, pretendemos perceber como as demais questões (sociais, políticas, econômicas etc) foram tratadas, quais elementos foram convocados para construção das narrativas. Para isso, consideramos os aspectos culturais da atividade científica, dos processos de produção e difusão do conhecimento científico, levando em conta não só elementos da própria ciência, mas também midiáticos e sociais, isto é, elementos da cultura científica.

Segundo Castelfranchi (2003), para estudar a cultura científica é preciso considerar os aspectos mais profundos da cultura, como as metáforas, os símbolos, os medos e o imaginário social. Assim, acionamos operadores analíticos que representam o imaginário moderno da atividade científica e que descrevem a ciência como: 1) novidade e progresso; 2) método e instrumento de domínio sobre a natureza; 3) saber democrático que permite a libertação dos povos; 4) saber "superior", separado do conhecimento comum por linguagem e conceitos que poucos podem entender e 5) tecnociência, saber tão poderoso que pode se transformar em inúmeras tecnologias e transformar radicalmente nossas vidas, tanto para o bem como para o mal.



Com isso, pretendemos ampliar nossa compreensão das dinâmicas de comunicação pública da ciência, percebendo como esta se dá a partir das narrativas produzidas num contexto específico. E, principalmente, propiciar uma reflexão sobre a comunicação pública da ciência fora dos termos tradicionais de divulgação científica, afetados por questões que passam pelas dinâmicas de produção e difusão do conhecimento científico, e pelos processos de construção de sentidos.

Para isso, convocamos uma bibliografia ancorada em dois eixos teóricos - nos quais nos aprofundaremos a seguir-, que discutem: a ciência e a sua condição pós-moderna e as narrativas na perspectiva de Ricoeur, com ênfase para o conceito de tradução, em torno do qual será desenvolvida a análise. Cabe ressaltar que este artigo é parte da pesquisa de dissertação em desenvolvimento pela autora e, portanto, não apresenta conclusões, apenas alguns apontamentos do que já foi observado até o presente momento.

## **A ciência no paradigma pós-moderno**

Segundo Santos (2006), a ciência do paradigma emergente é assumidamente tradutora, sendo assim, ela “incentiva os conceitos e as teorias desenvolvidas localmente a emigrarem para outros lugares cognitivos, de modo a poderem ser utilizados fora do seu contexto de origem” (p. 77). Esta perspectiva dialoga com a noção de tradução que trataremos mais à frente sob a ótica narrativa de Ricoeur, que considera os aspectos culturais para fim de produção de sentidos em diferentes instâncias.

Para Santos (2006), todo conhecimento científico é socialmente construído, assim, a partir do senso comum, a ciência deve transformar-se num novo e mais esclarecido senso comum. Tendo isso em vista, ele defende uma nova forma de produção de conhecimento que não separe pesquisador e objeto, afirmando o caráter auto-biográfico e auto-referenciável da ciência.

Latour (2000) tem uma visão próxima a esta ao afirmar que para se estudar a ciência e a tecnologia pós-modernas é preciso tratar de uma ciência em construção e

não aquela dada como ciência acabada. Segundo ele, o que os leigos sabem sobre ciência e tecnologia é fruto de sua vulgarização, quase ninguém está interessado no seu processo de construção.

Alguns cientistas falam de ciência, de seus métodos e meios, mas poucos se submetem à disciplina de também agirem como leigos; o que eles dizem sobre o que fazem é difícil de conferir sem um esquadrinhamento independente. Outras pessoas falam sobre ciência, de sua solidez, seu fundamento, seu desenvolvimento ou seus perigos; infelizmente, quase ninguém está interessado no processo de construção da ciência. Fogem intimidados da mistura caótica revelada pela ciência em ação e preferem os contornos organizados do método e da racionalidade científica. (LATOURET, 2000, p. 33)

O modelo de conhecimento que emerge no novo paradigma é baseado na superação da dicotomia ciências naturais/ciências sociais e, portanto, de algumas distinções como natureza/cultura, natural/artificial, vivo/inanimado, mente/matéria, observador/observado, subjetivo/objetivo, coletivo/individual, animal/pessoa. Estas aproximações se dão pela aplicabilidade que as teorias físico-naturais buscam ter no domínio social, o que tende a valorizar os estudos humanísticos (SANTOS, 2006).

Segundo Santos (2006), a lógica existencial da ciência pós-moderna é promover “a situação comunicativa”. Não existe uma hierarquia entre as explicações científicas da natureza ou da sociedade e as crenças, entre pressupostos, para dizer da realidade. Todas elas, a religião, a arte, a poesia, por exemplo, carregam consigo modos diferentes de olhar para a mesma coisa.

Estas reflexões sobre o contexto científico pós-moderno, em que as inovações se proliferam, as entidades e as instituições se multiplicam, vêm ancorar nosso olhar sobre o objeto. No que se refere às discussões sobre a ciência e sua relação com as diversas instâncias da ação social, principalmente a midiática, nosso olhar se volta para os possíveis diálogos que aí se estabelecem, mas também com atenção às clivagens e possíveis desentendimentos e que alimentam as discussões sobre a ciência. No tópico seguinte, apresentaremos uma forma de olhar para a comunicação pública da ciência que leva em conta aspectos da cultura, trabalhando com o conceito de tradução intercultural de Ricoeur.

## A tradução

A noção de tradução já vem sendo utilizada para tratar do jornalismo científico, em que o jornalista é tido como o tradutor que faz a ponte entre os textos da ciência e o leitor, através do texto jornalístico. No entanto, esta lógica da comunicação pública da ciência, também conhecida como *teoria do déficit*, em que o cientista é considerado o sábio, o cidadão o ignorante e o jornalista científico ou divulgador da ciência o construtor da ponte entre essas figuras, é acusada de simplificar, empobrecer e vulgarizar os textos científicos, além de desconsiderar o papel crítico da opinião pública. Por este motivo, vem sendo substituída, mudando o modo de pensar e fazer a divulgação científica (VOGT, 2008).

Para Castelfranchi (2010), a divulgação científica precisa superar o modelo comunicativo informacional:

A ciência faz parte da nossa cultura da nossa maneira de criar arte, de nossos medos e fantasias, de nossa prática e de nosso pensamento. A ciência é apropriada ou debatida, de forma mais ou menos aperfeiçoada, por setores relativamente importantes da população. São necessárias, portanto, não mais “seringas” para inocular informações e noções, mas, sobretudo, bússolas de qualidade para a informação que já circula. (CASTELFRANCHI, 2010, p. 18)

Ao tratar a ciência como parte da cultura, Castelfranchi (2010) dialoga com a ideia de tradução colocada por Ricoeur (2011). O autor entende a tradução como algo que ocorre fora das hierarquias dos processos comunicacionais, dando a ela um lugar na instância cultural, onde são feitas as negociações de sentido.

Ricoeur (2011) aproxima o trabalho da tradução ao da memória e ao do luto, para dizer que é preciso assumir a impossibilidade da tradução perfeita e de uma apropriação total daquilo que é estrangeiro. Nesse sentido, o autor cria o conceito de hospitalidade linguística, “onde o prazer de habitar a língua do outro é compensado pelo prazer de receber em casa, na acolhida de sua própria morada, a palavra do estrangeiro” (RICOEUR, 2011, p. 30).

Tomamos a metáfora da tradução como base para pensar a tradução na comunicação pública da ciência, não mais nos termos tradicionais do jornalismo

científico, mas como uma complexa mediação que implica o efetivo posicionamento do cientista, ou seja, da ciência, articulando elementos de sua própria cultura ou modos de ser e estar no mundo, que correspondem à forma como as experimentamos. Esta experiência na pesquisa dá-se materializada na rede social *Facebook*, especificamente na página do neurocientista Miguel Nicolelis, abrangendo as particularidades da ferramenta e da atuação do pesquisador na cobertura da demonstração do exoesqueleto. Tendo isso em vista, selecionamos três publicações de Nicolelis que julgamos centrais para apresentarmos nossa primeira impressão sobre as estratégias adotadas por ele durante a preparação para a demonstração pública do exoesqueleto.

## **Análise**

### **A “missão impossível”**

No dia 7 de abril, Nicolelis publicou um vídeo<sup>4</sup> com a seguinte descrição: “66 dias 06 horas 37 minutos e 09 segundos. Muitos disseram que a missão era impossível. Mas a 66 dias da abertura da Copa, exoesqueleto do Projeto Andar de Novo dá os primeiros 6 passos no chão. Acompanhe nesse videoclip o momento histórico”. Com duração de 1 minuto e 6 segundos, as imagens mostram o momento em que o exoesqueleto dá os primeiros passos no chão. A postagem teve 2.322 curtidas, 1.682 compartilhamentos e 304 comentários.

A cena se passa em uma sala do laboratório AASDAP-AACD, em São Paulo, onde foram feitos os testes finais com o exoesqueleto. Ao longo do vídeo, é possível perceber, ao fundo, a presença de três pessoas, provavelmente pesquisadores do projeto, além de outra pessoa (cuja sombra aparece no chão) que filma a movimentação do robô. A gravação parece ter sido feita sem nenhuma preocupação com enquadramento, iluminação, apenas como um registro interno, de caráter quase amador, de um momento importante para o projeto.

---

<sup>4</sup><https://www.facebook.com/207736459237008/videos/776973242313324/>. Acesso em: ago. 2015.

O primeiro elemento que nos chamou atenção nesta postagem foi a utilização do recurso audiovisual. A escolha de Nicolelis em divulgar este momento considerado “histórico” em formato de vídeo revela a preocupação de mostrar que os primeiros passos realmente aconteceram, e, dessa forma, provar para o público que a proposta do projeto era possível. A estratégia de usar o vídeo como prova fica ainda mais evidente em uma parte da descrição que diz “Muitos disseram que a missão era impossível”, como se através dele a equipe mandasse um recado para aqueles que duvidaram que fosse possível fazer com que o exoesqueleto funcionasse. A imagem que se cria a partir disso é diferente da imagem que seria criada caso o neurocientista optasse por contar o feito por meio de um pequeno relato, semelhante à descrição que acompanha o audiovisual, ou se postasse apenas uma foto, como ele faz em outros momentos. A possibilidade de ver o exoesqueleto dando os primeiros passos no vídeo faz com que quem o assista tenha a sensação de estar dentro daquele laboratório acompanhando tudo. Pensando na tradução intercultural podemos notar um tom messiânico da publicação, como se Jesus voltasse a terra para fazer o paraplégico andar, estratégia semelhante às adotadas em alguns programas religiosos transmitidos pela televisão.

O recurso audiovisual tem sido muito explorado pela mídia nos últimos anos, principalmente devido ao desenvolvimento e à popularização das tecnologias de comunicação móveis, como os *smartphones* e os *tablets*. Ferramentas de vídeos passaram a ser incorporadas às redes sociais, como no *Facebook*, no *Instagram* e, mais recentemente, no *Twitter* (com o aplicativo *Periscope*) e no *Snapchat*. No caso da publicação de Nicolelis, o vídeo, além de ser um recurso utilizado para aproximar a ciência do público, pode ser percebido também como um esforço de inserção na dinâmica atual da mídia, em que os vídeos têm ocupado um lugar de destaque. Ao mesmo tempo em que aproxima o público, também o limita. Mostrando resultados concretos e indicando predicados do poder da ciência, Nicolelis mostra a ciência como um conhecimento superior e a torna distante dos não cientistas.

Para ser postado na rede social, o material passou por uma edição, na qual foi adicionada uma trilha sonora, a música tema dos filmes da série *Missão Impossível*



(*Mission: Impossible*). Os filmes fazem parte do gênero “ação” e contam histórias de agentes secretos que recebem missões e enfrentam grandes perigos e dificuldades para executá-las com sucesso. O tema musical que é a identidade da série e é muito conhecido pelo público confere dinamicidade ao conteúdo, deixando o vídeo mais lúdico e, de certo modo, pretencioso. Além de ser uma forma de fazer referência ao filme, mostrando os momentos de ação e de superação das dificuldades do próprio projeto, a trilha faz alusão à fala daqueles que disseram que a missão era impossível de um modo sarcástico, em um tom quase provocativo. Esta última observação releva muito sobre a relação de Nicolelis com os críticos, sejam eles cientistas ou não, que não acreditavam na missão do projeto. O cientista possui algumas inimizades no meio acadêmico e na mídia, o que contribuiu para a recepção negativa da proposta, principalmente no Brasil. Vale ressaltar o tom auto elogioso, a linguagem publicitária que, antes de mais, revelam uma perspectiva triunfante da ciência e do seu realizador (Nicolelis), o que deixa à mostra alguns jogos de poder e vaidades implicados na produção científica.

Do ponto de vista da tradução, Nicolelis considera vários aspectos culturais para compor a sua narrativa, como o próprio audiovisual, a referência às pessoas que disseram que a missão era impossível e ao filme, porém fica oculto o que faz com que o exoesqueleto dê os primeiros passos. Não se sabe, até mesmo pelo enquadramento, proposital ou não, como é a parte de cima da veste robótica, se ela está pendurada e se algo está fazendo com que ela se movimente. Pelas imagens é possível ver apenas a sombra no chão, deixando a sensação de mistério quanto a como ela é completa e sobre o seu funcionamento. De modo geral, a imagem passada nesta publicação é de uma ciência tida como novidade e progresso, que está propondo um aparato tecnológico novo.

## O “momento histórico”

No dia 16 de maio, faltando menos de um mês para a demonstração, Nicolelis publicou um novo vídeo<sup>5</sup>, desta vez mostrando um dos pacientes paraplégicos caminhando pela primeira vez com o exoesqueleto. A descrição diz “Momento histórico: oitavo voluntário caminha pela primeira vez com o exoesqueleto e desfruta da sensação de andar novamente”. A gravação, que tem duração de 25 segundos, teve 5.998 curtidas, 5.326 compartilhamentos e 564 comentários.

O cenário é o mesmo da postagem que acabamos de analisar, uma sala do laboratório AASDAP-AACD. Ao fundo, aparecem duas pessoas sentadas, uma delas é Gordon Cheng (à direita), cientista da Universidade Técnica de Munique, na Alemanha, responsável pela estrutura robótica do exoesqueleto. Também em segundo plano, podemos ver uma cadeira de rodas no canto esquerdo, que, supostamente, pertence ao paciente paraplégico que aparece no centro da imagem caminhando pela primeira vez com a veste robótica. Em primeiro plano, além do voluntário, estão outros dois pesquisadores do projeto, que parecem estar apoiando os braços do paciente, um de cada lado. No chão, uma marcação feita com fita adesiva parece determinar o caminho que ele deve fazer.

O enquadramento escolhido nos permite ver apenas as pernas das pessoas no primeiro plano, não permitindo assim a sua identificação. A identidade dos oito pacientes paraplégicos selecionados na AACD foi preservada até o dia da demonstração, quando foi revelado quem daria o pontapé inicial da Copa. Apesar de apenas uma pessoa ter sido escolhida, todas foram preparadas da mesma forma. Ao identificar o paciente como o “oitavo voluntário”, Nicolelis opta por uma descrição geral, mas que traz informações importantes sobre a quantidade de voluntários envolvidos no projeto, sobre o processo mostrado no vídeo e o fato de todos já terem passado por ele. Em um pequeno relato<sup>6</sup> numa postagem feita horas antes, o pesquisador anunciou que o último dos oito pacientes havia caminhado com ajuda do

<sup>5</sup><https://www.facebook.com/207736459237008/videos/799671436710171/>. Acesso em: ago. 2015.

<sup>6</sup>[https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=799602660050382&id=207736459237008](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=799602660050382&id=207736459237008). Acesso em: ago. 2015.

exoesqueleto. Diante disso, podemos perceber a postagem como uma prova do que ele havia dito antes, confirmando os avanços do projeto em sua fase final.

As imagens mostram o paciente dando oito passos com dificuldade, sendo possível ouvir o barulho feito pela estrutura robótica enquanto ele se movimenta. O “momento histórico”, como é descrito na postagem, e a forma que o cientista escolheu para divulgá-lo, mostram a ciência como método e instrumento de domínio sobre a natureza e também como tecnociência. Apesar de ficar oculto como o exoesqueleto funciona, uma vez que não se explica quais os métodos e instrumentos utilizados, ver o paraplégico caminhando com o exoesqueleto, mesmo que devagar e mostrando certa dificuldade, é diferente de ver o exoesqueleto funcionando sozinho, como vimos na postagem do dia 7 de abril. Com isso, podemos ter uma ideia sobre a aplicação do robô, ou seja, da veste robótica como o instrumento que faz o paciente caminhar.

Se notarmos a cadeira de rodas atrás, como se estivesse abandonada num canto, deixada de lado, a noção de ciência que tem domínio sobre a natureza e que pode transformar as nossas vidas isto é, tecnociência, fica ainda mais evidente. O paciente que perdeu os movimentos das pernas devido a uma lesão medular e que depende da cadeira de rodas para se movimentar está de pé, comandando o exoesqueleto e tendo a sensação de andar novamente. Esta imagem tem um impacto muito forte, principalmente para pessoas que também sofrem com este tipo de deficiência, pois passa-se a ideia de que com o desenvolvimento do exoesqueleto elas não mais precisarão da cadeira de rodas.

Pensando na tradução intercultural, podemos dizer que a postagem de Nicolelis explora o imaginário social, principalmente quando coloca um paraplégico caminhando com a ajuda de uma veste robótica, tendo uma cadeira de rodas ao fundo. Na publicação, estão em jogo alguns medos e símbolos que fazem parte não só da vida de pessoas paraplégicas, mas da sociedade como um todo, revelando um pouco sobre a relação do pesquisador com a instância social. Coloca-se em questão o medo da ciência de modo geral e mais especificamente o medo em relação ao experimento científico, tido como algo que representa perigo, que oferece riscos tanto para o paciente quanto para o cientista. Esta é uma visão fruto da imagem do cientista

atrapalhado, desastrado, cujas experiências não saem como o planejado e acabam causando grandes problemas, criada em muitos livros, filmes e desenhos animados, como a famosa história de *Frankenstein*, do *Incrível Hulk (The Incredible Hulk)*, do livro/filme *Eu, robô (I robot)* e do filme *A.I. Inteligência Artificial (A.I. Artificial Intelligence)*, entre outras. Visto desse modo, a veste robótica, o robô, aparece como símbolo deste medo, que representa o aparato tecnológico, o não-humano, o racional, o mecânico, aquilo sobre o qual nós não temos controle e conhecimento absoluto, o desconhecido. A cadeira de rodas (símbolo internacional de acessibilidade, utilizado em locais com acesso especial para deficientes), por sua vez, também aparece como um símbolo que representa a deficiência física. A imagem de uma cadeira de rodas nos remete a pessoas que não podem caminhar, seja por uma lesão temporária ou não, o que está em destaque no vídeo é o contraste entre a cadeira deixada de lado e o paraplégico caminhando.

## 12 de junho de 2014: “É hoje”

Após meses de preparação e atualizações constantes na página, chegou o grande dia. Às 13:50 do dia 12 de junho de 2014, uma quarta-feira, Nicolelis postou um vídeo<sup>7</sup> com a breve descrição “É hoje”. O vídeo foi postado horas antes do início da cerimônia de abertura da Copa do Mundo de 2014, quando o pontapé inicial dos jogos seria dado por um dos pacientes paraplégicos do *Projeto Andar de Novo*. Ele tem duração de 30 segundos e teve 9.944 curtidas, 17.237 compartilhamentos e 913 comentários.

O vídeo foi uma das primeiras publicações audiovisuais de caráter institucional na página, sendo inclusive assinado com a logomarca do projeto. O material parece ter sido preparado, editado, exclusivamente para a ocasião, a fim de apresentar rapidamente alguns momentos importantes da preparação para o evento e que ainda não haviam sido mostrados. Além disso, parece ter sido estrategicamente

---

<sup>7</sup><https://www.facebook.com/207736459237008/videos/815027618507886/>. Acesso em: ago. 2015.

postado, quando faltavam apenas algumas horas para a demonstração, para criar ainda mais expectativas no público que aguardava ansioso o início da cerimônia de abertura.

Nas imagens podemos ver a atividade cerebral monitorada em um computador; membros da equipe trabalhando, incluindo o próprio Nicolelis; a movimentação dentro dos laboratórios; alguns pacientes – que agora aparecem de corpo inteiro, mostrando os rostos – sendo preparados para a demonstração, um deles se movimentando na cadeira de rodas, outro fazendo um exercício de fisioterapia; alguns detalhes do exoesqueleto sendo “montado” no corpo de alguns e, por fim, os pacientes aparecem prontos para a demonstração. Todas estas imagens foram intercaladas por trechos que formaram a seguinte frase: “30 anos de pesquisa, 25 países, 150 pessoas, o primeiro passo começa aqui agora”.

De modo geral, o conteúdo do vídeo é uma síntese do que foram os 30 anos de pesquisa do projeto, com foco para os momentos finais. Podemos perceber, de acordo com as imagens selecionadas e, principalmente, com a mensagem que aparece ao longo do vídeo, que um dos objetivos é mostrar que existia uma equipe de pesquisadores de diversos países envolvida nas atividades, que não é o trabalho de um único cientista. Além disso, ressaltar que o pontapé inicial da Copa era “o primeiro passo” do *Projeto Andar de Novo* e não uma pesquisa finalizada que resultaria em exoesqueletos sendo comercializados nos meses seguintes.

Nesta postagem, Nicolelis trabalha principalmente com a ideia da ciência como novidade e progresso, uma vez que o vídeo mostra a trajetória da pesquisa até o dia da demonstração, criando um ambiente de suspense em relação às próximas horas.

### **Considerações finais**

A princípio, podemos fazer algumas considerações sobre as três postagens que analisamos. Pode-se dizer que, de certo modo, Nicolelis não se orienta pelo “modelo do déficit” para divulgar a pesquisa, porque, primeiro, ele está num lugar de fala que permite que ela seja informal, que ele se relacione com as pessoas de igual para igual, apesar de ser ele quem produz e divulga o material; segundo, porque, por estar numa



rede social, ele tente explorar elementos da cultura para se comunicar melhor com o público; e, por último, porque ele mostra o processo da pesquisa no interior do laboratório, os testes, principalmente durante a preparação para a Copa. Apesar disso, nenhuma das postagens mostra as dificuldades da pesquisa, que é uma característica importante quando tratamos da comunicação pública da ciência fora dos modelos tradicionais.

Por outro lado, pode-se dizer que existe uma ambiguidade neste processo, uma vez que o cientista, na tentativa de superar o modelo do déficit, se apropria de uma estratégia que o coloca no primeiro plano da ciência, sem pudores com a aproximação com o público e com a mídia. Esta observação aponta para outra maneira de perceber a tradução intercultural da ciência que traz em suas estratégias contradições e ambiguidades.

Notamos também a forma como o neurocientista explora as imagens para criar um clima de expectativa no público, antes da demonstração. Nas duas primeiras postagens que analisamos, não é possível ver a estrutura robótica toda, somente as pernas, nem saber como ela está funcionando. Na segunda, inclusive, não podemos identificar quem é o paciente paraplégico. São detalhes que fazem a diferença porque mexem com a curiosidade do público.

Também podemos notar em algumas postagens a forma como Nicolelis lida com a questão social do projeto, algo que fica muito evidente nas colocações sobre como o exoesqueleto pode mudar a vida de milhões de pessoas. É possível também perceber como ele lida com a questão política, como na primeira postagem, em que ele faz referência às pessoas que disseram que fazer o exoesqueleto caminhar era uma missão impossível. Ao considerar o contexto em que estas postagens foram feitas, podemos dizer que Nicolelis reage às provocações externas e, até mesmo, provoca os críticos.

Todas as observações feitas até o momento dizem muito das estratégias de comunicação utilizadas por Nicolelis e são importantes de serem destacadas, mas ainda não são suficientes para apontarmos conclusões. Ressaltamos que este artigo é fruto da pesquisa de dissertação em desenvolvimento pela autora e, portanto, carece

ainda de investigação mais aprofundada, abrangendo mais textos e olhares diferenciados.

### Referências bibliográficas

CASTELFRANCHI, Yuri. Imaginando uma paleontologia da cultura científica. In: *ComCiência*, Campinas: Unicamp, Labjor jul 2003. Disponível em: <<http://comciencia.br/reportagens/cultura/cultura17.shtml>>. Acesso em: ago. de 2015.

\_\_\_\_\_. Por que comunicar temas de ciência e tecnologia ao público? (Muitas respostas óbvias... mais uma necessária). In: *Jornalismo e ciência: uma perspectiva ibero-americana*. Rio de Janeiro: Fiocruz / COC / Museu da Vida, 2010, p. 13-21.

HJAVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: *Revista MATRIZES*, v.5, n.1, jan./jun. 2012, São Paulo, p. 53-91.

LATOUR, Bruno. *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. 2.ed. São Paulo: UNESP, 2000.

RICOEUR, Paul. *Tempo e narrativa*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010. 3v.

\_\_\_\_\_. *Sobre a tradução*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *Um discurso sobre as ciências*. 4.ed. São Paulo: Cortez Editora, 2006.

VOGT, Carlos. Divulgação e cultura científica. *ComCiência – Revista Eletrônica de Jornalismo Científico*. Disponível em: <http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=37&id=436>. Acesso em: ago. 2015.

WEINGART, Peter. *Science and the Media*. *Research Policy* 27:8, 869-879. 1998.

## **Não se vacine: compartilhe essa ideia**

### **Análise dos discursos alternativos sobre a vacinação contra o HPV em uma comunidade virtual no Facebook<sup>1</sup>**

Marcelo Pereira Garcia<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Desde a sua introdução no calendário nacional de vacinação, a vacina contra o HPV (Gardasil) é fonte de muita polêmica e alvo de diversos boatos, que circulam especialmente na internet. Entendidos como discursos contra-hegemônicos, não necessariamente falsos, que tensionam a fala oficial e o saber científico, os boatos representam enorme desafio para o planejamento e execução de ações de saúde, como a vacinação – e seu estudo pode levar ao desenvolvimento de novas práticas dialógicas de comunicação no SUS. O objetivo deste artigo é estudar as relações de troca estabelecidas num grupo aberto do Facebook intitulado “Sou contra a vacina HPV”, de forma a identificar discursos e fontes de informações compartilhadas pelos seus membros e levantar indícios sobre o processo de produção de sentidos sobre a vacina no contexto do grupo.

**Palavras-chave:** Boatos, saúde, vacina, HPV, redes sociais

#### **Introdução**

Em 2013 o Brasil adicionou a vacina tetravalente contra o HPV ao seu calendário nacional de vacinação e começou a vacinar meninas pré-adolescentes contra o vírus, relacionado ao desenvolvimento de diversos tipos de câncer na idade adulta, em especial o de colo do útero. A medida, no entanto, se tornou rapidamente o centro de uma enorme polêmica: além da oposição enfrentada pela prática da vacinação em certos setores da sociedade e da desconfiança despertada pelos interesses políticos e econômicos que podem influenciar a introdução de novas vacinas no calendário oficial de um país, a vacina Gardasil recebeu muitas críticas específicas quanto à sua segurança e efetividade. Para colocar mais lenha nessa polêmica já inflamada, começaram a pipocar relatos de efeitos colaterais relacionados

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Especialista em Comunicação e Saúde pela Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ). E-mail: [email.marcelogarcia@gmail.com](mailto:email.marcelogarcia@gmail.com).

à aplicação do imunizante - tratados, em geral, como problemas pontuais e não-relacionados com a vacina pelas fontes oficiais.

Todos os discursos que passaram a circular na periferia da fala oficial compuseram uma gama particular de boatos a respeito da Gardasil, inserida num conjunto mais amplo de boatos sobre vacinação de forma geral. A internet representa, hoje, talvez o mais importante campo de disseminação de boatos, por meio de blogs, sites e redes sociais. Isso torna a tarefa de tentar entender a circulação nesse espaço ainda mais importante, uma vez que é na rede que boa parte da população se informa sobre temas de saúde e procura referências para embasar suas decisões pessoais nesse campo. Tal fenômeno pode apresentar consequências importantes para o sistema público de saúde, por impactar o resultado final de campanhas de vacinação, modificar a relação do indivíduo com as doenças contra as quais ele não se imuniza e tornar a população mais exposta a elas.

Nosso interesse é justamente compreender a circulação desses discursos. Para tanto, uma primeira definição é importante: mais do que simples informações falsas, os boatos se caracterizam para este estudo como discursos que vão de encontro a essa fala oficial, tensionam o saber científico consolidado e, de alguma maneira, acumulam certa legitimidade social, na medida em que circulam e ganham visibilidade nas redes sociais online. Para isso, a proposta deste artigo é analisar as interações entre os usuários em um grupo aberto do Facebook intitulado “Sou contra vacina HPV”, criado para agregar pessoas contrárias a esse processo de vacinação.

### **Autoestrada da (des)informação**

O acesso à internet e às redes sociais é cada vez maior no Brasil. Números da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), referentes a 2013, mostram que 85 milhões de brasileiros (49,4% da população) já tem acesso à internet em casa. Outros dados, da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), mostram que o país terminou 2014 com mais de 280 milhões de linhas de telefonia móvel, ou seja, mais de um por habitante. Já a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (IBOPE, 2015)

mostra que cerca de 92% das pessoas com acesso à internet utilizam redes sociais, com liderança do Facebook (83%). A pesquisa também mostra que 67% dos usuários utilizam a internet para se informar e 24% para estudar. Tamanha penetração social torna impossível negar que as novas tecnologias de informação e comunicação revolucionaram a relação entre os sujeitos e destes com o mundo ao seu redor – inclusive no que se refere à sua saúde.

O estabelecimento da chamada web 2.0 nos anos 2000 trouxe consigo maior autonomia aos sujeitos, agora inseridos tanto no processo de produção como no de disseminação das informações por meio de diversas ferramentas online (MOREIRA *et al*, 2012). Essa é a base do novo paradigma sociotécnico (CASTELLS, 2003) no qual praticamente todas as relações sociais que estabelecemos passam e são influenciadas, em alguma medida, pelo meio digital. Uma das principais características desse novo paradigma é a enorme quantidade de informações disponíveis, um verdadeiro dilúvio informacional (LÉVY, 1999).

É possível enxergar nas novas mídias um enorme potencial para o fortalecimento da cidadania. Levy (2001), por exemplo, acredita que a cibercultura permitirá o aparecimento de uma nova ecologia cognitiva, a difusão de uma inteligência coletiva e a expansão da cidadania, através do exercício da tecnodemocracia. No entanto, a realidade tem se mostrado muito mais complexa e problemática. Isso por que a internet também cria, reflete e potencializa conflitos e tensões da sociedade. A nova ordem social que vem sendo construída está condicionada às decisões humanas, sujeita à dinâmica contraditória entre nosso lado sombrio e nossas fontes de esperança (CASTELLS, 2003).

Como lembra Garbin *et al* (2011), por exemplo, são muito diferentes as possibilidades de cada grupo social de acessar a *web*. Mais do que isso, o simples fato de usar a internet não significa que o indivíduo tenha plena capacidade de compreensão das informações encontradas, ou saiba como utilizá-las. Uma vez que são necessários pré-requisitos tecnoculturais para acessá-la (CASTIEL *et al.*, 2002), é possível dizer que a rede reproduz formas de exclusão sociais já existentes. Outra grande questão contemporânea é a quantidade de informação disponível: Garbin *et al*



(2011) enxergam uma redução da confiança e do controle da informação disponível online, o que exporia os indivíduos à mais confusão, ansiedade e incerteza. Celebrada como a ‘autoestrada da informação’, não chega a ser exagero dizer que a internet também é a nova ‘autoestrada da desinformação’ (RENARD, 2007). Castells (2003) afirma que as oportunidades oferecidas por este turbilhão de mudanças são tão numerosas quanto seus desafios e lembra que a internet não é capaz de, por si só, de mudar comportamentos – ao contrário, os comportamentos apropriam-se da internet, amplificam-se e potencializam-se a partir do que são.

Quando entramos especificamente na área da saúde, o problema da confiabilidade da informação se agrava. A saúde é, hoje, uma das principais preocupações do ser humano, adquirindo um valor inédito na história da humanidade. Ao mesmo tempo, ela é uma das áreas onde há uma quantidade cada vez maior de informação disponível na rede (GARBIN *et al*, 2008), assim como é crescente o uso da internet para a obtenção de informação sobre saúde (GARBIN *et al*, 2011). Nesse contexto, muito se tem discutido sobre o potencial da rede no empoderamento dos indivíduos, como um instrumento para obtenção de conhecimentos e capacitação. Porém, uma discussão pertinente envolve a questão da qualidade dessa informação em saúde disponível na rede. Mendonça e Pereira (2015) destacam que a incomensurável quantidade de informação online não tem qualquer tipo avaliação de qualidade e, por isso, não raro apresenta-se incompleta, incorreta ou incompreensível para o cidadão comum.

### **Boatos virtuais: circulação e construção de realidade**

Esta facilidade da produção, acesso e compartilhamento de informação torna a internet um campo profícuo à proliferação de boatos e rumores. Como mostra Kapferer (1988), o fenômeno do boato é tão antigo quanto a palavra humana – e permanece, hoje, como uma de nossas fontes de informação (RENARD, 2007). Se no ciberespaço uma informação encontra facilmente diversos caminhos através dos quais pode se propagar, é natural que discursos alternativos, que tensionam e colocam em

xeque posicionamentos oficiais/hegemônicos, encontrem nele terreno para disseminação como nenhum outro.

Este texto busca refletir justamente sobre esses discursos enquanto práticas que contribuem para formar, sistematicamente, os objetos sobre os quais falam (FOUCAULT, 1999). Como afirma o pensador, o discurso não é simplesmente o que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo pelo que se luta (FOUCAULT, 1999). Já Bourdieu (1989) lembra que as relações de comunicação são sempre relações de poder, que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes (e instituições) envolvidos nessas relações.

A partir da obra do filósofo francês, Araújo (2003) defende que a prática comunicativa se organiza ao modo de um mercado, de natureza simbólica, onde os sentidos são permanentemente negociados. Seu trabalho seminal no campo de Comunicação e Saúde também evoca os ensinamentos de Bakhtin para colocar em relevo as idéias de polifonia e a de contexto: cada fala, cada enunciação é palco de expressão de uma multiplicidade de vozes, algumas arregimentadas intencionalmente pelo locutor e outras das quais ele não se dá conta (BAKHTIN *apud* ARAÚJO; CARDOSO, 2007). A esta rede interativa de vozes que se articulam, se confrontam, se legitimam ou se desqualificam mutuamente presentes no discurso social podemos chamar de dialogismo. Os discursos são, dessa forma, o espaço por excelência, onde se dão os embates sociais e se estabelecem as relações de poder.

Por outro lado, numa dimensão bastante prática, ainda segundo Araújo (2003), políticas públicas – como a vacinação –, são delineadas com base em discursos hegemônicos, ou seja, discursos que obtiveram uma condição de legitimidade maior que os demais, a partir de embates e negociações em vários níveis, finalmente ratificados pelo nível simbólico, mesmo que provisoriamente. Para a autora, porém, é justamente na circulação que a negociação dos sentidos se faz mais intensa, onde se amplificam e se fazem ouvir as muitas vozes que compõem os discursos, que se cruzam, entrecrocaram ou se associam, num movimento sinérgico (*idem*).

A circulação de discursos periféricos que negam as orientações oficiais, portanto, representa um enorme desafio de gestão para o Sistema Único de Saúde, que

joga luz sobre a necessidade de se desenvolver novas políticas de comunicação para o sistema, mais horizontais e dialógicas. Araújo e Cardoso (2007) defendem que a comunicação do SUS é um dos principais gargalos enfrentados hoje para o aprimoramento do sistema e que é preciso superar os modelos teórico-metodológicos de natureza instrumental, bipolar e unidirecional (ARAÚJO; CARDOSO, 2007). Os boatos, nesse sentido, representam uma disputa simbólica entre o discurso oficial e outros, marginais, na conformação dos sentidos sociais sobre a vacina - e as redes sociais estão no centro desse processo.

Para entender a dinâmica de disseminação de uma informação na rede, podemos recorrer à Recuero (2008), que fala de um fenômeno característico das conversações nas redes sociais, a hiperconexão, uma amplificação das conexões por meio da adição de grande número do que a autora define como ‘conexões fracas’ (RECUERO, 2008), pessoas que não se conheciam ou que se conhecem muito pouco, gerando redes cada vez mais conectadas. Assim, tais redes têm maior capacidade de transcender o grupo que as iniciou, navegando pelas conexões e ampliando a audiência e a participação dos demais na conversação em rede (RECUERO, 2013).

Para o estudo do grupo do Facebook em questão, podemos lembrar Reule (2008), que destaca que indivíduos numa rede social podem se sentir ‘entre amigos’, o que os leva a dar mais credibilidade a informações propagadas por lá – embora Iasbeck (2000) argumente que na interação online há considerável perda de qualidade pela ausência do contato físico. O estudo de um grupo permite observar, ainda, quais atores têm mais proeminência nas discussões, o que poderia garantir a eles maior capital social (RECUERO, 2012) naquele contexto.

## **A vacina contra o HPV**

Em 2014 e 2015, a introdução da vacina contra o HPV no calendário oficial brasileiro gerou muito questionamento a respeito de sua eficácia e da relação custo-benefício de sua aplicação pelo Sistema Único de Saúde. O assunto foi debatido intensamente na mídia, tomou conta das redes sociais e chamou a atenção pela ampla utilização do discurso médico para tensionar o posicionamento oficial pró-vacina. A

polêmica veio acompanhada pela circulação de outros boatos que costumam relacionar imunizantes a problemas como infertilidade e autismo<sup>3</sup>. Os boatos circularam pelo aplicativo para *smartphones* Whatsapp e nas redes sociais Twitter e no Facebook – nesse último, motivou a criação de grupos como o analisado neste estudo, 'Sou contra a vacina HPV'<sup>4</sup>, que conta com mais de quatro mil membros, e de muitas outras páginas e comunidades. Mesmo que uma relação direta não possa ser estabelecida sem estudos mais aprofundados, fato é que a cobertura vacinal acabou sendo muito menor do que a esperada<sup>5</sup>.

O episódio não é um exemplo isolado. Pelo contrário, o histórico de boatos sobre vacinação pode ser traçado de volta até a Revolta da Vacina, insurreição que ocorreu no Rio de Janeiro em 1904, quando a população se recusou a se deixar vacinar contra a varíola. Já na era da internet, em 2010, o *Influenza A* (H1N1) tirou o sono da população e despertou uma onda de boatos que diziam, por exemplo, que o vírus havia sido liberado pelas companhias farmacêuticas<sup>6</sup> para alavancar a venda de remédios e que a vacina contra a H1N1 poderia provocar aborto e infertilidade<sup>7</sup> ou que seria uma estratégia para reduzir a população do planeta<sup>8</sup>. A proporção da circulação dessas informações foi tamanha que ganhou destaque em portais da mídia, afetou o sucesso das medidas governamentais de combate à doença e exigiu um pronunciamento oficial do Ministério da Saúde<sup>9</sup>.

<sup>3</sup> “Vacina contra o HPV: o que você precisa saber e o governo omite”. Site Mídia sem máscara. Disponível em: <http://www.midiaseimmascara.org/mediawatch/noticiasfaltantes/denuncias/15050-2014-03-19-21-08-38.html>. Acesso em 23/09/2014.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/contravacinahpv/>

<sup>5</sup> Procura pela vacina contra HPV cai pela metade em relação a 2014. Portal G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2015/05/procura-pela-vacina-contra-hpv-cai-pela-metade-em-relacao-2014.html>

<sup>6</sup> “Influenza A (H1N1): Premiando as transnacionais da epidemia, artigo de Silvia Ribeiro”. EcoDebate. Disponível em: <http://www.ecodebate.com.br/2009/05/12/influenza-a-h1n1-premiando-as-transnacionais-da-epidemia-artigo-de-silvia-ribeiro/>

<sup>7</sup> “Vacina H1N1 ligada a 700 por cento de aumento de abortos”. Notícias Alternativas. Disponível em: <http://noticias-alternativas.blogspot.com.br/2010/12/vacina-h1n1-ligada-700-por-cento-de.html>.

<sup>8</sup> “Boatos sobre vacina anti-H1N1 são 'irresponsáveis', diz Ministério da Saúde”. Portal G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Ciencia/0,,MUL1533578-5603,00-BOATOS+SOBRE+VACINA+ANTIHN+SAO+IRRESPONSAVEIS+DIZ+MINISTERIO+DA+SAUDE.html>

<sup>9</sup> Nota de esclarecimentos de boatos - Vacina contra H1N1. Ministério da Saúde. Disponível em: <http://www.saude.mppr.mp.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=521>

O atual quadro de desconfiança contra vacinas também não é exclusivo do Brasil. Pelo contrário, movimentos de pais que decidem não vacinar seus filhos vêm crescendo em outras partes do mundo, em especial nos Estados Unidos<sup>10</sup>. A internet e os grupos de discussão online, dentro e fora das redes sociais, servem de locais de encontro e troca de informações entre essas pessoas. Não se trata, aqui, de deixar de vacinar por ignorância ou falta de conhecimento: o movimento ganha força nas classes sociais com nível educacional e faixa de renda mais alta, justamente a parcela da população em que o acesso à internet é mais amplo, segundo a Pnad de 2013, e a que faz maior uso da internet para obtenção de informações sobre saúde (GARBIN *et al*, 2011).

Um último ponto importante nessa discussão é o papel do discurso médico/científico. Embora a ciência seja celebrada como expressão da criatividade do espírito humano e venha ampliando seu papel na elaboração de políticas, legislações e processos de tomada de decisões dos governos (BARRETO, 2004), os boatos sobre vacinação tensionam essa lógica e colocam em xeque mais de um século de pesquisas científicas. Eles o fazem a partir de diversos outros pontos de vista, sejam culturais, religiosos ou mesmo da própria ciência, apresentando evidências (cuja confiabilidade não nos interessa discutir nesse texto) opostas ao discurso hegemônico. Isso reflete as palavras de Pereira *et al* (2013), quando defende que, mesmo que a ciência se proponha a explicar todos os fenômenos por meio de métodos científicos, na população existem crenças diversas relacionadas à saúde e os sentidos sociais são produzidos e legitimados nas dinâmicas relações entre os indivíduos. Ou seja, mitos, crenças populares, medos e a experiência social sobre o fenômeno da doença são fatores que acionam os mecanismos humanos. Para Barreto (2004), à medida que cresce a importância do conhecimento científico nos processos de formulação de decisões, ele começa a se confrontar com outras posições e interesses envolvidos no

---

<sup>10</sup> The Anti-Vaccine Generation: How Movement Against Shots Got Its Start. National Geographic. Disponível em: <http://news.nationalgeographic.com/news/2015/02/150206-measles-vaccine-disney-outbreak-polio-health-science-infocus/>



processo, que se constituem como forças de oposição ao conhecimento científico ou à própria ciência (ROSENTOCK; LEE *apud* BARRETO, 2004).

### Somos contra a vacina HPV

É importante ressaltar que o presente artigo representa uma primeira aproximação prática com o objeto. Para esta espécie de estudo piloto foi escolhida a comunidade aberta “Sou contra vacina HPV” no Facebook, em especial por ser o agrupamento mais representativo (em número de integrantes) de um posicionamento contrário à vacina nessa rede social (a mais popular no Brasil). Acompanhamos a movimentação do grupo por sete dias, de 10 a 17 de agosto, analisando todos os posts alçados ao topo do *feed* de notícias do grupo nesse período, seja por serem novos ou por terem recebido novas atualizações (comentários). Esse *corpus* foi escolhido por ilustrar uma semana usual de troca de mensagens no grupo e, embora limitado, ajuda a traçar algumas impressões iniciais sobre a circulação de sentidos sobre vacina nessa rede. No total, foram analisados 31 posts, publicados por 11 usuários. O usuário 1, foi responsável por 11 mensagens, seguido pelo usuário 2 (8), pelo usuário 3 (3), e pelo usuário 4 (2), enquanto os demais publicaram apenas uma vez. Entre os *posts* foi considerado a publicação fixada no topo da *timeline* do grupo, de outubro de 2014.

As postagens foram categorizadas conforme a tabela 1, levando-se em consideração o tipo de conteúdo dos links a ela associados (quando havia algum) e o conteúdo predominante na mensagem publicada pelo autor da postagem. Algumas postagens foram classificadas em mais de uma categoria. Observa-se o predomínio dos relatos de casos de efeitos colaterais da vacina, apresentados tanto na forma de histórias divulgadas pela mídia, seja na forma de testemunhos diretos.

*Tabela 1: Categorias de posts compartilhados*

Categoria	Definição	Total
Relatos de casos na mídia	Apresentação de casos específicos de efeitos colaterais relacionadas à vacina, com link para matérias veiculadas na imprensa nacional e internacional.	11

Argumentação científica	Apresentação de links para páginas ou reportagens que tensionavam o discurso médico sobre a necessidade, segurança e eficiência da vacina.	9
Testemunhos	Testemunhos diretos de pessoas cujos filhos tiveram problemas relacionados à vacina, sem mediação midiática, em formato de texto simples, foto acompanhada de texto ou vídeo.	9
Acusações	Denúncias contra governos (de diversos países), por descaso com os pacientes, por mentir à população e por envolvimento com grandes companhias produtoras de vacinas	9
Luta por direitos	Casos de pessoas que estão processando governos locais pelos danos causados a seus filhos pela vacina –e até um oferecimento de auxílio jurídico ao grupo.	3
Panorama internacional	Postagens que traziam panoramas de casos de reação à vacina registrados, sem um foco específico em um único caso.	3

Considerando apenas os relatos de casos de efeitos colaterais, quando classificados quanto ao local em que ocorreram, como mostra a tabela 2, nenhuma das matérias produzidas por veículos de imprensa divulgadas no grupo se refere a casos ocorridos no Brasil – são episódios registrados na Europa e da América Latina. Os testemunhos também são em sua maioria estrangeiros, republicados no grupo por usuários brasileiros. Apenas dois deles são nacionais: um de uma mulher cuja irmã teria falecido devido a reações à vacina e outro de uma mãe que se disse impedida de receber benefícios governamentais se não vacinasse sua filha.

Relatos de casos		Testemunhos	
País	Total	País	Total
Colômbia	4	Colômbia	3
Espanha	2	Brasil	2
Austrália	1	Bolívia	1
México	1	Dinamarca	1
França	1	Estados Unidos	1
Dinamarca	1	Nova Zelândia	1
Suécia	1		

*Tabela 2. Registros de casos compartilhados, divididos por país*

A observação dos links compartilhados pelos usuários (inclusive nos comentários dos *posts*) permitiu traçar um panorama das fontes das informações compartilhadas. O predomínio de relatos sobre casos fez dos vídeos de redes de TVs e

sites noticiosos locais, de diversos países, as fontes mais comuns. Novamente há o predomínio da Colômbia, com veículos como *Diario de Huila*, *La Tarde* e *Noticias Caracol*, mas também foram observados exemplos da Venezuela (*TV Telesur*), da Dinamarca (*TV2*) e da Suécia (*Aftonbladet*), entre outros. Os links para páginas brasileiras apontavam para conteúdos do G1 e do Fantástico, das organizações Globo, para o portal especializado “Medicina e saúde” e para o site “Notícias naturais”, que se apresenta como especializado em saúde e dedicado a informar “aquilo que muitas vezes é suprimido para que o bilionário mercado farmacêutico possa faturar alto”.

Os dois únicos links compartilhados de sites dos Estados Unidos foram *Occupy Corporatism*, portal independente e focado em jornalismo investigativo, com uma reportagem sobre os efeitos colaterais da vacina, e *The Edgy Truth*, site dedicado exclusivamente à denúncia dos malefícios das vacinas em geral. Outro site parecido, mas da Colômbia e dedicado exclusivamente aos malefícios da vacina contra o HPV, *Así compartimos*, também apareceu nos resultados. Foi possível, ainda, identificar diversas outras páginas de grupos contrários à vacina do HPV, em países como Bolívia (*Afectadas Vacuna Papiloma*), México (*Afectadas mexico Vacuna Papiloma humano*), Espanha (*Asociación de Afectadas por la Vacuna del Papiloma humano*) e Dinamarca (*HPV Bivirkningsramte - åben side*), assim como de comunidades e grupos contrários à vacinação de qualquer tipo, como *Unvaccinated America* e *Vaccine Resistance Movement*, ambos dos Estados Unidos. Todas essas referências de caráter internacional ajudam a demonstrar a resistência que a vacina contra o HPV vem enfrentando e a contextualizar a visão reticente a respeito da vacinação como um fenômeno crescente em todo o mundo.

Também é interessante notar a forte presença de posts que tensionam diretamente o discurso científico hegemônico, favorável à vacina, e o discurso oficial do governo. É preciso recordar que, apesar de considerar um aspecto importante da avaliação dos discursos sobre vacinação que circulam nas redes sociais, o artigo não se preocupou em avaliar a qualidade da informação contida em nenhuma das fontes dos conteúdos compartilhados, assim como também não se propôs a qualificar os

argumentos científicos apresentados pelos membros do grupo em suas postagens ou disponíveis nos sites referenciados.

De volta à análise, muitas das mensagens publicadas no grupo trazem acusações contra o governo, por esconder a verdade sobre a vacina, abandonar os cidadãos à desinformação e estar envolvido em grandes esquemas de corrupção com as empresas produtoras dos imunizantes, como mostram os exemplos:

“GENTE QUE ABSURDO! MENTEM QUE AS HISTORIAS MOSTRADAS DAS MENINAS QUE PASSARÃO [SIC]”<sup>11</sup> MAL, NÃO SÃO VERDADE! (...) AQUI NO GRUPO TEM RELATOS DE OUTROS PAIS, ISSO É VERDADE!” (Usuário 1)

E a Suécia na área de vacinas não está livre de corrupção! Três dos seis peritos que estavam por trás da decisão de colocar a vacina a disposição estava, ligados à indústria da vacina, e isso nunca foi contestado, escreve o jornal sueco Svenska Dagbladet. (Usuário 1)

Outros posts dão destaque a evidências científicas que contrariam o discurso oficial. Elas ressaltam o risco representado pela vacina, em geral acompanhadas de falas de médicos que não endossam a vacinação contra o HPV, de supostos estudos que comprovam seus possíveis malefícios e de acusações de que os riscos são conhecidos e negligenciados por governos e empresas da área. É interessante perceber como o uso da autoridade médico-científica para contrariar o discurso oficial pró-vacina parece jogar luz sobre um tensionamento próprio do campo da ciência e muito presente na temática da vacinação, algo que poderia ser abordado em estudos futuros.

"Gardasil Destroí ovários da menina: Investigação sobre os ovários e a vacina Nunca foi Considerado! (...) Merck não se incomodou de examinar os dois efeitos potenciais sobre ovários ou escondeu os resultados dos efeitos mostrado em exames quando foi testada.” (Usuário 1)

Os especialistas e os estudos internacionais atribuem a doença à uma sequela do componente de alumínio que traz a vacina, e, em alguns casos específicos afeta as funções neurológicas do cérebro, desencadeando quadros clínicos como este. (Usuário 2)

---

<sup>11</sup> Todas as mensagens apresentadas neste trabalho foram reproduzidas exatamente como postadas pelos usuários.

“Chefe do Centro de Imunologia Tel-Hashomer disse : "NÃO RECOMENDARIA PARA MINHA FILHA A VACINA ANTI- HPV" . . .Ele argumentou que a vacina tem adjuvantes à base de alumínio que podem causar distúrbios graves no corpo,e que tudo está bem documentado.” (Usuário 2)

Por fim, outra mensagem comum reflete uma indignação dos usuários com a situação como um todo, com o oferecimento de uma vacina perigosa à população e com as falhas de informação oficial que permeiam todo o processo. Essas mensagens acionam outros tipos de discursos, relacionados à criação de vínculos por meio do grupo e ao empoderamento de seus membros, os quais, munidos de informações, podem refletir melhor e optar pela não-vacinação, diante do risco apresentado pela prática. É o que ilustram mensagens como essas:

"Esta vacina é uma autêntica fraude. Estão experimentando-a em nossos filhos", afirma um professor da saúde pública espanhola. (Usuário 6)

Mas uma menina colombiana sucumbiu por conta das atrocidades que são causadas pela vacina do HPV! #stopGardasil (Uusuário 1)

A guerreira Maria Rivera denunciando no Senado de Cartagena (Colômbia) a vergonha que é aplicação desse veneno. Somente na Colômbia, foram reportados 760 casos de efeitos colaterais desta vacina e 3 mortes. (Usuário 5)

"PAIS ACORDEM SUAS FILHAS NÃO MERECEM CORRER O RISCO DE TEREM SUAS VIDAS TRANSFORMADAS COM A VACINA HPV! (Usuário 1)

Fora esta Vacina as outras do calendário elas estão em dia, so esta que me recuso deixa-la tomar. E. O meu direito de mãe. Sou uma mãe presente, levo ao médico, ja há levei no ginecologista, aonde foi feito uma ultrassom pois ela já está pré adolescente e precisa se cuida desde cedo. (Usuário 7)

Com base nesses exemplos é possível ver a mobilização de outro tipo de autoridade para justificar o posicionamento contra a vacinação: a autoridade parental. Os limites entre a determinação do Estado e o poder dos pais nas determinações sobre os corpos, em especial sobre os corpos das crianças. Parece um campo de interesse para estudos futuros.

## Considerações finais



O presente artigo foi elaborado como uma aproximação preliminar da temática da circulação de boatos sobre vacinação nas redes sociais. Entendemos que o tema tem impactos importantes na saúde da população e no planejamento de políticas públicas na área da saúde, além de representar fenômeno social característico de nossa sociedade em rede e de levantar a discussão sobre as práticas comunicativas dentro do Sistema Único de Saúde. Parece haver uma disputa pela conformação da realidade entre atores sociais muito distintos, com as vozes oriundas da sociedade civil organizadas por meio da rede. Para honrar os preceitos democráticos e cidadãos do SUS, portanto, é preciso estabelecer pontes capazes de permitir o diálogo com atores posicionados nos extremos desse mercado simbólico (ARAÚJO, 2003). Não se trata aqui de buscar maneiras de calar as vozes dissonantes: pelo contrário, é preciso entender suas motivações, sua disseminação e dialogar com as novas visões de mundo e de saúde que emergem nesse início de século por meio das redes.

A temática reflete, também, outras discussões muito atuais, como o empoderamento dos cidadãos a partir do acesso facilitado a uma enorme quantidade de informação disponível na internet e o consequente tensionamento do discurso científico hegemônico. Apresenta-se, ainda, o questionamento sobre a tensa relação entre governos e complexo produtivo da saúde, que envolve relações de poder, políticas e econômicas, nem sempre muito claras para a população, alvo frequente de especulações sobre corrupção.

A proposta do trabalho foi de realizar uma primeira aproximação dessas temáticas, dialogando com uma comunidade específica no Facebook e com autores que já trabalham nessas áreas. Espera-se que possa servir de ponto de partida para estudos complementares, que envolvam outras comunidades e grupos, abertos e fechados, no Facebook relacionados à vacinação, no Brasil e no exterior, ou que observem as interações do grupo em outro momento, em especial no auge de uma campanha de vacinação contra o HPV no país. Não se trata de um trabalho acabado e fechado, mas de uma construção em andamento e de uma proposta de estudo das

dinâmicas comunicacionais estabelecidas na internet sob a ótica da saúde, um campo crescente e com um grande potencial a ser explorado.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, I. Razão polifônica: a negociação de sentidos na intervenção social. Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte, v. 8, p. 46-57, jul./dez. 2003.
- ARAÚJO, IS; CARDOSO, JM. Comunicação e saúde: os princípios do SUS como ponto de vista. Ed. Fiocruz; 2007.
- BARRETO, ML. O conhecimento científico e tecnológico como evidência para políticas e atividades regulatórias em saúde. Ciênc. saúde coletiva vol.9 no.2 Rio de Janeiro Abril./Junho. 2004
- BOURDIEU, P. O Poder Simbólico. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- CASTELLS, M. A sociedade em Rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura - Volume 1. São Paulo: Paz & Terra, 2002.
- \_\_\_\_\_. A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- \_\_\_\_\_. Internet e Sociedade em Rede. In: MORAES, Dênis de (org.). Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- CASTIEL, L.D.; VASCONCELLOS-SILVA, P.R. Internet e o autocuidado em saúde: como juntar os trapinhos? História, Ciências, Saúde, v.9, n.2, p.291-314. 2002.
- CASTIEL, L.D.; VASCONCELLOS-SILVA, P.R. A interface internet/S@úde: perspectivas e desafios. Interface - Comunicação, Saúde, Educação, v.7, n.13, p.47-64, 2003.
- FOUCAULT, M. A ordem do discurso Edições Loyola, 5a edição. São Paulo, setembro de 1999.
- GARBIN, HBR; NETO, AFP; GUILAM, MCR. A internet, o paciente expert e a prática médica: uma análise bibliográfica. Revista Interface (Botucatu) vol.12 no.26 Botucatu July/Sept. 2008.
- GARBIN, HBR; NETO, AFP; GUILAM, MCR. Internet na promoção da saúde: um instrumento para o desenvolvimento de habilidades pessoais e sociais. Physis: Revista de saúde coletiva. vol.22 no.1 Rio de Janeiro. 2012.
- IASBECK, L.C. Os Boatos - Além e Aquém da Notícia. Lumina, Juiz de Fora, v.3, n.2, p.11-26, jul./dez. 2000.
- KAPFERER, JN. Boatos: O meio de comunicação mais velho do mundo. Publicações Europa-América, Men Martins, 1988
- LEMOES, A. Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LÉVY, P. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: 34, 1993.
- \_\_\_\_\_. Cibercultura. São Paulo: 34, 1999

- \_\_\_\_\_. Pela ciberdemocracia. In: MORAES, Dênis de (org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003
- MENDONÇA, APB; NETO, AFP. Critérios de avaliação da qualidade da informação em sites de saúde: uma proposta. RECIIS. Rev Eletron de Comun Inf Inov Saúde, 9(1); jan-mar/2015.
- MOREIRA, VL; BASTOS, GG; ROMÃO, LMS. Discurso homofóbico em blogs: tessituras da violência e(m) rede. Revista Calidoscópio, Unisinos. Vol. 10, n. 2, p. 161-170, mai/ago 2012.
- PEREIRA, BFB; MARTINS, MAS; BARBOSA, TLA; OLIVEIRA E SILVA, CS; GOMES, LMX. Motivos que levaram as gestantes a não se vacinarem contra H1N1. Ciência & Saúde Coletiva, 18(6):1745-1752, 2013.
- RENARD, JB. Você já sabe da última? PUCRS INFORMAÇÃO, Porto Alegre, No 133, p. 24-25, 2007. Entrevista concedida a Mariana Vicili
- \_\_\_\_\_. Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas. Revista Famecos, nº 32, 2007. Porto Alegre.
- RECUERO, R. Redes sociais, capital social e difusão e informações. In: CAVALCANTI, M.L. (Organizador). *Eu Mídia - A Era Cidadã e o Impacto da Publicação Pessoal no Jornalismo*. Rio de Janeiro: Opvs, 2008
- \_\_\_\_\_. O capital social em rede: como as redes sociais na Internet estão gerando novas formas de capital social. Contemporanea, v. 10, p. 597-617, 2012.
- \_\_\_\_\_. Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet. In: PRIMO, A. (Org.). *Interações em Rede*. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2013, v. 1, p. 51-70.
- REULE, D. A dinâmica dos rumores na rede: a web como espaço de propagação de boatos virtuais. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008.

## **Wikipédia e Eleições Presidenciais de 2014: A construção colaborativa de discursos de verdade sobre os candidatos Aécio Neves e Dilma Rousseff <sup>1</sup>**

Michelle Modesto <sup>2</sup>

### **Resumo**

Durante o período eleitoral de 2014, a Wikipédia recebeu um aumento de visitas e colaborações nos artigos sobre os candidatos à Presidência Aécio Neves e Dilma Rousseff. Nesses espaços, os discursos de verdade são construídos coletivamente a partir de uma série de regras e do trabalho de uma multidão voluntária. Este artigo se baseia na noção de “verdade” de Foucault e em dados coletados da própria Wikipédia para traçar como esses discursos foram construídos durante as Eleições de 2014 e suas relações com os resultados das urnas.

**Palavras-chave:** Wikipédia; Eleições 2014; Discursos; Verdade; Colaborativismo.

### **Introdução**

As eleições de 2014 foram marcadas por um nível inédito de participação da população brasileira na Internet. Impulsionados pela democratização das tecnologias de informação e comunicação, que já demonstrara seu potencial político durante as Jornadas de Junho de 2013, cidadãos puderam participar ativamente na produção e circulação de conteúdos de teor político, militando em prol do candidato apoiado. A mudança ficou evidente na forma como os debates foram conduzidos nos sites de redes sociais, onde candidatos e seus partidos foram assunto das mais variadas publicações, compartilhamentos e discussões.

Com o objetivo de ampliar a compreensão sobre a consolidação de narrativas dotadas de efeitos de verdade, este trabalho analisa tais construções colaborativas na Wikipédia, enciclopédia colaborativa usada como referência por milhões de usuários,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFRJ – ECO/UFRJ. E-mail: [shellymodesto@gmail.com](mailto:shellymodesto@gmail.com).

com foco nos artigos sobre os candidatos mais populares na ocasião, Aécio Neves (AÉCIO, 2014) e Dilma Rousseff (DILMA, 2014), cujos registros foram coletados respeitando o recorte temporal referente ao período eleitoral. A Wikipédia constitui um objeto de estudo relevante devido às suas particularidades quanto às negociações coletivas da verdade, como a obrigatoriedade da produção de um único artigo para cada tema e a credibilidade presumida das informações apresentadas, frequentemente tomadas por válidas apenas por não soarem absurdas. Partindo da hipótese de que a negociação da verdade na comunidade teria refletido as disputas observadas nos outros meios (os calorosos debates participativos) e culminado em um consenso momentâneo favorável à candidata vencedora nas urnas, foi realizada uma análise dos registros do *site* teoricamente fundamentada pela obra de Michel Foucault.

## Wikipédia e qualidade

Apesar da versão lusófona da Wikipédia abranger todos os países de língua portuguesa, o Brasil é o país mais ativo nas edições da versão e tem o *site* classificado como o 11º mais acessado (ALEXA, 2015), atingindo 34 milhões de leitores por mês (MODESTO, 2013). Os artigos sobre os candidatos Aécio Neves e Dilma Rousseff atraíram, ao todo, mais de um milhão de visitantes durante o período eleitoral. Apenas em outubro de 2014, o artigo “Aécio Neves” ultrapassou 458 mil visitas, enquanto “Dilma Rousseff” recebeu mais de 392 mil (WIKIPEDIA, 2014).

Ao servir de referência para um número tão volumoso de indivíduos, o modelo aberto e colaborativo da Wikipédia provoca uma série de questionamentos sobre sua qualidade. Parte deles é reforçada pela suposição de que não há regulamentação, supervisão ou compromisso entre seus colaboradores. Tal percepção se deve a três fatores. O primeiro deles é o *design* da página de artigo, que se limita a exibir apenas o conteúdo enciclopédico. Ao separar o artigo dos registros sobre sua construção<sup>3</sup>, o

---

<sup>3</sup> Além dos artigos, a Wikipédia conta com páginas destinadas aos históricos de edições, às discussões e às versões anteriores do artigo. Também existe uma grande variedade de *páginas do projeto*, que são



projeto apresenta seus verbetes de maneira limpa e suficiente para atender às necessidades do leitor, que normalmente não navega além do conteúdo enciclopédico.

O segundo fator é a falta de incentivo à participação ativa no projeto, que potencializa o desconhecimento sobre as normas que regem a comunidade. A própria organização comunitária é ignorada por boa parte dos leitores, que também são alheios a toda uma cultura *wikipedista* organizada através de páginas paralelas à enciclopédia e de uma hierarquia de usuários baseada em privilégios de utilizador.

Por fim, o terceiro fator é o relativo anonimato das contribuições, que podem ser realizadas até por visitantes não cadastrados (identificados pelo número do IP). No entanto, o colaborador regular costuma se cadastrar no *site* e, portanto, é identificado por um nome de usuário. As edições de cada colaborador são listadas publicamente, de forma que outros editores possam analisar o trabalho e atribuir uma reputação a qualquer usuário. Contribuições impróprias ficam registradas, podendo levar ao bloqueio do usuário (ou mesmo do IP) que persistir em comportamentos inadequados. A manutenção de uma boa reputação é importante para o colaborador, pois é através dela que se conquista capital social e privilégios de edição na comunidade.

Uma enciclopédia aberta à contribuição de qualquer pessoa está sujeita a falhas. Por isso, a condição é enfatizada em uma página do projeto intitulada *Aviso Geral*, que ainda lembra que os artigos não são necessariamente revisados por especialistas (WIKIPÉDIA, 2015a) e afirma que os problemas inerentes ao modelo livre não inviabilizam a existência de informações de qualidade no *site*, o que foi comprovado pelo estudo da revista *Nature* em que artigos da Wikipédia foram comparados aos da Encyclopaedia Britannica, revelando que as duas enciclopédias apresentavam qualidade similar (WIKIPEDIA, 2005).

## Verdade e poder

---

páginas não-enciclopédicas, destinadas à manutenção da enciclopédia. Através delas os recursos são apresentados, as regras são definidas e as decisões são tomadas, entre outras atividades estruturais.

Este trabalho se apoia na noção foucaultiana de que a verdade é uma construção relativa, em vez de cumulativa. O saber qualificável como “verdadeiro” em um dado contexto é aquele que simultaneamente reflete e faz funcionar as convicções atreladas à conjuntura em questão. Ao adquirir *status* de “verdade”, o saber passa a exercer efeitos de poder, pois passa a circular pela sociedade, produzindo indivíduos que, além de afetados por esse poder, também mantêm a continuidade do seu fluxo pela sociedade. Portanto, os discursos de verdade são ferramentas importantes da tecnologia do poder. No entanto, a verdade, devido ao seu caráter contingente, está constantemente sujeita a rupturas e transformações.

A verdade é deste mundo; ela é produzida nele graças a múltiplas coerções e nele produz efeitos regulamentados de poder. Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” da verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como se sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro. (FOUCAULT, 2012, p.52).

O modelo aberto da Wikipédia acompanha o caráter contingente da verdade, pois permite que seus verbetes estejam constantemente se readequando às reconfigurações do saber. Enquanto o modelo tradicional das enciclopédias impressas implica no descarte das coleções que não condizem mais com a compreensão vigente da verdade, a Wikipédia permite que seu conteúdo seja sempre revisto e atualizado, mantendo registros sobre a evolução dos seus discursos de verdade. Ao fazer circular pela sociedade os saberes adquiridos através da enciclopédia livre, cada leitor funciona como um nó nessa rede pela qual os poderes fluem e, assim, a popularidade do *site* determina sua influência nos fluxos de poder.

A “política geral” da verdade na Wikipédia, ou seja, o conjunto de regras que determinam os discursos aceitos como verdadeiros, é claramente definida e divulgada através das páginas do projeto. Conhecidos como as *três políticas centrais*, os critérios que atribuem valor de verdade a um determinado discurso na Wikipédia são: verificabilidade, “nada de pesquisa inédita” e imparcialidade (veja o quadro 1).

As três políticas centrais revelam a importância atribuída pelo regime de verdade da Wikipédia ao embasamento em fontes confiáveis e à imparcialidade do discurso. A comunidade detalha nas páginas do projeto os diversos atributos necessários para o reconhecimento de uma fonte como “adequada” e de um artigo como “imparcial”, e esses elementos orientaram esta análise dos discursos de verdade nos artigos sobre os candidatos à Presidência da República mais votados em 2014.

**Quadro 1 – As três políticas centrais**

Nome	Descrição
Verificabilidade	Os conteúdos devem ser baseados em fontes secundárias confiáveis.
Nada de pesquisa inédita	Os artigos não devem conter dados, conceitos ou teorias que ainda não tenham sido publicados em veículos adequados ou reconhecidos.
Princípio da imparcialidade	O conteúdo deve ser redigido de forma que todas as partes envolvidas sejam capazes de concordar com ele.

Adaptado de MODESTO (2015, p.8).

### **Fontes confiáveis e de autoridade**

Conforme a política de verificabilidade, a matéria-prima principal para a confecção dos artigos é a fonte secundária, definida como documentos que sumarizam fontes primárias e secundárias. No entanto, fatos, opiniões, fontes primárias e terciárias podem ser incluídos nos verbetes, desde que sigam as recomendações para cada tipo de fonte (WIKIPÉDIA, 2015b). Enquanto um “fato” é entendido como uma afirmação considerada incontestável por especialistas, uma “opinião” é definida como um ponto de vista que só pode ser incluído no artigo se formulada como um “fato”, através da indicação de quem advoga tal opinião.

Outros atributos essenciais para a validação de uma fonte são a confiabilidade e a autoridade. Os editores são orientados a analisar múltiplas fontes e selecionar as mais confiáveis e de maior autoridade para embasar a contribuição, fazendo referência cruzada sempre que possível. Também é recomendado avaliar a reputação da fonte e usar fontes acessíveis aos outros editores, seja on-line ou em bibliotecas.

Assim, a questão das fontes se mostra problemática durante as campanhas eleitorais, tradicionalmente caracterizadas por intensas *guerras de informação* em veículos de comunicação frequentemente parciais. Enquanto emergem as mais variadas narrativas sobre os candidatos, suas equipes se empenham em superar qualquer episódio prejudicial às suas reputações. Em meio à avalanche de acusações, diferenciar  *fatos* de *calúnias* se torna uma tarefa bastante difícil.

Estratégia recorrente no marketing político, a guerra de informação

tem, como um de seus fundamentos, a disciplina do gerenciamento da percepção, dirigido, essencialmente, para o uso da informação a fim de confundir, decepcionar, desorientar, desestabilizar e desbaratar uma população ou um exército adversário. O importante, nessa guerra, é a inserção de falsidades na percepção do adversário, prevenindo-se de que ele possa fazer o mesmo, e a adivinhação de seus segredos, garantindo um domínio na condução da ação pelo poder de decepção adquirido. Em termos gerais, toda operação conduzida para explorar informações para obter uma vantagem sobre um oponente e para negar ao oponente informações que poderiam lhe trazer vantagem faz parte da guerra de informações. (KOPP *apud* ANTOUN, 2008. p. 13)

Dentre as fontes que suportam o conteúdo do artigo sobre Aécio Neves, chama a atenção o *blog* “Transparência Política”, criado em abril de 2013 e mantido até julho do mesmo ano. Criado gratuitamente, utilizando o serviço “Wordpress”, o *blog* apresenta 28 publicações sobre o candidato, todas favoráveis e sem assinatura. A evidente parcialidade invalida a sua utilização na condição de fonte confiável. No entanto, apesar do desacordo com os requisitos da Wikipédia, tanto a fonte quanto o conteúdo sustentado passaram despercebidos durante todo o período eleitoral.

Diversas realizações do candidato enquanto Governador de Minas Gerais foram incluídas no artigo apresentando o portal do governo mineiro como referência. A relação direta da fonte com o candidato a caracteriza como fonte primária e seu uso é incompatível com as políticas centrais. Apesar da inadequação, as informações foram mantidas no artigo durante todo o período analisado. Incluídas com cerca de 8 meses de antecedência em relação ao início das campanhas eleitorais, as duas edições citadas fazem parte de um total de 32 referências acrescentadas em 3 de novembro de 2013, indicando um trabalho adiantado de desenvolvimento do artigo do político.

Durante o período eleitoral, a principal contribuição apoiada em citação de fontes sobre o candidato Aécio Neves aconteceu poucas horas após o resultado do primeiro turno das eleições, na madrugada do dia 6 de outubro. Uma seção chamada *Controvérsias* foi acrescentada ao artigo, apoiada em 12 fontes. A seção protagonizou a principal guerra de edições do período, que será descrita adiante.

O artigo sobre Dilma Rousseff se manteve estável em relação às fontes durante o primeiro turno. Contudo, houve um trabalho dedicado de aprimoramento do artigo no segundo turno, resultando em 21 novas referências apenas no dia 19 de outubro, a uma semana da realização da votação final. Destacam-se as referências a sites búlgaros, incompreensíveis para a grande maioria dos brasileiros, o que prejudica a avaliação sobre a validade desse material. Uma interpretação mais rígida das regras sobre o uso de fontes poderia levar à desconsideração de referências em idiomas estrangeiros, justificada pela inacessibilidade linguística.

Os artigos sobre os dois candidatos são formados majoritariamente por informações extraídas de grandes portais jornalísticos e de *sites* especializados. Há casos em que a navegação pelos conteúdos referenciados é limitada a assinantes, como acontece nos *sites* “Folha de S. Paulo” e “Revista Piauí”. Esses casos ilustram o descumprimento da orientação sobre o uso de fontes de acessíveis aos outros editores.

De maneira geral, fica claro que as fontes não são revisadas por tantas pessoas quanto o conteúdo. Isso possivelmente acontece porque as referências são listadas no final do artigo, em grande quantidade, e não constituem material de efetiva leitura. No corpo do texto, as referências são exibidas apenas como números sobrescritos depois das frases que sustentam. Manter o cursor parado sobre o número faz com que uma pequena janela se abra, exibindo detalhes sobre a fonte e um *link* de acesso. Logo, a importância atribuída às fontes pelo regime de verdade do projeto é superior à atribuída pela arquitetura dos artigos. No entanto, a simples possibilidade de se verificar a procedência dos conteúdos é uma característica que diferencia a Wikipédia das enciclopédias tradicionais. Portanto, a falta de destaque para as fontes é compensada pelo potencial que uma informação destoante tem de atrair editores para a identificação de uma referência inválida, permitindo uma intervenção



correspondente. Por fim, é importante notar que a questão da autoridade das fontes funciona de maneira subjetiva, já que depender apenas de publicações de especialistas e acadêmicos, conforme a indicação oficial do projeto, limitaria significativamente os conteúdos válidos. No período analisado, não foi identificada nenhuma cobrança efetiva da comunidade pelo embasamento por especialistas ou acadêmicos, mas apenas a prática de construir artigos a partir de informações veiculadas pela imprensa.

### Edições, consenso e neutralidade

Durante o período das campanhas eleitorais de 2014 (da meia-noite do dia 6 de julho às 17 horas do dia 26 de outubro), os artigos sobre Aécio e Dilma receberam um total de 130 edições, de 51 editores diferentes. A distribuição dessas edições não foi proporcional, tendo o artigo sobre Aécio Neves recebido 88 intervenções enquanto o artigo sobre Dilma Rousseff contou com um total de 42 edições (ver quadro 2).

**Quadro 2 – Classificação das contribuições nos artigos “Aécio Neves” e “Dilma Rousseff”**

Classificação		Aécio Neves			Dilma Rousseff		
		1º Turno	2º Turno	Subtotal	1º Turno	2º Turno	Subtotal
Contribuição válida	Favorável	14	24	38	7	20	27
	Desfavorável	0	4	4	0	2	2
Contribuição imprópria	Favorável	1	12	13	0	0	0
	Desfavorável	0	4	4	0	1	1
Vandalismo	Favorável	0	2	2	0	2	2
	Desfavorável	5	4	9	1	2	3
Reversão	Favorável	5	7	12	1	6	7
	Desfavorável	0	6	6	0	0	0
<b>TOTAL:</b>		<b>88</b>			<b>42</b>		

O período referente ao primeiro turno durou 92 dias (incluindo o domingo das votações) e contou com 25 edições no verbete “Aécio Neves” e 9 no verbete “Dilma Rousseff”. O período referente ao segundo turno acumulou 63 edições no artigo sobre Aécio Neves e 33 no artigo sobre Dilma Rousseff em apenas 21 dias. Logo, nota-se

que as negociações de verdade na Wikipédia sobre os candidatos à Presidência se intensificaram quando a disputa ficou restrita a apenas dois candidatos.

A análise das edições foi realizada a partir dos dados coletados dos históricos de ambos os artigos. As contribuições foram classificadas individualmente em relação às regras do projeto (válidas, impróprias, vandalismos ou reversões) e quanto às consequências à imagem do candidato em questão (favoráveis ou desfavoráveis). Foram consideradas *válidas* as que se adequaram às exigências e recomendações do projeto, apresentando fatos verificáveis por fontes e respeito às normas de estilo preestabelecidas. Foram consideradas *impróprias* as que distorceram fatos, não respeitaram as normas de estilo, não apresentaram fontes ou removeram conteúdo injustificadamente. Os *vandalismos* foram caracterizados como alterações com o objetivo de causar grande impacto, seja por apresentar afirmações claramente falsas ou exageradamente parciais, por prejudicar o artigo deliberadamente, ou por incluir elementos sem relação com o tema ou sem caráter enciclopédico. A classificação *reversão* foi aplicada às rejeições de uma alteração prévia, seja através da recuperação de uma versão anterior ou da remoção completa da alteração recusada.

Para classificar as edições em relação à imagem, foram considerados os efeitos de cada alteração na forma como o candidato foi retratado pelo artigo. Substituir uma foto por outra em que o candidato parece mais simpático, corrigir erros gramaticais, incluir feitos positivos, adequar elementos de estilo e ampliar a quantidade de fontes sobre um determinado conteúdo positivo são exemplos de ações classificadas como *favoráveis*. Incluir ou aumentar o destaque de eventos negativos, acrescentar alertas questionando a qualidade do conteúdo e prejudicar o *design* da página são exemplos de ações classificadas como *desfavoráveis*. As contribuições válidas e favoráveis foram maioria nos dois artigos, o que demonstra o interesse dos colaboradores em contribuir de maneira construtiva com o projeto.

No dia 6 de julho, o artigo sobre Aécio era formado por 280 frases, enquanto o artigo sobre Dilma reunia 700 frases. Enquanto a página sobre Dilma se manteve

protegida<sup>4</sup> durante todo o período eleitoral, a página sobre Aécio foi repetidamente protegida por períodos de 60 dias, o que deixou o artigo vulnerável por um total de 4 dias. Nessas ocasiões, o artigo recebeu edições de 8 editores não cadastrados (IP's). Cinco dessas alterações foram classificadas como *vandalismos*, o que demonstra a importância da proteção de artigos sobre candidatos durante o período eleitoral. Porém, embora a proteção reduza sua incidência, ainda foi verificado um total de 11 vandalismos realizados por usuários registrados. Em geral, os vandalismos no artigo sobre Aécio eram depreciativos, com trocadilhos envolvendo seu sobrenome (“Aécio *Never*”, por exemplo) e associação do político com cocaína. Na página sobre Dilma, o vandalismo mais frequente consistia na alteração da caixa informativa, onde o traço indicativo de ausência de sucessor no cargo de Presidente era substituído pelo nome de algum oponente. Durante o primeiro turno, o vandalismo foi realizado com o nome da candidata Marina Silva; no segundo, a inclusão do nome Aécio Neves como seu sucessor aconteceu duas vezes. O vandalismo mais perceptível foi realizado em 10 de outubro e durou apenas dois minutos. Na ocasião, o artigo sobre Aécio foi redirecionado para o artigo sobre Dilma, onde havia sido acrescentado o trecho “sendo a melhor presidenta de toda a história”. Em geral, os vandalismos foram revertidos em poucos minutos, o que demonstra a eficácia do modelo colaborativo.

Chama a atenção o grande índice de contribuições impróprias realizadas no artigo sobre Aécio. Durante o período analisado, o texto passou por revisões que resultaram na remoção de diversos conteúdos. Em alguns cortes, os editores alegaram ausência de fontes; em outros, trechos (geralmente negativos) foram removidos sem qualquer justificativa. Embora válida, a remoção de trechos sem apoio de fontes só deveria acontecer após um período em que as afirmações fossem marcadas pelo alerta “carece de fontes”, de forma que outros colaboradores tivessem a oportunidade de acrescentar as referências necessárias, priorizando a comprovação e a manutenção das informações no artigo. Assim, a urgência em remover trechos negativos foi classificada como contribuição imprópria e o resultado desses cortes ficou claro no

---

<sup>4</sup> Páginas protegidas só podem ser editadas por usuários com mais de quatro dias de registro e que já tenham realizado um mínimo de dez edições no *site*.

final do período, quando o texto contava com 256 frases – uma redução de 24 afirmações no mesmo período em que o artigo sobre Dilma, apesar de receber aproximadamente a metade de contribuições, foi ampliado em 15 frases.

Para orientar a tomada de decisões, a Wikipédia adotou o modelo do *consenso*, que, basicamente, consiste em todos os envolvidos concordarem em manter o artigo da forma como se encontra – o que não significa unanimidade, nem maioria de votos. O consenso é caracterizado por ninguém se manifestar contra a alteração proposta até que haja uma nova contribuição que, por sua vez, atinge o consenso através da aceitação silenciosa da comunidade. No caso de artigos sobre candidatos à presidência de um país em pleno período eleitoral, o modelo de consenso funciona devido ao grande volume de leitores e colaboradores que passam pelo artigo e efetivamente concordam em manter o texto encontrado. Em casos de verbetes menos populares, o consenso pode acabar acontecendo por falta de revisão ou mesmo por negligência, condições que não garantem a validade do conteúdo.

Na impossibilidade de atingir um consenso, o debate deve ser encaminhado para a página de discussão atrelada ao artigo, onde as divergências serão expostas e avaliadas pela comunidade. Enquanto não se atinge o consenso sobre um determinado conteúdo, a página deve ser mantida da forma como estava na última vez em que ele foi alcançado. O período até atingir um novo consenso é variável e o debate é fundamental para a negociação do que deverá ser incluído e como. Quando um tópico não atinge consenso e, apesar disso, volta a ser insistentemente incluído no artigo, sendo novamente revertido, tem início uma *guerra de edições*.

Em suma, uma guerra de edições consiste em uma disputa pelo prevalecimento de um discurso de verdade que é contestado por, ao menos, outro colaborador. Essa disputa se dá no próprio artigo, desrespeitando a recomendação de levar o debate sobre modificações polêmicas para as páginas de discussão. Assim, o artigo passa por uma sucessão de alterações e reversões contraproducente.

A seção “Controvérsias”, acrescida ao artigo sobre Aécio poucas horas após o anúncio de que o candidato disputaria o segundo turno, foi criada com o intuito de reunir as principais críticas sobre o candidato. Apoiada em grandes veículos

reconhecidos e *sites* independentes dedicados a política, a seção se mostrava válida por apresentar fontes e ter seu conteúdo relatado enquanto fatos. De acordo com as normas da Wikipédia, a inclusão de críticas pode contribuir para neutralizar um artigo parcial. No entanto, embora tenha resistido a algumas novas alterações, a seção acabou sendo excluída do artigo 10 horas após a sua inclusão. Uma hora após ser removida, a seção foi recuperada por um usuário não-cadastrado, sendo retirada novamente do artigo em apenas três minutos. Ao todo, foram 14 edições disputando a permanência da seção ao longo de 62 horas. O surgimento de um editor assumindo a responsabilidade de reescrever seu conteúdo interrompeu o conflito e, aos poucos, ele foi removendo trechos polêmicos através de pequenas revisões e cortes. Dias depois, o mesmo editor distribuiu o conteúdo reescrito por outras seções, removendo definitivamente o título negativo. A retirada sistemática da seção “Controvérsias” sugere um esforço para tornar o artigo favorável ao candidato, possivelmente conduzido por eleitores ou assessores do político.

### **Página de discussões**

As páginas de discussão são destinadas a dar apoio à tomada de decisões em relação aos artigos aos quais estão associadas. Contestações, divergências e dúvidas devem ser levadas para o espaço, onde ficam expostas para que outros usuários contribuam com opiniões e sugestões. A análise das páginas de discussão disponíveis nos artigos dos candidatos indica que a migração de questões para tais espaços é pouco comum, sugerindo que o modelo colaborativo alcança altos índices de consenso sem a necessidade da realização de debates entre os editores.

Durante o período analisado, a página de discussões do artigo “Aécio Neves” foi utilizada principalmente para debater a seção “Controvérsias”, que passava por uma guerra de edições. A discussão foi caracterizada pela avaliação, por três editores, da validade das fontes em relação ao viés político. A principal dificuldade foi em definir a validade dos veículos de comunicação reconhecidamente representantes da esquerda política, cujos *sites* foram acusados de parciais e seus conteúdos, de



mentirosos. Por mais que um editor apresentasse novas fontes sustentando as acusações negativas, os outros dois participantes da discussão desencorajavam a inclusão de qualquer informação que prejudicasse a imagem do candidato. O editor que defendeu a inclusão das críticas participou anonimamente, através do registro de seu IP. Já os editores que defenderam a exclusão das controvérsias foram identificados como o principal editor do artigo no período eleitoral (com 16 edições no período) e o editor que reescreveu a seção “Controvérsias” alterando o tom das acusações, removendo trechos e, finalmente, excluindo a seção e distribuindo seu conteúdo pelo artigo. Assim, é possível constatar que os defensores da exclusão das controvérsias eram orientados por interesses além do puramente enciclopédico.

A página de discussões do artigo “Dilma Rousseff” se mostra mais ativa, sendo possível verificar um interesse dos colaboradores em trabalhar no verbete da Presidente do país mesmo fora do contexto eleitoral, com a presença de extensos debates ao longo dos anos. Contudo, no período analisado, a página contou com apenas duas dúvidas simples, solucionadas com apenas uma resposta conclusiva.

De maneira geral, o espaço de discussões se mostrou um recurso importante para o diálogo entre colaboradores e a definição dos rumos de cada artigo nos casos em que as edições não são aceitas por consenso. No entanto, parece que o espaço não é apresentado com destaque suficiente para atrair uma participação mais ativa de colaboradores e, principalmente, de leitores. Um número maior de participantes nas discussões poderia enriquecer consideravelmente os debates.

## **Conclusão**

Cada artigo disponível na Wikipédia é resultado de um processo de negociação da verdade que se estende desde a criação do verbete até o momento atual. No caso dos candidatos Aécio e Dilma, seus artigos vêm sendo coletivamente construídos desde novembro de 2004 e junho de 2005, respectivamente, e o período eleitoral aumentou tanto o fluxo de visitantes quanto o de colaboradores, especialmente durante o segundo turno. Os editores que atuam na composição desses

verbetes constituem grupos heterogêneos em relação ao período de contribuição, ao perfil sociocultural e ao viés político. Assim, cada artigo segue seu próprio curso e é estruturado conforme o trabalho de seus voluntários. Ao longo de uma década, os artigos foram desenvolvidos a partir das regras da comunidade, sofrendo influência das trajetórias de cada candidato e das maneiras como elas foram narradas pela mídia. Dilma Rousseff, ao exercer seu primeiro mandato como Presidente, naturalmente atraiu um maior interesse da mídia e dos *wikipedistas*. Portanto, não surpreende que seu artigo apresente uma estrutura mais organizada e conteúdo mais extenso. No entanto, o artigo sobre Aécio Neves contrariou a tendência esperada de crescimento impulsionado pela exposição durante o período eleitoral. A redução do conteúdo sobre o candidato poderia indicar que a evidência midiática durante a disputa eleitoral não produziu nenhuma informação nova sobre o político, mas os sucessivos cortes às críticas evidenciam que o texto colaborativo sofreu com uma barreira à entrada de conteúdos polêmicos por parte de alguns editores parciais.

A participação voluntária no projeto se mostrou mais orientada à adequação dos conteúdos do que a proselitismos políticos, o que sugere a responsabilidade com a qual os colaboradores encaram a enciclopédia livre, sintetizada na frase de um editor na página de discussão sobre Aécio: “Eu não vou editar o artigo porque eu tenho um viés político que me impede de fazê-lo (*sic*) de forma neutra” (AÉCIO, 2014). A realização de edições impróprias se mostrou mais relacionada ao desconhecimento das normas do que a tentativas de imposição de discursos de verdade, embora tenha sido perceptível a atuação de uma minoria de editores tendenciosos que acabaram influenciando algumas decisões por apresentar dedicação acima da média. No entanto, o monitoramento da comunidade se mostra bastante eficaz na eliminação de conteúdos claramente impróprios e, com isso, a maioria das alterações que permaneceram nos dois artigos no final do período analisado consistia em adequações do código da página, revisões gramaticais ou reversões de edições impróprias.

Contudo, a simples análise da versão final dos dois artigos (no dia 26 de outubro) demonstra que enquanto a página sobre o candidato Aécio Neves passou por sucessivos esforços pela limpeza das críticas, a página sobre Dilma Rousseff tratou as

críticas conforme as recomendações da comunidade, organizando o conteúdo em uma seção destinada às controvérsias e apresentando as informações na condição de fatos.

Contrariando as expectativas, nem as páginas sobre os candidatos, nem as suas páginas de discussões foram utilizadas para debates políticos e conflitos ideológicos, já que a comunidade reprime rapidamente qualquer tentativa de desestabilizar o projeto. Assim, não é possível determinar uma relação entre a candidata vencedora nas urnas e uma vitória nas negociações da verdade na enciclopédia livre. No entanto, ao considerar que o artigo da candidata vencedora apresentou maior volume de conteúdo e manteve no ar até mesmo as críticas negativas, conclui-se que, em termos de conteúdo, o resultado das urnas refletiu o artigo mais completo e menos parcial.

### Referências bibliográficas

AÉCIO Neves. *Wikipédia: A Enciclopédia Livre*. 2014. Disponível em <[https://pt.wikipedia.org/wiki/A%C3%A9cio\\_Neves](https://pt.wikipedia.org/wiki/A%C3%A9cio_Neves)>. Acesso em: agosto de 2015.

ALEXA: Top Sites in Brazil. *Alexa: Actionable Analytics for the Web*. 2015. Disponível em <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acesso em: agosto 2015.

ANTOUN, Henrique (Org.). *Web 2.0: Participação e Vigilância na Era da Comunicação Distribuída*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

DILMA Rousseff. *Wikipédia: A Enciclopédia Livre*. 2014. Disponível em <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Dilma\\_Rousseff](https://pt.wikipedia.org/wiki/Dilma_Rousseff)>. Acesso em: agosto de 2015.

FOUCAULT, M. *Microfísica do Poder*. São Paulo: Graal, 2012.

MODESTO, M. *Negociações da Verdade e Efeitos de Poder na Wikipédia*. Trabalho apresentado no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

MODESTO, M. *O Discurso de Verdade na Wikipédia como Ferramenta de Comunicação de Marketing*. Monografia de Graduação. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

WIKIPEDIA Article Traffic Statistics. 2014. Disponível em <<http://stats.grok.se/>>. Acesso em: agosto 2015.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

WIKIPEDIA Survives Research Test. *BBC News*. 15 dez. 2005. Disponível em  
<<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4530930.stm>>. Acesso em: agosto 2015.

WIKIPÉDIA: Aviso Geral. *Wikipédia: A Enciclopédia Livre*. 2015a. Disponível em  
<[https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Wikip%C3%A9dia:Aviso\\_geral&oldid=42990246](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Wikip%C3%A9dia:Aviso_geral&oldid=42990246)>. Acesso em: agosto 2015.

WIKIPÉDIA: Fontes confiáveis. *Wikipédia: A Enciclopédia Livre*. 2015b. Disponível  
em <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Fontes\\_confi%C3%A1veis](https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Fontes_confi%C3%A1veis)>.  
Acesso em: agosto 2015.

## **Corporações da comunicação e a regulamentação da privacidade na rede<sup>1</sup>**

Paulo Eduardo Assis Maia<sup>2</sup>

Marta de Araújo Pinheiro<sup>3</sup>

### **Resumo**

A discussão que abrangeu diversos segmentos da sociedade civil na elaboração do Marco Civil da Internet se firmou em um ambiente repleto por diferentes interesses em jogo. No âmbito da garantia de conexão e isonomia no tratamento de pacotes de dados, bem como das ações de guardas de registros de acesso e/ou da garantia de inviolabilidade das comunicações, empresas de comunicação e telecomunicações se manifestaram. Partindo de um ponto de vista mercadológico, sustentado por práticas características de uma sociedade neoliberal, a ação desses grupos levanta a questão se não existe ou não o comprometimento de princípios da inclusão digital e a liberdade de expressão. Dessa forma, este artigo propõe um levantamento de como se posicionaram estas empresas, buscando uma compreensão acerca da disputa entre os atores.

### **Palavras-chave**

Marco Civil da Internet, privacidade, neutralidade da rede, regulamentação

### **Introdução**

No Brasil, a elaboração do Marco Civil da Internet demonstrou um jogo de forças divergentes acerca do conceito de privacidade, como expressos pelos interesses mercadológicos e políticos envolvidos, por exemplo. De forma colaborativa, a redação do texto foi iniciada em 2009, na plataforma Cultura Digital.br e enviado ao Congresso Nacional em 2011, onde passou à relatoria do deputado federal Alessandro Molon (PT-RJ). O texto foi sancionado pela Presidência da República em abril de 2014.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM-UFJF). E-mail: [eduardo\\_maia@outlook.com](mailto:eduardo_maia@outlook.com).

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora da ECO-UFRJ e do PPGCOM da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: [martaarapinheiro@gmail.com](mailto:martaarapinheiro@gmail.com).



# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Entre os pontos principais do texto, está a garantia ao direito da privacidade, no trecho que trata da proteção aos registros, dados pessoais e às comunicações privadas. Neste ponto, busca-se observar quais foram as proposições e modificações sugeridas pelos diversos atores em debate nas discussões sobre o armazenamento de dados em servidores locais; guarda e disponibilização de registros de conexão; coleta, armazenamento e tratamento de dados, entre outros. Para isso, apresentaremos como foram sugeridas as proposições e modificações por alguns dos agentes em jogo.

Com este levantamento, busca-se entender sobre os modos como algumas empresas dos segmentos de comunicação e telecomunicações manifestaram-se nas duas fases de elaboração do texto do Marco Civil da Internet. A pesquisa foi feita por meio de uma busca manual em apenas uma das duas plataformas utilizadas na discussão. Uma delas é a Cultura Digital, do Ministério da Cultura, utilizada pelo Ministério da Justiça com a minuta de um projeto formulado em parceria entre a Fundação Getúlio Vargas (FGV) com o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). A outra é o e-democracia, plataforma de discussão de projeto de leis da Câmara dos Deputados, utilizada quando o texto do Marco Civil se tornou o projeto de lei 2.126/2011. Optou-se apenas por um levantamento das formas como foram apresentadas as sugestões de modificação e proposições para o texto em questão, levando em conta a ferramenta Cultura Digital. O objetivo é apresentar parte de uma pesquisa em andamento sobre como se estabelece a regulamentação da privacidade dos usuários da rede no Brasil, tendo como objeto principal o Marco Civil da Internet. Ao se detalhar pontos de conflito em outros eixos da lei, para além do campo da privacidade, enseja-se observar, de maneira mais ampla, a forma como agem os atores dentro da discussão, já que os posicionamentos acerca da preservação da intimidade e proteção de dados pessoais podem não partir somente desta questão específica, mas estarem dentro de um campo maior, envolvendo outros fatores e englobando também uma linha de pensamento característica da governança empresarial e de segmentos ligados ao setor.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

A forma que agem as empresas no intuito de questionar a garantia de conexão, firmada como um dos princípios básicos no anteprojeto, pode se caracterizar como uma forma de restrição à liberdade de expressão ou cerceamento da comunicação e de criação. A internet como uma rede aberta que propicia o desenvolvimento de práticas colaborativas se torna uma plataforma que se distingue dos demais meios de comunicação, criando um diferencial entre as formas de expressão e de comunicação. (Segurado et.al, 2014). Os processos de regulação e regulamentação, dado por meio de instrumentos legais, buscam assegurar as práticas de comunicação e a liberdade de expressão, no entanto, é preciso também destacar a utilização de “ferramentas sociais”, as quais se caracterizam como um conjunto amplo de práticas que visam a acompanhar e interferir cotidianamente em determinado processo com vistas a um determinado objetivo. (Gindre, 2007 apud Segurado et.al, 2014).

No processo de regulamentação, a utilização de mecanismos por empresas que tentam evitar que a lei provoque um engessamento, de modo a comprometer a expansão do mercado de tecnologias de informação, faz com que se exclua princípios básicos de inclusão digital e promoção da cidadania. A lógica do sistema capitalista passa a oficializar nestes dispositivos os interesses de acumulação de capital, utilizando dos instrumentos digitais para reforçar os processos de produção, sustentando as bases para um sistema de governança neoliberal, reforçado por práticas de consumo (Segurado, 2014; Harvey, 1992).

Também propondo uma análise crítica, Moraes (2000) aborda uma revolução pela qual passam os conglomerados multimídia, integrando processos, redes, plataformas e multiplicando a capacidade de transmissão de conteúdos. O autor aborda a união dos prefixos de três setores convergentes – informática, telecomunicação e comunicação, - designando a “conjunção de poderes estratégicos relacionados ao macrocampo multimídia: infotelecomunicações.

O paradigma infotelecomunicacional constitui vetor decisivo para a expansão dos impérios midiáticos, tendo por escopo a comercialização, sem limites

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

geográficos, de uma diversidade de produtos e serviços com tecnologias avançadas. Os conglomerados reconfiguram-se como arquipélagos transcontinentais, cujos parâmetros são a produtividade, a competitividade, a lucratividade e a racionalidade gerencial. (...) O cenário não poderia ser outro: uma aglomeração de patrimônios e ativos sem precedentes. (Moraes, 2000, p.2)

Esta dinâmica é ainda mais reforçada quando se pensa a partir da ótica de Deleuze (1990), da transformação da sociedade disciplinar para a sociedade de controle. A partir de uma forma em que códigos, algoritmos e redes de rastreamento são estabelecidas, é necessário entender como se situa hoje a vigilância, num modelo que se atualiza perante à modernidade, passando a não se dar mais sobre o corpo dos indivíduos ou da população, de modo disciplinar, mas a se estabelecer sobre as relações online, em formas de controle.

O Estado, o mercado, as corporações e órgãos de inteligência, por sua vez, passam a constituir aparatos de ampla magnitude que possibilitam monitorar e rastrear os indivíduos. A situação permite observar que, cada vez mais, os indivíduos passam a ser informados de que estão sendo monitorados, no entanto, a percepção sobre quem são os que o monitoram é cada vez mais incerta. As relações que se formam em torno dessa discussão sobre a vigilância na contemporaneidade possibilitam entender como os sistemas de vigilância são mecanismos dos modelos liberais de governança, entretanto, a garantia pelas liberdades individuais é amplamente contestada, por meio das exigências pela proteção do Estado à privacidade. (Deleuze, 1990; Saco, 2002; Foucault, 1987).

### **Contribuições na elaboração do texto na plataforma Cultura Digital**

A análise a ser apresentada levou em conta o posicionamento público de quatro empresas, sendo duas do segmento de comunicação e duas de telecomunicações. São elas, Abril Digital, Rádio e TV Bandeirantes, Embratel e Claro. A contribuição da Abril Digital se fez em modificação de alguns pontos à minuta do projeto de lei apresentada inicialmente pela FGV e GGI.br em parceria com o Ministério da Justiça, ainda na primeira fase da elaboração do projeto. Datada de 31 de maio de 2010, a proposta

sugere modificações acerca dos princípios de neutralidade da rede, proteção ao sigilo das comunicações, responsabilidade de provedores pela remoção de conteúdo, além da requisição de registros de conexão ou de acesso à internet. É preciso aqui destacar que a empresa preserva vários tópicos antes sugeridos na formulação do projeto inicial, entre eles a garantia de liberdade de manifestação do pensamento, proteção da privacidade e dos dados pessoais, garantia da neutralidade da rede, além da preservação da estabilidade e segurança da rede, bem como a natureza participativa.

No item que caracteriza cada um dos termos, a empresa sugere melhor explicação acerca da conceituação de serviços de internet. No texto, explica-se ser

“conjunto de serviços diversos que podem ser acessados por meio de um terminal conectado à Internet, como, por exemplo, navegação, comunicação instantânea, envio e recebimento de correspondência eletrônica, publicação de obras textuais ou audiovisuais em formato digital, entre outros” (Cultura Digital, 2010).

Na proposta da empresa, ela insere que se trata de um serviço de valor adicionado. Já no capítulo II, que aborda os direitos e garantias dos usuários, um parágrafo único afirma que “o exercício do direito à privacidade e à liberdade de expressão autoriza aos usuários da Internet a livre opção por medidas de segurança direcionadas a salvaguardar a proteção de dados pessoais e o sigilo das comunicações” (Cultura Digital, 2010). Em relação a esta proposição, a Abril sugere que o provedor de conexão à internet e/ou o provedor de conteúdo não serão responsáveis pela não identificação do usuário.

No capítulo III, em seu artigo 10, que trata das provisões de conexão e de serviços de internet, a empresa faz dois questionamentos acerca da guarda de dados. No texto, propõe-se que o provedor de serviços não possua a obrigação de guardar registros de acessos a serviços de internet. Com isso, interpelado judicialmente, o provedor não teria condições de apresentar os registros, ainda que sob autorização do usuário. Assim, a empresa questiona quem seria responsabilizado em caso de práticas de atos ilícitos cometidas por terceiros, caso os usuários não tenham autorizado a guarda de dados.

Além disso, pergunta a partir de qual momento o provedor poderá guardar os dados, sendo que, a partir do recebimento da ordem judicial, ele pode não ter os dados.

Ainda sobre a guarda de dados, na subseção I, a Abril acrescenta que haja um prazo mínimo para o armazenamento dos registros, preservando o trecho que afirma que este ato deve “preservar a intimidade, a vida privada, honra e imagem das partes diretamente ou indiretamente envolvidas”, cabendo ainda a regulamentação dos critérios. (Cultura Digital, 2013).

Já na subseção III, sobre a proteção ao sigilo das comunicações pela Internet, a Abril suprime os termos “procedimentos de interceptação, escuta ou disponibilização de conteúdo das comunicações” e insere o termo “quebra do sigilo das comunicações”. Apesar de não explicar as razões pela substituição dos referidos termos, a substituição evidencia maior abrangência dos procedimentos de interceptação de informações na comunicação, não somente aqueles restritos aos mencionados anteriormente. A questão da remoção de conteúdo, considerada na seção IV, foi a de maior contribuição da Abril. Propõe nova redação ao artigo 20, que trata da responsabilização de provedores quando intimados judicialmente e não tomam as devidas providências. Neste ponto do texto, retira dois parágrafos que propunham a criação de um canal eletrônico dedicado ao recebimento de notificações e contra notificações e também o item que faculta aos provedores a criação de um mecanismo automatizado para atender aos procedimentos dispostos na seção. No artigo 22, retira o parágrafo que determina que o provedor mantenha o bloqueio ao conteúdo em casos de usuários que não sejam identificados. A Abril deixa no texto apenas o trecho que trata da comunicação ao usuário da indisponibilidade do conteúdo, mediante a decisão judicial, sem alternativa para os casos de usuários não identificados ou localizados.

No artigo 22, a empresa ainda suprime o texto que diz que o usuário notificado possa contranotificar o provedor de serviço, de forma a manter o conteúdo, assumindo a responsabilidade por eventuais riscos causados a terceiros. Além disso, retira do texto o



trecho que afirma que qualquer outra pessoa interessada, física ou jurídica, possa prestar a contranotificação pela manutenção do conteúdo. Neste caso, a Abril apenas sugere que para os efeitos desta seção, provedores se equiparam a usuários que detenham poderes de moderação sobre conteúdos de terceiros. A Abril pede ainda pela supressão total do artigo 24, que afirma que tanto notificante (provedor) como o contranotificante (usuário) respondem, nos termos da lei, por informações falsas, errôneas, de abuso ou má fé.

A contribuição da Abril se pauta em sua maior parte, portanto, nas responsabilidades atribuídas aos provedores de conexão e serviços de internet, minimizando os efeitos que as intimações ou notificações judiciais a respeito de conteúdo ou guarda de dados possam gerar aos prestadores de serviço. Tudo isso tanto quando questiona sobre as condições dos provedores em apresentar registros de conexão, bem como suprimindo itens que possam vir a comprometer o provedor em caso da indisponibilização de conteúdo infringente.

### **Rede Bandeirantes**

Como parte das contribuições de grupos de mídia à proposta do Marco Civil da Internet, a Rádio e Televisão Bandeirantes LTDA enviou uma carta com comentários sobre a minuta redigida. Abrindo o texto, a corporação defende os princípios de liberdade de expressão, amparada no artigo 5 da Constituição Federal, e também da neutralidade da rede,

“pelo fato de alguns provedores de serviços de internet também exercerem o papel de provedores de conexão à internet, ou ainda, de administradores de sistema autônomo, pelo que os mesmos, imbuídos de interesses meramente econômicos, poderão privilegiar um conteúdo próprio (ou de empresas coligadas/parceiras), em detrimento das demais empresas que disponibilizam conteúdo na internet, e por conseguinte, dos próprios usuários (Cultura Digital, 2010).

A Bandeirantes também observa o cumprimento do artigo 222 da Constituição Federal e a garantia de a Internet ser explorada no Brasil exclusivamente por empresas

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

pertencentes a brasileiros natos e naturalizados há mais de dez anos no país. “De fato, considerando ser a internet, atualmente, uma dos principais instrumentos de comunicação social, é realmente temerário possibilitar que os serviços e conteúdos nacionais sejam geridos e explorados por estrangeiros”. (Cultura Digital, 2010). Tal ponto vem a ser reforçado no artigo 4º, quando a empresa sugere a inserção da definição de provedor de serviços de internet em respeito ao artigo 222 da Constituição, podendo tão somente ser explorados por empresas pertencentes a brasileiros natos. Entre os itens listados de modo a garantir os princípios norteadores do uso da internet no Brasil, a Bandeirantes sugere a inclusão do “fomento e promoção da cultura e conteúdo nacional”, a fim de que haja efetiva capacitação e educação dos usuários, bem como para a “difusão da cultura brasileira”.

A Bandeirantes questiona ainda sobre os direitos autorais referentes aos materiais publicados sem licença, principalmente quando se trata do pedido de retirada de conteúdo, via medida judicial. No artigo 20, ela afirma ser necessária a retirada apenas com a ordem judicial expressa, no entanto, sugere que possa haver uma “notificação extrajudicial” antes do processo seguir para avaliação de um juiz. Segundo a empresa, a parte ofendida poderá notificar a parte responsável pelo conteúdo publicado (desde que conhecida), para que esta decida sobre a exclusão ou não do conteúdo. Desta maneira, somente em caso de recusa por parte do notificado, a requerente entraria com um processo judicial para retirada de conteúdo infringente. Por fim, a Bandeirantes também sugere a fiscalização de empresas atuantes na internet, especialmente os provedores de serviços de internet, com vistas ao cumprimento da Constituição, a partir da inclusão de um inciso no artigo 28.

A preocupação do Grupo Bandeirantes, ao longo do texto de suas contribuições, reforça um caráter nacionalista, em todo o tempo visando ao cumprimento da Constituição em termos de propriedade concentrada nas mãos de empresários brasileiros. O posicionamento é confrontado pela real situação em que a Internet se estabelece, quando grandes empresas de telecomunicação possuem grande parte do seu capital de origem

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

estrangeira, assim como o Google e Facebook se estabelecem para além das fronteiras norte-americanas e, com diferentes serviços, abrangem cada vez mais novas especificidades na rede, incluindo o Brasil.

## **Embratel e Claro**

A empresa Embratel considera a abrangência mundial da Internet e sugere o alinhamento da criação do Marco Civil da Internet aos posicionamentos adotados em outros países que também discutem a regulamentação da rede. Segundo a empresa, tal reflexão se faz necessária, pois podem surgir situações de difícil composição entre os diversos regramentos envolvidos. Passando aos itens técnicos, a Embratel afirma que “não há preservação da estabilidade, segurança e funcionalidade da rede quando a preservação e garantia da neutralidade da rede é levada a níveis extremos” (Cultura Digital, 2010). Em contraponto ao descrito no artigo 12, em relação ao tratamento de forma isonômica a pacotes de dados, conteúdo, serviço, entre outros, sem que haja discriminação ou degradação do tráfego, a Embratel afirma que para garantir a operação de administração de redes eficientes são utilizadas avaliações estatísticas de uso de serviços e das redes, fundamentais para garantir a qualidade contratual, bem como a melhoria dos serviços, incluindo a segurança e confiabilidade da rede. Segundo a empresa, faz-se necessário rever todos aqueles itens que constam sobre a neutralidade da rede, incluindo a garantia desta e da não suspensão da conexão ao usuário, bem como o impedimento ao provedor de monitorar, filtrar, analisar ou fiscalizar o conteúdo do pacote de dados.

A Embratel ainda se posiciona acerca da liberdade de expressão e do direito à privacidade. Considera notório estabelecer regras entre ambos os conceitos, mas afirma que “não há proteção da privacidade quando a garantia à liberdade de expressão é tratada como um direito absoluto”. Afirma ainda que é necessária cautela na definição de metodologias acerca da quebra de sigilo de cadastros e conteúdos, respeitando-se os direitos individuais. Defende que os acessos a informações sigilosas sejam fornecidas às

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

autoridades requisitantes somente com ordem judicial, “a fim de se evitar a banalização da utilização de dados sensíveis de modo prejudicial a toda coletividade” (Cultura Digital, 2010).

Já na análise da Claro, faz-se necessária a exclusão do inciso IV no artigo 2, que estabelecia como princípio a neutralidade da rede. A justificativa da empresa seria a maior necessidade de discussão do tema, já que nem mesmo nos “mercados maduros” houve consenso a respeito. No trecho em que estabelecem as definições de termos tratados na lei, a Claro defende a inclusão da conceituação de “conteúdo”, a fim de que não haja, a partir de uma brecha, uma forma de censura sobre os meios de comunicação. Ainda em relação à neutralidade, a Claro pede nova redação ao inciso II do artigo 7º, que garante como direito ao usuário a não suspensão da qualidade da conexão. Segundo a empresa, motivos de força maior, como catástrofes naturais ou climáticas, interrupção no fornecimento de energia, dentre outros, devem ser levados em consideração ao estabelecer os direitos dos usuários no Brasil. No item “tráfego de dados”, a empresa pede pela exclusão do artigo 12, que oferece a resistência das outras empresas, em termos de tratamento de forma isonômica a pacotes de dados. Na justificativa, a Claro observa que há uma instituição da neutralidade da rede por parte do Ministério da Justiça, cabendo mais estudos e discussões antes de cobrar pela obrigatoriedade da neutralidade nesse caso.

A Claro, por fim, se manifesta em relação à guarda de registros de acesso, complementando um dos incisos que especifica a necessidade de consentimento dos usuários sobre o armazenamento de dados. No trecho, a empresa recomenda que o consentimento ao tratamento e distribuição de dados de usuários seja preservado, exceto quando mediante ordem judicial. Preserva a garantia de anonimato, exceto quando sob ordem da Justiça, assim como defende a disponibilização de dados também somente quando há interpelação.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Claro e Embratel possuem um forte posicionamento no aprimoramento da discussão sobre a neutralidade da rede. Ambas demonstram preocupação na obrigatoriedade pela garantia de conexão de forma isonômica em relação ao tráfego de dados. Antecipando um confronto muito maior que as teles provocaram quando o projeto entrou no Congresso, as empresas já demonstraram a insatisfação em relação à instituição do tema, sem que houvesse uma regulamentação particular a este item. Era somente o princípio do que as empresas iriam protagonizar na discussão, travando a pauta do Congresso por cinco meses, mantendo-se de forma divergente ao que o Governo proporia. Já no âmbito na privacidade, a fala da Embratel é emblemática, quando diz que não existe privacidade quando a liberdade de expressão é tratada como direito absoluto. Obviamente há mecanismos que deverão assegurar a liberdade de expressão sem que haja excessos tanto por parte de manifestações que infrinjam direitos na sua forma pública, bem como ações que venham a comprometer o sigilo das informações. No entanto, não cabe aqui aprofundar na observação feita pela empresa, uma vez que não detalhou acerca de seu posicionamento, acerca de qual fundamentação utilizara para tal.

## **Considerações finais**

Ao observar a forma como se posicionaram conglomerados de mídia e telecomunicações, evidencia como as ações dessas empresas refletem uma estratégia para evitar que a lei crie obstáculos que comprometam sua atuação e consequentes lucros. Partindo-se do princípio de que a iniciativa da regulamentação da internet se estabelece do ponto de vista de direitos e da cidadania, pelas quais se empenharam as entidades envolvidas, as condutas contra a garantia de neutralidade da rede, sob alegação dos altos custos, vão à contramão dos princípios que regem a iniciativa por parte das entidades ligadas à elaboração do texto. O que está em jogo neste caso, de forma perceptível desde o início da discussão do texto é os direitos dos usuários, que podem estar sendo privados de uma conexão contínua, sem que haja a imposição de custos conforme o pacote de tráfego de dados ofertado. Garantindo a isonomia no



tratamento destes pacotes, as empresas passam a ter que assegurar conteúdo de forma equânime, eliminando quaisquer barreiras de acesso, uma vez que o usuário pagará conforme a velocidade contratada. Quanto à garantia da privacidade e da inviolabilidade das comunicações, embora reflitam que é necessário se preservar tais direitos, não está clara a forma como serão tratados os registros de acesso, por exemplo, tema que deve estar mais consolidado no processo de regulamentação. O que se percebe, neste princípio de discussão é a responsabilidade de provedores em relação às medidas judiciais que podem ser aplicadas a infratores, pelas quais as empresas possam ter que responder. Da forma como foi colocado no texto, principalmente observando o questionamento da Editora Abril, cria-se uma brecha, já que não está definido de que forma o provedor deverá ser responsabilizado pela guarda de dados, já que ele ainda tem autorização para armazenar os dados por no máximo seis meses. A questão do consentimento dos usuários, ou seja, a autorização para uso e tratamento destes dados também se apresenta como um entrave pelas empresas, já que elas podem ser requisitadas via medida judicial a apresentar as informações, sendo que, à princípio, o usuário tenha proibido que seus dados fossem armazenados e filtrados.

### **Referências Bibliográficas**

Cultura Digital. Contribuição da Abril Digital para o Marco Civil da Internet. Minuta do anteprojeto de lei que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Ministério da Justiça, Poder Executivo, Brasília, DF, 2010. Disponível em <http://culturadigital.br/marcocivil/2010/05/31/contribuicao-abril-digital-para-o-marco-civil-da-internet/>. Acesso em 12/03/2015

\_\_\_\_\_. Contribuição da Bandeirantes. Minuta do anteprojeto de lei que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Ministério da Justiça, Poder Executivo, Brasília, DF, 2010. Disponível em <http://culturadigital.br/marcocivil/2010/05/30/contribuicao-da-bandeirantes/>. Acesso em 12/03/2015

\_\_\_\_\_. Contribuição da Embratel. Minuta do anteprojeto de lei que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Ministério da Justiça, Poder Executivo, Brasília, DF, 2010. Disponível em

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

<http://culturadigital.br/marcocivil/2010/06/11/contribuicao-da-embratel/>. Acesso em 12/03/2015

MORAES, Dênis de. A hegemonia das corporações de mídia no capitalismo global. Pesquisa Integrada da Base de Dados. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2000. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-hegemonia.html>. Acesso em 15/07/2015.

SEGURADO, R; LIMA, C.S.M. de e AMENI, C.S.. Regulamentação da internet: perspectiva comparada entre Brasil, Chile, Espanha, EUA e França. Hist. cienc. saude-Manguinhos [online]. pp. 00-00. Epub Aug 13, 2014. ISSN 0104-5970. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-59702014005000015>. Acesso em 28/07/2015.

SENADO FEDERAL. Audiências Públicas - "Marco Civil Da Internet". Contribuição da Associação Brasileira de Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (Brasscom). Senado Federal, Poder Legislativo. Brasília, DF, 2013. Disponível em <https://www12.senado.gov.br/ecidania/anexos/audiencia-cct-marco-civil-da-internet-2013-09-03/20130903-ap-marco-civil-da-internet-brasscom-nelson-wortsman/view>. Acesso em 26/06/2015.

## **Em busca da vida eterna entre limites e possibilidades dos discursos de risco e prevenção<sup>1</sup>**

Rita Rangel de Souza Machado<sup>2</sup>

### **Resumo**

Os discursos do risco e da prevenção permeiam todos os âmbitos da vida humana nos dias de hoje e são amplamente divulgados pelos mais diferentes meios de comunicação. Quando se fala em saúde, esses discursos são ainda mais acentuados. Se o risco à saúde for o de desenvolver uma doença crônica e potencialmente fatal, como o câncer, o discurso da prevenção torna-se quase uma norma inquestionável de conduta. Contudo, existe um limite para tais discursos, na medida em que se tornam algozes daqueles adoecidos: os pacientes. Esses carregam, ao diagnóstico, os estigmas sociais associados à doença, como vergonha, dor e sofrimento, aos quais se somam a responsabilização pela “escolha” de se expor aos fatores de risco. Faz-se necessário, portanto, problematizar se a exposição ao risco e a não prevenção de fato são escolhas e quais são os limites desses discursos. Afinal, prevenção ao risco não é garantia de vida eterna, nem mesmo garantia de não adoecimento. Cabe, ainda, problematizar os limites da própria informação, pois essa, por si só, não é suficiente para mudar hábitos e atitudes, principalmente aqueles socialmente construídos. Portanto, esta discussão traz como problema norteador a seguinte pergunta: a exposição ao risco e a não prevenção são de fato escolhas que justifiquem a culpabilização do paciente no momento do adoecimento? E tem como objeto: os discursos de risco e prevenção em sua relação com a culpabilização do paciente, tendo o câncer em perspectiva. O trabalho apresenta, como metodologia, uma leitura crítica de Castiel, Guilam e Ferreira (2010), Romeyer (2010) e Romeyer e Moktefi (2013).

**Palavras-chave:** Risco, prevenção, saúde, discurso, culpa.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Programa de pós-graduação em informação e comunicação em saúde (PPGICS), do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde (ICICT) da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz). E-mail: [ritarsmachado@gmail.com](mailto:ritarsmachado@gmail.com).

## **Introdução**

Hoje, os discursos do risco e da prevenção permeiam o dia a dia. A proteção da vida torna-se parte fundamental dela mesma. Quando o assunto é câncer, sua relação com o risco e a prevenção é quase simbiótica. Diante de uma doença tão cercada de estigmas, logo surge a pergunta: por que? A resposta a essa pergunta pode não existir, mas, muitas vezes, são apontados “comportamentos de risco” que sugerem um motivo para o câncer. Tabagismo, obesidade, sedentarismo, alimentação inadequada, exposição inadequada ao sol, comportamento sexual de risco, esses, entre outros, são fatores apontados como uma possível explicação para o aparecimento de um câncer.

Então, se existem fatores de risco facilmente explicáveis e se as pessoas não querem adoecer, por que se expõem ao risco? Será que a exposição ao risco pode ser considerada uma mera escolha? Para que sejam respondidas, essas perguntas demandam uma discussão sobre risco, prevenção e culpa, discussão essa que é o objetivo deste trabalho.

## **O discurso do risco**

O que é risco? Castiel, Guilan e Ferreira (2010), na publicação *Correndo o risco: uma introdução aos riscos em saúde*, tratam da questão do risco sob uma ótica crítica, tentando entender as potencialidades e os limites desse tema. Os autores traçam, então, alguns conceitos de risco: ideia de perigo, possibilidade de ocorrência desse perigo, probabilidade de ocorrência de um evento mórbido ou fatal. Romeyer e Moktefi (2013), num artigo intitulado *Pour une approche interdisciplinaire de la prévention (Por uma aproximação interdisciplinar da prevenção*, em tradução livre), no qual discutem a ideia de risco e prevenção, definem risco como a interação entre um perigo ou acaso e a vulnerabilidade. O perigo seria a probabilidade de um evento ou um fenômeno engendrar danos; já a vulnerabilidade representaria a predisposição aos prejuízos ou danos engendrados por um evento aleatório (p. 40). Para esses autores, diferentes elementos podem estar expostos aos riscos, como pessoas, habitações e atividades econômicas.

Risco, então, está associado a diversos âmbitos da vida, se não a todos eles. Hoje, fala-se em risco econômico, eleitoral, social; risco de faltar água; risco à natureza. Esse

conceito está tão naturalizado na sociedade que, muitas vezes, afasta-se da ideia de mórbido ou fatal apontada por Castiel, Guilan e Ferreira (2010). A ampliação de seu uso, no entanto, carrega a ideia de algo trágico e perigoso para esses outros campos. Aqui, trataremos do risco relacionado à saúde, ou seja, o perigo ou a possibilidade de que um acontecimento interfira na saúde de um indivíduo ou de uma coletividade.

Estabelece-se o que é risco à saúde com complexas fórmulas matemáticas e probabilísticas. Elas são construídas com base em informações sobre o comportamento das pessoas e as doenças. Por exemplo, quantos pacientes de câncer de pulmão são fumantes? Quantos não são? Segundo o Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva (INCA, 2014, p.37), em termos percentuais, 80% dos pacientes com esse câncer são tabagistas. O INCA afirma também que fumantes têm de 20 a 30 vezes mais chances de desenvolver câncer de pulmão comparados aos não fumantes. A resposta a perguntas que relacionam câncer e tabagismo faz com que o tabaco, então, passe a ser considerado um risco para a saúde. Conforme afirmam Romeyer e Moktefi (2013), as causas podem ser identificadas, a probabilidade de um risco ocorrer pode ser calculada e os danos eventuais podem ser avaliados<sup>3</sup> (em tradução livre) (p.40), ou seja, o risco é calculável.

Para responder a perguntas sobre saúde, existem sistemas de informação que fazem enormes compilações de dados sobre as mais diversas doenças e promovem informações estatísticas que comprovem os riscos à saúde. A ideia de probabilidade de um risco ocorrer, segundo Castiel, Guilan e Ferreira (2010, p.16), é que faz surgir a noção de fatores de risco, que seriam marcadores que buscam indicar a morbimortalidade futura em função de algum tipo de exposição. Hoje, essa lógica está em toda parte. É comum que até doenças sejam tratadas como risco para outras doenças ainda mais graves, como acontece com hipertensão e diabetes, que são risco para acidentes vasculares encefálicos, ataque agudo do miocárdio e câncer, por exemplo.

Os fatores de risco podem ser provenientes de causas externas ou internas (INCA, 2012). Os fatores internos, também chamados não modificáveis ou intrínsecos, são

---

<sup>3</sup> “Les causes peuvent être identifiées, la probabilité qu’un risque survienne peut être calculée et des dommages éventuels peuvent être évalués” (p.40).



aqueles que dizem respeito à constituição biológica e genética dos indivíduos. Por exemplo, uma pessoa com alteração nos genes BRAC1 e BRCA2 têm risco aumentado para câncer de mama e de ovário. Contudo, não existe um modo de prevenir o desenvolvimento desses cânceres, já que não se pode mudar a constituição genética de uma pessoa. Idade também pode ser considerada como fator de risco não modificável, quanto mais velho, maior o risco de desenvolver doenças (mesmo assim, as pessoas não desejam morrer enquanto ainda estão jovens e saudáveis...).

Sobre os fatores chamados externo, extrínsecos ou modicáveis, é que recai todo o discurso do risco. Isso se dá em função da possibilidade de modificação do comportamento das pessoas que se expõem ao risco. Um exemplo seria o já citado tabagismo, ou o sedentarismo, ou a má alimentação. Esses fatores são tidos como fruto de uma escolha mal feita, que pode ser modificada. Vale ressaltar que os fatores de risco externos podem dizer respeito a um comportamento individual ou a consequências do modo de constituição da sociedade. A poluição ambiental, que é fator de risco para doenças respiratórias e câncer, não é fruto de uma escolha individual, mas da industrialização e da urbanização. Diferentemente, a prática de sexo desprotegido, que é fator de risco para sífilis, síndrome da imunodeficiência adquirida (Aids) e câncer do colo do útero, é fruto de um comportamento ou de “escolha” individual. É interessante que, não por coincidência, os discursos sobre modificação dos fatores de risco recaiam muito mais nesses individuais do que nos coletiva e politicamente produzidos. O adoecimento então passa a ser responsabilidade individual.

O conceito de risco e seus fatores colabora no desenvolvimento de tecnologias que possam diminuí-lo e, quiçá, aniquilá-lo. Com isso, cria-se a sensação de segurança em relação ao futuro, já que o risco está diretamente relacionado com um problema futuro que se pode prever e evitar. Essa sensação reflete a busca pela imortalidade. Conforme afirmam Castiel, Guilan e Ferreira (2010), existe uma “preocupação exacerbada, que o mundo ocidental persegue na atualidade, com a procrastinação da morte e dos sinais do envelhecimento” (p. 29). É como se adoecer fosse um castigo, como ocorria nas narrativas bíblicas. Hoje o adoecimento não é mais castigo pelos pecados, mas pela exposição

inadequada e irresponsável a conhecidos e comprovados fatores de risco. A sociedade hoje volta aos conceitos de doença como algo maligno, nefasto. O adoecimento deve ser evitado e afastado até que se possa viver para sempre. Essa lógica, conforme apontam Castiel, Guilan e Ferreira (2010), sai do âmbito das doenças propriamente ditas e vai até a estética e o envelhecimento. Conforme afirmam:

Em determinados segmentos sociais, mais favorecidos em termos socioeconômicos, o estilo de vida se dirige ao corpo como um bem, cuja aparência de vigor físico e juventude deve ser mantida. A ideia de boas condições de saúde se funde à de atratividade sexual (CASTIEL, GUILAN e FERREIRA, 2010, p. 50).

Contudo, ainda assim, as pessoas adoecem e envelhecem. Czeresnia, Maciel e Oviedo (2013), em seu livro *Os sentidos da saúde e da doença*, problematizam os próprios conceitos de saúde e doença, no sentido de que não existe uma única forma de entendê-los e interpretá-los. Logo no primeiro capítulo, os autores afirmam que:

Os estados de saúde e doença não devem ser pensados de forma cristalizada, mas processual ou dinâmica. Pergunte a qualquer pessoa se ela já esteve doente e será muito improvável receber uma resposta negativa. Não há saúde perfeita ou bem-estar absoluto; as perturbações fazem parte da vida (p. 12-13).

O adoecimento, conforme apontam esses autores, faz parte da vida das pessoas. Não é dizer, com isso, que então não faz sentido evitar os fatores de risco, já que todos adoecerão e morrerão um dia. É apenas dizer que existe um limite no discurso do risco, e que ultrapassar esses limites pode provocar ainda mais adoecimento. O estresse é considerado fator de risco para doenças cardiovasculares e dores musculares. Então, tenta-se evitar o estresse, mas o trânsito continua engarrafado, os prazos continuam apertados e os salários continuam não dando para cobrir as despesas. Assim, pode ser impossível evitar o estresse, e saber do risco que se corre acaba por aumentar ainda mais o estresse e, em consequência, o próprio risco.

Existem limites. A necessidade de perfeição física e juventude eterna é cruel, pois inalcançável. Um paciente de câncer pode sofrer mutilações irreparáveis, que deixarão tanto a memória da doença quanto a imperfeição. Uma doença como câncer permite inúmeros exemplos de como a ampliação do discurso do risco deve ter um limite. O

próprio risco pode ser cruel: você tem câncer porque agiu errado, não se afastou do risco. E se fosse possível evitar todos os riscos? Seríamos eternos e eternamente jovens?

### **A relação entre risco e mídia**

Como a relação entre o risco, seus fatores e a saúde passa a ser corriqueira na vida e no dia a dia das pessoas? Um dos atores importantes para a popularização dessa ideia é a mídia. Imprensa, *on-line*, televisiva, independente do veículo, a saúde e os meios para mantê-la passaram a ser pauta da mídia e a influenciar a relação das pessoas com esses temas no cotidiano. Romeyer (2010) afirma que a emergência de grandes questões de saúde, como a Aids e a vaca louca, multiplicou os discursos e a comunicação sobre saúde, que hoje vai além do contexto médico.

É por meio da mídia que a lógica do risco e de seus fatores torna-se pública e passa a ter relevância na vida das pessoas. No Brasil, não é preciso muito esforço para perceber como o tema da boa saúde, da vida saudável e dos riscos está presente na mídia. Grandes jornais têm seções inteiras sobre saúde, que trazem dicas para uma vida saudável, resultados de novas pesquisas e notícias sobre questões de saúde que afetam o mundo. Nos programas de televisão e rádio, mesmo os que tratam de amenidades, é constante um quadro sobre a saúde. Conforme aponta Romeyer (2010):

As formas atuais de publicização vêm de fato competir com as formas mais tradicionais, como a comunicação pública ou comunicação de ciência. Coexistem Assim, dois tipos de comunicação que são revelados sobre temas de saúde: discurso sobre saúde produzido por atores externos a ela (mídia, políticos, associações), e discursos do próprio domínio (profissionais de saúde, cientistas, doentes), retransmitindo, às vezes, as estratégias e o corporativismo dos diferentes atores(em tradução livre) (p. 2)<sup>4</sup>.

Logo, diferentes atores concorrem no espaço público e midiático com diferentes discursos sobre saúde. A autora aponta que, no contexto francês, existem, no âmbito da

---

<sup>4</sup> Les formes actuelles de publicisation viennent en effet concurrencer des formes plus traditionnelles comme la communication publique ou la communication scientifique. Ainsi, deux types de communication se révèlent cohabiter sur les sujets de santé: des discours sur la santé produits par des acteurs qui lui sont extérieurs (médias, représentants politiques, associations), et des discours émanant du domaine lui-même (professionnels de santé, scientifiques, malades), relayant parfois les stratégies et corporatismes des différents acteurs (p.2).

televisão, por exemplo, programas conduzidos por médicos, que tratam a saúde e a doença de modo mais medicalizado, e programas conduzidos por apresentadores, que trazem relatos de pacientes, de grupos políticos, de associações, enfim, não tratam do âmbito técnico da doença, mas de discursos genéricos sobre saúde e sobre como superar determinados agravos.

No Brasil, temas que relacionam saúde e estética são comumente vistos nos diversos meios de comunicação, principalmente os relacionados ao peso. É muito comum também que doenças crônicas que são consideradas risco para outras doenças, como hipertensão, diabetes e hipercolesterolemia, sejam tratadas exaustivamente. Algumas doenças entram em discussão quando acometem pessoas públicas. O hipotireoidismo foi exaustivamente falado quando o ex-jogador de futebol Ronaldo declarou, em uma entrevista, sofrer dessa doença. O mesmo fenômeno deu-se no caso do linfoma do ator Reinaldo Gianecchini, da leucemia da atriz Drica Moraes ou do câncer de laringe do ex-presidente da república Lula. Desde aulas de anatomia até fatores de risco e tratamento foram assuntos muito pautados pela mídia nesses momentos.

O câncer, de maneira geral, é tema recorrente dos meios de comunicação, principalmente abordando a lógica da prevenção, que será tratada mais adiante. Romeyer (2007) afirma que “o câncer está presente na memória e nas representações coletivas, em primeiro lugar, porque a doença é inerente à existência e, em segundo lugar, porque afeta ou afetou quase todas as famílias de perto ou de longe”<sup>5</sup> (em tradução livre) (p. 52). Logo, o câncer é uma doença considerada de grande relevância. Além de ser inerente à existência e estar presente em todas as famílias, ela tem um alto custo de tratamento, o que o torna relevante também financeiramente. Além desses aspectos, o câncer simbolicamente está associado ao mal e é usado como metáfora para todo tipo de mal, conforme aponta Sontag (1984 p. 51-52):

Fazer a analogia entre um acontecimento ou uma situação política e uma doença significa imputar-lhe culpa e prescrever-lhe um castigo.

---

<sup>5</sup> “le cancer est-il présent dans la mémoire et les représentations collectives, d’une part, parce que la maladie est inhérente à l’existence et, d’autre part, parce qu’elle touche ou a touché presque toutes les familles de près ou de loin” (p. 52)

Isso é particularmente verdadeiro no que se refere ao uso do câncer como metáfora. Ele importa dizer, antes de tudo, que o acontecimento (ou a situação) é absoluta e irremediavelmente perverso.

Tal acepção metafórica do câncer é extremamente presente na sociedade, mas talvez não devesse fazer-se presente na mídia. Essa costuma tratar o câncer como doença, dando visibilidade tanto aos aspectos médicos, quanto às experiências daqueles que sobreviveram à doença. Não cabe à mídia dizer como as pessoas devem entender o câncer, mas, por sua capacidade de influência social, pode ajudar a minimizar ou a expandir esse papel metafórico, dependendo do ponto de vista e do discurso que adote.

A mídia, ao mesmo tempo que dá visibilidade à saúde e às doenças, também adota o discurso dos riscos e seus fatores e da prevenção. A lógica da prevenção é pauta dos principais programas e textos midiáticos sobre saúde. Se existe um limite para o discurso do risco, então existe também um limite para discurso da prevenção.

### **O discurso da prevenção**

Romeyer e Moktefi (2013, p. 33) afirmam que a prevenção surge como o instrumento pelo qual a sociedade moderna aprende a controlar e, depois, a gerenciar os riscos, tendo como consequência a multiplicação de atores, discursos e dispositivos no espaço público. Para Castiel, Guilan e Ferreira (2010), a prevenção surge no momento em que se determina de fato uma relação de causa e efeito, ou seja, quando algo é definido como um risco, como um perigo, então devem-se adotar medidas para evitá-lo.

A prevenção pode ser classificada, conforme Romeyer e Moktefi (2013, p. 3), por critérios que têm mais de 50 anos, como: primária, realizada antes do início da doença; secundária, após a instalação da doença, mas de modo precoce, antes mesmo dos sintomas; e terciária, após a consolidação da doença, para limitar as complicações dela provenientes. Os autores apontam ainda que Robert S. Gordon, no início dos anos 1980, classifica a prevenção como: universal, conjunto de ações para a população em geral; seletiva, voltada para grupos considerados de risco segundo critérios sociodemográficos; e indicada, para pessoas que tenham um índice observável de risco. Para impedir um dado perigo, e assim fazer prevenção, é necessário que esse seja antevisto. Alguns perigos são



fáceis de prever e têm ações de prevenção bastante conhecidas, com uma relação clara entre risco e cuidado. Outros, nem tanto. Ainda, há riscos para os quais a prevenção, por mais que tenha uma relação claramente estabelecida, não é sequer cogitada. Por exemplo, não existe recomendação de que se deixe de andar de carro pelo risco de acidentes graves, mutilantes ou fatais. Sugere-se não dirigir embriagado ou em alta velocidade, mas não há a sugestão de simplesmente não entrar em um veículo automotivo. Talvez pela necessidade de transporte, talvez pelo modelo de desenvolvimento capitalista pautado na indústria automobilística, essa recomendação não é feita, apesar de ser a única prevenção totalmente eficaz para esse risco.

A International Agency for Research on Cancer (Iarc), agência internacional sediada em Lyon, França, especializada em câncer, criou uma tabela que classifica agentes físicos, químicos e biológicos segundo o risco de provocar câncer. Essa classificação se dá por grupos, sendo: 1 para os agentes cancerígenos; 2A para os provavelmente cancerígenos; 2B para os possivelmente cancerígenos; 3 para agentes que não são possíveis de se classificar como carcinogênicos; e 4 para os que provavelmente não são carcinogênicos. Para os agentes dos grupos 2A e 2B, a relação entre exposição e câncer não é tão clara, como é o caso do papilomavírus humano (HPV) do tipo 68 (2A). Existem fortes indícios, mas não se pode afirmar o risco, diferente dos tipos 16 e 18 do HPV, por exemplo, classificados como grupo 1. Em relação ao grupo 3, diz respeito a agentes para os quais não há estudo ou evidência suficiente, apesar de uma desconfiança sobre o papel carcinogênico.

Partindo-se dessas informações da Iarc, é possível pensar diferentes modos de prevenção do câncer. O asbesto, também chamado amianto, é classificado como grupo 1, por isso é uma substância banida em vários países do mundo. Segundo o INCA (2012b, p. 56), até 95% dos casos de mesotelioma (tumor que atinge a pleura e o peritônio) estão associados ao amianto. Mesmo assim, essa substância continua permitida no Brasil. Esse fator de risco é de fácil prevenção, mas o Brasil ainda carece de políticas que protejam os cidadãos, principalmente os que trabalham com o amianto, que são as pessoas mais expostas.

Em relação ao HPV, existem 12 tipos classificados como grupo 1, um tipo classificado como 2A e 14 como 2B. Por mais que existam certezas e possibilidades em relação ao risco para câncer, como promover prevenção do HPV? A lógica da prevenção pode estar no âmbito tanto público, como o amianto, quanto privado, como o HPV. Contudo, por mais que se possa pensar em promoção de comunicação e informação relacionadas a esse vírus, não é de fato possível preveni-lo, pois seu contágio se dá também pelas mucosas, o que quer dizer que, mesmo com uso de preservativo em uma relação sexual, é possível que haja a contaminação. Abstinência e parceiro único seriam dois modos eficazes de prevenção. Eficazes talvez, mas que interferiram excessivamente na esfera privada da vida. Volta-se, então, ao questionamento: existe um limite para a prevenção? Provavelmente sim.

Assim como o risco, o discurso da prevenção também é posto em cena pela mídia. É ela quem veicula e dá publicidade às campanhas de prevenção, que podem ter diferentes origens. Para Romeyer e Moktefi (2013), prevenção e comunicação são conceitos intimamente ligados. Eles firmam que existe uma expectativa de que as mensagens de prevenção favoreçam tanto a manutenção de um comportamento dito “normal” quanto a modificação de um comportamento chamado “de risco”, como acontece nas campanhas contra o tabagismo, realizadas por diferentes esferas de governo no Brasil, que objetivam tanto a cessação de fumar pelo tabagista, ou seja, modificação de um modo de vida “de risco”, quanto o não início no fumo por não tabagistas, ou seja, manutenção de uma vida “normal”.

A prevenção aparece como um modo de proteção da vida e do bem-estar das pessoas. Não fumar, praticar atividades físicas, alimentar-se de maneira saudável, fazer uso contínuo do protetor solar, ter momentos de lazer, evitar o estresse, banir o amianto, entre outras, são ações que podem ajudar à promoção e à manutenção de uma vida saudável. Entretanto, Castiel, Guliam e Ferreira (2010), ressaltam como esse discurso precisa ser visto de modo contextualizado, já que as ações humanas são frutos da história, da cultura, dos fatores econômicos de grupos e sociedades. Não basta uma boa propaganda e algumas afirmativas impactantes para modificar hábitos socialmente

construídos. A própria interferência no comportamento pode ser problematizada, já que o ser humano é subjetivo e singular. Conforme afirmam os autores:

Cada um de nós é a resultante singularizada de complexas configurações bioquímicas, psicológicas, socioculturais, em que o estabelecimento e as tentativas de reordenação da ideia de si mesmo são frágeis e dependem de contribuições genéticas, aspectos epigenéticos, biografia pessoal, estrutura psicológica inconsciente, elementos culturais e até de acasos (p. 49).

É importante ter em mente que informação não é tudo. Existe hoje um fetiche do conhecimento, como se esse, por si só, fosse capaz de mudar a vida e o comportamento. Claro que o conhecimento é essencial para que a prevenção aconteça, mas o acesso à informação, por si só, não é suficiente para isso, caso fosse, não haveria consumo de tabaco e álcool, nem exposição solar excessiva. O conhecimento é condição necessária, mas não suficiente para a prevenção. Esse olhar é importante, pois, muitas vezes, o discurso da prevenção traz no subentendido a culpabilização daquele para quem o risco passou de probabilidade para efetividade.

## O discurso da culpa

A lógica do risco, de seus fatores e da prevenção precisa ser cuidadosamente analisada, pois o fenômeno de culpabilização do paciente, dela decorrente, é tão comum quanto perverso. Romeyer e Moktefi (2013), por exemplo, afirmam que cada um é responsável pela sua própria saúde. Eles utilizam a expressão “autocontrole” para referir-se a essa responsabilidade de cada um sobre suas próprias condições de vida e saúde.

Ações de prevenção e estímulo ao autocuidado são importantes para a saúde pública, pois podem reduzir o adoecimento na sociedade, o que, além de aumentar o bem-estar comum, diminui custos de saúde, questão bastante delicada para os governos em todo mundo. Não se trata aqui de promover um desestímulo a essas ações, mas sim de olhá-las com cautela, sob a ótica da própria vida, que traz intrínseca o adoecimento. Como adoecer provoca desequilíbrio e sofrimento, evitar aquilo que sabidamente adoecer é bom. Contudo, o doente não deve ser visto como culpado pela sua doença, porque racionalmente escolheu

expor-se aos riscos e não se prevenir. Castiel, Guliam e Ferreira (2010), discutindo a questão do sedentarismo, muito em voga nos dias de hoje, afirmam:

Ao desconsiderar o contexto social, cultural, político e econômico em que o sedentarismo se manifesta, tratando-o como fenômeno essencialmente individual e hábito facilmente corrigível por todos, propaga-se o fenômeno da ‘culpabilização da vítima’, que se caracteriza pela responsabilização do indivíduo por suas ações e sua condição de vida (p. 64).

É no momento da doença que as pessoas se sentem mais fragilizadas, pois estão diante da limitação física e da própria morte. Isso é ainda mais latente quando se fala em câncer. Os discursos que acompanham o câncer são de dor, sofrimento, incapacidade, mutilação e morte. Não são meros discursos, já que muitas dessas questões (ou todas elas) podem de fato estar presentes. Então, dizer a um paciente de câncer que a obesidade provoca essa doença não é fazer nada além de culpabilizá-lo, já que esse é um risco bem estabelecido e a prevenção – emagrecimento – seria fruto de uma simples escolha. Mas, cabe problematizar, obesidade é uma simples escolha? Numa sociedade que estabelece padrões de beleza e sensualidade cada vez mais associados à magreza, alguém de fato “escolhe” ser obeso? E com todos os discursos associados ao câncer, alguém simplesmente “escolhe” o dolo eventual, ou seja, correr o risco de ter câncer? Conforme o trecho supracitado, não se pode desconsiderar fatores de outra ordem, que vão além da mera decisão: sociais, econômicos, psicológicos etc. Além disso, no intuito de prevenir-se de uma série de riscos, pode-se expor a outros deles. É o que afirmam Castiel, Guliam e Ferreira (2010), quando colocam que:

Há sinais que apontam para um desajuste básico na proliferação de muitas possíveis causas que nos ameaçam. Isso afeta a viabilidade de controlar, reduzir ou evitar consequências. Caminhar ou correr ao ar livre para prevenir doenças cardiovasculares exige que nos protejamos do sol diante do risco de contrair câncer de pele utilizando filtros solares – algo dispendioso para muitos em um país do lado debaixo do Equador – além de haver ainda riscos de adquirir lesões de tendões, articulações e músculos (p. 100).

Contudo, o uso excessivo de protetor solar e a não exposição desprotegida ao sol mais forte, aquele que deve ser evitado, pode causar carência de vitamina D, necessária para a manutenção do tecido ósseo e atuante no sistema imunológico. Está associada à

prevenção de cânceres, como o de cólon e reto (STUPPIELLO). Então, ao promover uma determinada forma de prevenção, outros riscos podem aparecer. Sem o protetor solar, ocorre envelhecimento precoce e aumento do risco de câncer de pele, com o protetor solar, diminui-se o nível de vitamina D no organismo. Então, cabe questionar se a prevenção é, necessariamente, uma simples opção. A rebote, questiona-se também qual a culpa do paciente que “escolheu” entre câncer de pele e câncer colorretal. É como afirmam Castiel, Guliam e Ferreira (2010, p. 100), “as pessoas podem se sentir oprimidas pela descomunal carga de informações sobre riscos em seu cotidiano”.

E no turbilhão de informações que aponta o dedo e culpa o paciente, aparecem os riscos genéticos. Esses, ao contrário, são os riscos capazes de retirar de sobre o indivíduo a culpa por sua doença, já que nem sempre são conhecidos, muito menos evitáveis. Como apontam Castiel, Guliam e Ferreira (2010 p. 72), “No caso dos riscos genéticos, um gene anômalo que pode trazer doença atual ou futura e que redime o indivíduo de culpa por seu comportamento ou por seu adoecimento”. Os autores afirmam ainda que, apesar dos grandes avanços alcançados na área, genética acaba por trazer mais incertezas e angústias do que benefícios, já que sua aplicabilidade não está tão bem estabelecida. Um paciente com uma alteração genética que seja risco para câncer, por exemplo, pode se sentir inocente, caso ocorra o câncer, mas acaba também por viver uma vida angustiada à espera do tumor maligno que o acometerá (ou não) em algum momento da vida, sem que ele possa fazer qualquer coisa para evitá-lo.

Outro tipo de culpa talvez surja com o mapeamento genético: a culpa por passar adiante os genes defectivos. Ao mesmo tempo que está redimido por seu adoecimento, uma pessoa pode ser culpada pela doença da geração seguinte, já que, mesmo sabendo do seu defeito genético, decidiu ter filhos. Mais uma vez, o discurso do risco, da prevenção e da culpa poderá se fazer presente.

## **Considerações finais**



Entre o discurso do risco, de seus fatores e da prevenção existem muitas questões, algumas postas, outras não. Tudo aquilo que promova bem-estar, qualidade de vida e saúde é importante, louvável e admirável. Mas não é possível que, para isso, perca-se o bem-estar, a qualidade de vida, a saúde e a paz. Por isso é importante o aponte para a linha tênue que diz o limite desses discursos. Não se deve viver a vida com o único intuito de manter-se vivo a qualquer preço, perdendo a alegria, a espontaneidade e os bons momentos da vida, até porque, esses elementos são fatores de proteção para a saúde. A morte é inerente ao estar vivo e, de algum modo, contribui para a significação da própria vida, afinal, que valor haveria na vida se fôssemos eternos? É porque a desejamos e porque ela tem fim que se torna um bem tão importante e inegociável.

Por isso, viver deve ser mais que estar vivo. Não se faz aqui uma apologia a uma vida repleta de riscos, sem qualquer proteção, mas sim a um discurso de prevenção dos riscos que valorize esse bem, mas respeite os limites individuais e coletivos e respeite, acima de tudo, o momento do adoecimento, que traz fragilidades e, de algum modo, também é importante para a construção de sentidos sobre o valor da saúde e da própria vida. Para isso, problematizar a lógica do risco e da prevenção é essencial. Afinal, viver por si só já é um fator de risco, mas desse não devemos nos prevenir.

## Referências

CABRAL, C. M. ; GRUEZO, N. D. Ingestão de Cálcio e Vitamina D e Risco de Câncer Colorretal: uma Revisão Bibliográfica. In.: Revista Brasileira de Cancerologia, vol. 56(2), Rio de Janeiro, 2010; p. 259-266.

CASTIEL, L. D.; GUILAM, M. C. R. ; FERREIRA, M. S. Correndo o Risco : uma introdução aos riscos em saúde. *Coleção Temas em Saúde*. Rio de Janeiro. Editora Fiocruz, 2010. 134 p.

CZERESNIA, D.; MACIEL, E. M. G. S.; OVIEDO, R. A. M. Os sentidos da saúde e da doença. *Coleção Temas em Saúde*. Rio de Janeiro. Editora Fiocruz, 2013. 119 p.

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER JOSÉ ALENCAR GOMES DA SILVA. ABC do câncer: abordagens básicas para o controle do câncer. 2 ed. revista e atualizada, Rio de Janeiro, 2012. 129 p.

\_\_\_\_\_. *Diretrizes para a vigilância do câncer relacionado ao trabalho*. Rio de Janeiro, 2012. 187 p.

\_\_\_\_\_. *Estimativa 2014: incidência de câncer no Brasil*. Rio de Janeiro, 2014. 122 p.

ROMEYER H. (dir.), *La santé dans l'espace public*, Presses de l'EHESP, collection Communication, Santé, Social, 2010, Rennes. 216 p.

ROMEYER H., MOKTEFI A., *Pour une approche interdisciplinaire de la prévention, Communication et Langages*, Vol. 2013, n°176, junho 2013. p 33-47.

SONTAG, Susan. *A doença como metáfora*. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1984.

STUPPIELLO, B. Vitamina D: conheça os benefícios e como obter essa substância. In.: Minhavidia. Disponível em: <http://www.minhavidia.com.br/alimentacao/tudo-sobre/17540-vitamina-d-conheca-os-beneficios-e-como-obter-essa-substancia>. Acesso em: 08 de novembro de 2014.

## **O poder do discurso na indústria cultural** **A partir da elaboração de práticas discursivas<sup>1</sup>**

Rodrigo Parron<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo tem por objetivo analisar o poder do discurso da indústria cultural, ou seja, a partir da grande mídia hegemônica. A relação entre o discurso, indústria cultural e sociedade constitui a base de investigação desse artigo, já que a grande mídia tem como principal característica a produção e difusão de práticas discursivas. Por esse motivo foram analisados conceitos como indústria cultural, multidão, democracia, imagens, discurso e poder a partir de teorias e estudos de autores como Foucault, Lima, Morin, Hardt, Negri e Baitello Jr. O papel desempenhado pela comunicação social nesse cenário também será analisado e será possível uma elucidação de que o processo democrático somente será possível no momento em que políticas públicas forem implementadas pelo Estado, de modo que todas as classes e estratos sociais sejam efetivamente representados pela indústria cultural.

**Palavras-chave:** Discurso; Indústria cultural; Multidão; Poder; Imagem.

### **Introdução**

O discurso é fator inerente na sociedade e para um estudo abrangente do tema é importante uma análise que leve em consideração fatos históricos. Por esse motivo esse artigo buscou, a partir de análise de Foucault, estabelecer uma historicidade dos fatos de modo a elucidar os fatos de forma diacrônica. Para tanto, três épocas distintas serão analisadas (Séc. V a.C.; Séc. XVI e XVII; Séc. XIX) de maneira que a evolução das práticas discursivas possam ser averiguadas a partir de características de cada era.

Características da indústria cultural também serão analisadas nesse artigo, a partir da visão de Morin, já que o meio caracteriza-se como produtor e difusor de práticas discursivas para a sociedade. Faz-se necessário, portanto, uma análise dos conceitos de multidão e democracia, a partir da análise da obra dos autores Hardt e Negri. A indústria cultural é indissociável da sociedade e o discurso é o elo entre ambos.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 - Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação na Universidade Paulista (UNIP). E-mail: [professorparron@gmail.com](mailto:professorparron@gmail.com).

A grande mídia utiliza o poder das imagens técnicas, principalmente a mídia terciária, eletrônica, para difundir suas práticas discursivas por meio das telas, que causam um grande fascínio por muitas pessoas. Tal fascínio é concretizado no exato momento que o sujeito não consegue decifrar a lógica por trás de todo o processo midiático e esse processo é cíclico. Ao mesmo tempo em que consome imagens técnicas, o sujeito também é consumido pelas mesmas. Nesse ponto, esse artigo buscou elucidar os conceitos de imagem e imagem técnica, já que são conceitos distintos, a partir de estudos e teorias elaboradas ao longo dos últimos anos por Pross e Baitello Jr.

A análise desses conceitos permite uma visão clara do poder que a indústria cultural exerce na sociedade, por sua vez constituída por uma multidão. A grande mídia hegemônica, que detém o poder da fala, detém o poder.

O discurso, portanto, caminha lado a lado com o poder. Nesse ponto os estudos de Foucault e Lima trarão elementos fundamentais para uma sólida compreensão do poder do discurso na sociedade, a partir da análise da elaboração de práticas discursivas midiáticas veiculadas pelos mais variados veículos de comunicação.

## **A INDÚSTRIA CULTURAL DA MULTIDÃO**

Atualmente 07 bilhões de pessoas vivem em nosso planeta e diariamente precisam lidar com diversas questões relacionadas às suas vidas – alimentação, segurança, prazer, trabalho, comunicação etc. Com tantas pessoas, cada vez mais conectadas, a construção da democracia visando o bem comum deveria ser uma característica presente e regular na sociedade, mas o que é discutido pelo social atualmente é o entretenimento, por meio de infintos recursos imagéticos produzidos pela indústria cultural<sup>3</sup> e veiculados nos mais variados aparatos tecnológicos de telecomunicações. “O vento que assim as arrasta em direção à cultura é o vento do lucro capitalista. É para e pelo lucro que se desenvolvem as novas artes técnicas.” (MORIN, 1997, p. 22). A indústria cultural, portanto, se desenvolve

---

<sup>3</sup> Apropriação da cultura popular e cultura erudita para produção de conteúdo para a população de uma forma hegemônica.

rapidamente de acordo com Morin, tanto na esfera pública, quanto na esfera privada, visto que o seu poder é maciço na sociedade. A indústria cultural tem como principal objetivo oferecer ao público uma cultura de acordo com a demanda, sendo que a demanda atual é por entretenimento, diversão, arte e consumo. Os meios que dominam as comunicações de massa, como rádio, televisão, cinema, jornais, são os responsáveis pela produção de conteúdos da indústria cultural e como são mantidos e financiados pela propaganda, estimulam o consumo de forma contínua e cíclica, mas no momento que o indivíduo consome algo, esse processo torna-se intangível, “impalpável, uma vez que esse consumo é psíquico.” (MORIN, 1997, p. 24). Novas ideias surgem constantemente na indústria cultural, principalmente em uma era dromocrática, como a atual. Novas ideias e formatos são analisados por veículos de comunicação e tal processo é composto basicamente por três etapas:

A – Rentabilidade do evento, já que todo evento produzido pela indústria cultural possui uma meta de faturamento, ou seja, de retorno sobre o valor investido para produção do mesmo.

B – Oportunidade política, pois interesses políticos são inerentes à indústria cultural e atualmente quem determina a pauta política é a mídia, por meio de sua vasta programação difundida na sociedade.

C – Produção e veiculação do conteúdo, com a finalidade de se alcançar o maior número de pessoas possíveis.

A indústria cultural padroniza sua produção por meio de imagens técnicas – as imagens da TV, dos jornais, das revistas, dos sites da internet etc. “O padrão se beneficia do sucesso passado e o original é a garantia do novo sucesso.” (MORIN, 1997, p. 28). Os formatos são praticamente os mesmos – filmes, músicas, noticiários, novelas, propagandas – o que muda realmente é o conteúdo. O novo, a novidade, possui um risco, pois é uma aposta, já que pode ser bem aceita pela sociedade, mas também corre o risco de desagradar o público destinado para receber tais conteúdos. “No setor da informação, é muito procurado o sensacionalismo (isto é, essa faixa real onde o inesperado, o bizarro, o homicídio, o acidente, a aventura irrompem na vida quotidiana) [...]” (MORIN, 1997, p. 36). Os veículos de comunicação definem quais públicos querem atingir com seus conteúdos, de uma maneira geral “a procura de um público variado implica a procura de variedade na informação ou no



imaginário; a procura de um grande público implica a procura de um denominador comum.” (MORIN, 1997, p. 35). Esses dois cenários promovem a segmentação da indústria cultural e os veículos se posicionarão de acordo com suas características e seus interesses.

Na indústria cultural, tudo aquilo que se parece com o sonho é privilegiado. A indústria cultural “não faz senão investir na corrente do imaginário popular.” (MORIN, 1997, p. 60). Essa é a força motriz que rege tal indústria, que pode ser denominada, portanto, de fábrica de sonhos, da vida perfeita, longínqua e harmoniosa, sempre com final feliz.

Quanto mais local, mais global, visto que “a cultura industrial adapta temas folclóricos locais transformando-os em temas cosmopolitas, como o western, o jazz, os ritmos tropicais (samba, mambo, chá-chá-chá etc.).” (MORIN, 1997, p. 44). Padrões, portanto, são estabelecidos a partir de costumes específicos por meio da veiculação de diversos recursos imagéticos. Esse é um recurso global, já que “a cultura industrial se desenvolve no plano do mercado mundial. Daí sua formidável tendência ao sincretismo ecletismo e à homogeneização, seu fluxo imaginário, lúdico, estético, atenta contra barreiras locais, étnicas, sociais, nacionais, de idade, sexo, educação [...]” (MORIN, 1997, p. 44). Costumes locais, portanto, ao serem veiculados pela indústria cultural são adequados ao grande público, mesmo que para isso sua composição original seja alterada, para agradar tal maioria.

Padrões midiáticos, portanto, criam sujeitos e objetos. “A produção cria o consumidor [...]. A produção produz não só um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto.” (MARX apud MORIN, 1997, p. 45). Segundo Morin, “a produção cultural cria o público de massa, o público universal” já que “a produção cultural é determinada pelo próprio mercado. [...] A cultura de massa é, portanto, o produto de uma dialética produção-consumo, no centro de uma dialética global que é a da sociedade em sua totalidade.” (MORIN, 1997, p. 47). A democratização da cultura estimula o entretenimento e consequentemente o consumo na sociedade. “A cultura industrial tende a integrar bem demais em seus moldes as formas e conteúdos de que se apropria.” (MORIN, 1997, p. 54). Morin aponta que a democratização da cultura passa por um processo de vulgarização e o autor apresenta alguns exemplos: “um

estudo de Chopin, depois de tratamento adequado, vira uma melodia de jukebox; uma melodia de Beethoven vira um chá-chá-chá cantado [...]” (MORIN, 1997, p. 54). O autor

aponta que todo conteúdo que é adaptado para o grande público, sofre um processo de vulgarização. Para Morin, “os processos elementares de vulgarização são: simplificação, modernização, maniqueização e atualização.” (MORIN, 1997, p. 54). Esses processos são caracterizados por diversos fatores, como mudanças de personagens, intrigas, enredos, eliminação de partes mais complexas de uma obra, para que o conteúdo se torne mais simples e com isso seja compreendido pela massa de indivíduos etc. “Simplificação, maniqueização, atualização, modernização concorrem para aclimatar as obras de ‘alta cultura’ na cultura de massa.” (MORIN, 1997, p. 55). Esses processos possuem um objetivo claro e evidente, tornar tais obras facilmente consumíveis pela sociedade.

No Brasil, o período que compreende o final dos anos 1980 e começo dos anos 1990 é marcado pela busca constante da sociedade por entretenimento. “O consumo da cultura de massa se registra em grande parte no lazer moderno.” (MORIN, 1997, p. 67). A sociedade buscava o espetáculo em todas as esferas – na arte, na comunicação, na guerra etc. A política então cedia lugar ao entretenimento, a qualquer custo, mesmo que esse custo se apresentasse como um ganho social.

De uma maneira simples e geral, independente do momento da história, as pessoas simplesmente desejam uma vida digna, com suas necessidades básicas atendidas, mas em nossa sociedade atual de consumo, para uma geladeira estar cheia, outra igualmente precisa estar vazia. Seria utópico há possibilidade de duas geladeiras exatamente iguais em casas distintas, ou seja, cada uma com a quantidade adequada de alimentos e bebidas, mas o exagero de consumo em um domicílio justifica claramente a escassez em outro, e, nesse cenário, vivemos há décadas. Ponto a ser observado, portanto, é a necessidade de equilíbrio social em um mundo que precisa abrigar uma população de bilhões e esses bilhões de indivíduos constituem uma multidão. Logo o termo ‘poder’ é indissociável de multidão, constituída por um poder colossal, que é desconhecido por grande parte das pessoas. De acordo com os autores Hardt e Negri, trata-se do “poder de forjar uma alternativa democrática à atual ordem mundial”, ou seja, emoldurar o “desejo de um mundo de igualdade e liberdade, não apenas exige uma sociedade global democrática que seja aberta e inclusiva, como proporciona os meios para alcançá-la”. (HARDT e NEGRI, 2012, p. 9). Os autores Hardt e Negri, colocam a democracia como ponto vital em uma sociedade, conduzindo a mesma para

uma vida sem medo, insegurança e dominação (aspectos de um mundo de guerra e constantes conflitos), já que a democracia afugenta o medo.

O poder desconhecido da multidão caracteriza-se por: “[...] desejar e reivindicar a democracia global não assegura sua concretização, mas não devemos subestimar o poder que essas demandas poder tem.” (HARDT e NEGRI, 2012, p. 15). Tal poder é subestimado pela própria multidão, já que a multidão é múltipla e composta por infindáveis características que nunca poderão ser reduzidas a uma identidade única. A multidão é uma pluralidade de singularidades, diferente do conceito de ‘povo’, que apresenta uma concepção unitária, uno, singular, única identidade. Multidão, portanto, é um conceito totalmente diferente de povo. A multidão se caracteriza por diferenças: culturais, raças, etnias, orientações sexuais, formas de trabalho, de ver a vida, de se relacionar etc. Multidão é plural, povo é singular. Devido sua pluralidade, a multidão “compõe-se potencialmente de todas as diferentes configurações da produção social.” (HARDT e NEGRI, 2012, p. 14). Produção social como produção de bens comuns – produtos e serviços. Os autores Hardt e Negri apontam o meio internet como uma rede distributiva de dados, ou seja, todos conectados na rede – público e privado –, mas o meio internet atua como uma alternativa de canal de informação e comunicação entre indivíduos, o meio não constitui a multidão, ele tem o papel funcional de facilitar processos comunicacionais. Porém, a perda iminente do desenvolvimento da sociabilidade do indivíduo é fator inerente ao contínuo e crescente uso de aparatos eletrônicos de telecomunicações por parte de tal multidão. A tecnologia nesse setor fascina muitas pessoas, provocando uma inquietante sensação de aproximação, quando na verdade trata-se de um distanciamento social presencial. Tal processo é originado no momento que o corpo é trocado por imagens, ou seja, no momento que a comunicação presencial é trocada pela comunicação à distância. Quanto mais imagens, maior é o número de relacionamentos superficiais, sendo o corpo humano a maior vítima nesse processo. O corpo sucumbe, pois “transformam-se as pessoas em imagens das imagens, superfícies das superfícies. [...] A nova sociedade não mais vive de pessoas, feitas de corpos e vínculos, ela se sustenta sobre [...] uma sequência infindável de imagens, sempre idênticas. O admirável e desejável já não é mais a diferença, mas a absoluta semelhança.” (BAITELLO Jr., 2005, p. 51). A sociedade imagética é constituída pelo consumo exacerbado de imagens, objetivando uma compensação, ainda que

equivocadamente, pela perda dos sentidos de proximidade (olfato, tato e paladar). Esse processo é configurado pela repetição contínua e padronização das imagens.

Hary Pross definiu em sua teoria da mídia, de 1971, que “toda comunicação ou todo processo comunicativo – não importa quantos aparelhos esteja usando – começa no corpo e termina no corpo”, ou seja, não existiria nenhum meio de comunicação, por mais moderno que seja, “se não tivéssemos no início e no final de qualquer mídia um corpo vivo.” (BAITELLO Jr., 2005, p. 61). Por esse motivo Pross define o corpo como a primeira mídia ou mídia primária, isto é, o corpo é o “primeiro meio de comunicação do homem”, ou seja, o corpo “é o seu primeiro instrumento de vinculação com outros seres humanos.”. Por meio do corpo o homem “se aproxima de outros seres humanos, se vincula a eles, cultiva o vínculo, mantém relações e parcerias.” (BAITELLO Jr., 2005, p. 62). O corpo, em sua plena forma, é capaz de gerar infinitos sentidos. O corpo, portanto, é um elemento constitutivo da comunicação e por esse motivo Norval deixa clara a importância de vínculos sociais presenciais para o desenvolvimento da sociabilidade do indivíduo. Wolton (2006) também enaltece que precisamos salvar a comunicação em nossa sociedade, levantando questões que envolvem relações humanas e sua pouca capacidade de comunicação, devido, principalmente, pelo advento das redes de telecomunicações.

## O PODER DO DISCURSO

Discurso é poder, ou seja, quem detém o poder da fala, detém o poder, todavia, o discurso não se limita somente ao aspecto verbal, pois acima de tudo o discurso é igual à prática, sejam elas discursivas ou não discursivas. São práticas para dar poder para quem fala, por meio de credibilidade e práticas para retirar poder, por meio da desconstrução do discurso de uma parte. “Cada discurso tem a sua patologia, que é o discurso periférico, banido pelo discurso hegemônico.” (FOUCAULT, 1971, p. 14). Todos esses processos são, portanto, práticas de lógica do poder, que se baseiam fundamentalmente na compreensão da lógica do ordenamento social. Para Lima, o poder simbólico cultiva e sustenta sua crença na legitimidade, já que “o poder simbólico, por sua vez, refere-se à capacidade de intervir no

curso dos acontecimentos, de influenciar ações e crenças de outros e também de criar acontecimentos, através da produção e transmissão de formas simbólicas.” (LIMA, 2011, p. 217). O poder simbólico, portanto, se constitui a partir de credibilidade, confiabilidade, segurança, prestígio, reputação, ou seja, pelo “capital simbólico”. Tudo se passa no nível do discurso. Os objetos, conceitos e escolhas temáticas das diversas disciplinas são dados no espaço epistêmico formado pela interação de sistematicidades discursivas.” (FOUCAULT, 1971, p. 10). O discurso, portanto, se configura e se constitui a partir de processos.

Para Foucault, o discurso é fator inerente na sociedade e por isso o autor faz uma análise histórica, situando três momentos de nossa “vontade de saber”, ou seja, “três etapas de nosso filisteísmo” que são elas:

A – Século V a. C.: Era sofística. Os sofistas eram professores que percorriam cidades ensinando gramática e oratória, disciplinas importantes nas antigas democracias, como Atenas. Trata-se da era do “discurso eficaz, o discurso ritual, carregado de poderes e de perigos, ordenou-se aos poucos em uma separação entre discurso verdadeiro e discurso falso.” (FOUCAULT, 2014, p. 62).

B – Séculos XVI e XVII: época de grande influência na igreja, principalmente na Inglaterra. Surge nessa época uma “uma ciência do olhar, da observação, da verificação” sendo assim surgem naturalmente “novas estruturas políticas, inseparável, sem dúvida, do surgimento de novas estruturas políticas, inseparável também da ideologia religiosa: nova forma, por certo, da vontade de saber.” (FOUCAULT, 2014, p. 62).

C – Século XIX: época do surgimento da ciência moderna e “formação de uma sociedade industrial e a ideologia positivista que a acompanha.” (FOUCAULT, 2014, p. 62).

Essa análise de Foucault nos permite a compreensão da evolução do discurso na sociedade, já que há 2.500 anos, já se utilizavam de práticas discursivas na Grécia, como exposto acima. Há cerca de 500 anos observa-se que a igreja detinha grande influência política perante o governo e sociedade e praticava esse poder por meio de práticas discursivas baseadas na “vontade de saber”. Do século XIX em diante, ou seja, até os dias atuais, o capital ganha um grande impulso na sociedade por meio de uma “ideologia positivista” baseada no consumo de produtos e serviços. “Onipotência do discurso: é talvez a dimensão essencial da modernidade. Todos os críticos de nossa época, marxistas ou liberais, veem na



onipresença das estruturas discursivas a característica central do mundo contemporâneo.” (FOUCAULT, 1971, p. 12). A vida social, portanto, a partir desse momento passa a se configurar a partir do consumo de bens industrializados e os discursos começam a ser delineados de forma a estimular tais consumos. Se nos séculos XVI e XVII a igreja detinha grande influência social por meio de suas práticas discursivas, a partir do século XIX a mídia também assume esse papel junto à sociedade e ao poder político. “O capital simbólico se transformou no bem mais precioso que um político pode ter e a mídia passa a ser a arena privilegiada em que são criadas, sustentadas ou destruídas as relações do campo político.” (LIMA, 2011, p. 218). Esse ponto esclarece exatamente a forte relação entre essas duas esferas: política e mídia. A sociedade então se rende ao discurso midiático a partir desse momento e esse processo se intensificou ao longo dos anos, chegando aos dias atuais com uma proliferação de práticas discursivas estimulando o consumo de produtos e serviços continuamente, por meio de um processo cíclico de estímulos.

A ordem do discurso, a partir da relação entre quem tem o poder da fala com a sociedade, é composta por modalidades enunciativas:

- 1 – Objeto: conteúdo do discurso
- 2 – Sujeitos: quem o discurso representa
- 3 – Lugares da fala: de onde parte
- 4 – Interdições: tabu, separação, rejeição, rarefação
- 5 – Domínio do objeto: domínio das práticas discursivas
- 6 – Formas de argumentação: descritivo ou narrativo
- 7 – Configuração do campo: adequação do campo discursivo

A ordem do discurso, portanto, se baseia no texto, ou seja, no conteúdo que será discursado e também no impacto que tal discurso causará na sociedade ou público a que se dirige. Por isso o modo e tempo da fala, bem como as lógicas de argumentação constituem a ordem do discurso. Para Foucault, enunciados são caracterizados principalmente por “descrições qualitativas, narrações biográficas, demarcação, interpretação e recorte de signos, raciocínio por analogia, dedução, estimativas estatísticas, verificações experimentais [...]” (FOUCAULT, 2014, p. 61). Para Foucault, portanto, mais importante que o discurso é a lógica da razão, já que “os enunciados, diferentes em sua forma, dispersos no tempo, formam

um conjunto quando se referem a um único e mesmo objeto.” (FOUCAULT, 2014, P. 39). Esse padrão se baseia no poder e tal poder está baseado na credibilidade. Para Foucault, poder é relação e não algo dado, ou seja, trata-se de uma lógica e para o autor, existem três tipos de poder:

A – Poder soberano: o poder da monarquia; corpo-rei; direito; religião; controle executado pela morte exemplar.

B – Poder disciplinar: maximização da força; corpo-máquina; controle realizado por meio do tempo-movimento.

C – Biopoder: otimização da vida; massas; sociedade atual se alimentando do mais gozo e do consumo; controle realizado pela organização social.

Para Foucault as relações discursivas caminham no “limite do discurso”, ou seja, não são nem internas e também não são externas ao discurso. Esse processo determina “o feixe de relações que o discurso deve efetuar para poder falar de tais ou tais objetos, para poder abordá-los, nomeá-los, analisá-los, classificá-los, explicá-los.” (FOUCAULT, 2014, P. 56). Para o autor essas relações caracterizam o “discurso enquanto prática.”.

Como quem detém o poder da fala, detém o poder, é fato que os veículos de comunicação, enquanto formadores de discursos e de opinião, exerçam um vasto poder na sociedade. O veículo monta e oferece seu discurso na sociedade e o mesmo passa a ter a conotação de verdade. A indústria midiática no Brasil vem sofrendo poucas alterações nos últimos anos, já que a mídia hegemônica no país está concentrada nas mãos de poucas famílias.

A histórica concentração do controle da mídia brasileira em mãos de poucos grupos privados restringe a concorrência, vale dizer, a pluralidade de proprietários e, consequentemente, aumenta os riscos de maior controle do conteúdo, isto é, de menos diversidade. [...] É dentro desse contexto midiático que se realizam as relações entre poder e cidadania no Brasil. (LIMA, 2011, p. 222 e 223).

Em sua especificidade material, o discurso de um jornal é composto por suas editoriais, seus cadernos, paginação, infográficos etc. Uma emissora de TV tem a composição de seu discurso composta pelos seus programas, seu padrão de produção e também por sua linha editorial. Em resumo, em uma emissora de TV aquilo que é falado é configurado como

discurso verbal e, por outro lado, aquilo que é exibido (as imagens técnicas) é configurado como discurso não verbal. A grande mídia, por meio de seu poder colossal perante a sociedade, passa a atribuir “a si mesma não só a prerrogativa de fazer o julgamento, mas, sobretudo, de condenar publicamente pessoas e instituições cujos processos penais não foram concluídos ou, em muitos casos, não foram sequer acolhidos pela autoridade judicial.” (LIMA, 2011, p. 226). Toda lógica de construção da informação, principalmente a midiática, é uma lógica de poder. Há casos em que pessoas são condenadas publicamente pela grande mídia hegemônica, com grande destaque, mas logo depois são inocentadas pelo poder judiciário. Nesses casos a grande mídia simplesmente se silencia, além do fato da cobertura da inocência do acusado não ter o mesmo destaque dos ataques recentes a essa pessoa. Situações como essa estão baseadas única e exclusivamente em interesses distintos. Em uma sociedade sempre circulam diferentes interesses e para o poder tornar-se hegemônico ele precisa garantir uma produção e uma circulação do discurso. A hegemonia como violência simbólica, como mecanismo de dominação. A lógica de produção e circulação do discurso está baseada na produção da verdade. Para Foucault, a verdade funciona como “ideologia, o discurso verídico que aliena o seu destinatário na exata medida em que é verídico. A ideologia que pode dar-se ao luxo de aparecer sob a máscara da verdade: a mentira que não precisa mais mentir.” (FOUCAULT, 1971, p. 12). Verdades são sempre lógicas elaboradas de forma a descrever fatos por meio de diversos tipos de narrativas. Não existe a verdade única, pois a verdade é uma construção do conhecimento. Para Foucault, a força da verdade é “sustentada por todo um sistema de instituições que as impõem e reconduzem; enfim, que não se exercem sem pressão, nem sem ao menos uma parte de violência.” (FOUCAULT, 2014, p. 14). A verdade, portanto, vem da pressão e da violência. Foucault define que a ideia de verdade é configurada e constituída diacronicamente, ou seja, fatores temporais constituem a construção da verdade. A produção do discurso, portanto, é controlada, selecionada, organizada e distribuída por meio de procedimentos específicos. “O discurso é aquilo que domina o homem com uma normatividade despótica. [...] O discurso é ao mesmo tempo soberano e prisioneiro. Aquilo ao qual o homem cede [...]” (FOUCAULT, 1971, p. 13). O discurso, portanto, possui um objetivo claro: conjurar seus poderes e dominar os acontecimentos aleatórios na sociedade,

com base em seus interesses. Uma lógica discursiva, portanto, se configura como uma lógica de poder.

Foucault parte do pressuposto que todo discurso midiático, hegemônico, é sempre controlado e dirigido para a sociedade de acordo com interesses circunstanciais, ou seja, de acordo com a linha editorial do veículo que profere tal discurso. Todo discurso pressupõe um modo do saber, seja ele constituído por meio de quaisquer formas de aprendizagem, como observação, experimentação, análise, classificação, quantificação, qualificação etc.

Foucault aponta três grandes sistemas de exclusão que atingem o discurso: “a palavra proibida, a segregação da loucura e a vontade de verdade.” (FOUCAULT, 2014, p. 19). A exclusão por meio da vontade de verdade é a predominante dentre os três sistemas apontados por Foucault, pois a vontade da verdade busca constantemente modificar e fundamentar os outros dois sistemas. A verdade, segundo Foucault, está diretamente ligada ao poder e ao desejo. “[...] a vontade de verdade, essa que se impõe a nós há bastante tempo, é tal que a verdade que ela quer não pode deixar de mascará-la,” (FOUCAULT, 2014, p. 20). Quando a verdade se desvincula do desejo e do poder ela se torna mascarada, porque a partir desse momento a questão não é mais a busca pela verdade, mas sim a busca pelo poder. Dessa maneira, essa verdade assume um papel de delimitação do discurso na sociedade.

Em relação ao controle dos discursos, ponto sinalizado por Foucault é a rarefação do indivíduo que fala, o autor define que “ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfazer a certas exigências ou se não for, de início, qualificado para fazê-lo.” (FOUCAULT, 2014, p. 37). De uma maneira geral, o autor deixa claro que nem todos tem a possibilidade igual de participar de um discurso, ou seja, nem todos terão o mesmo poder de fala e é exatamente dessa maneira que discursos são construídos e desconstruídos, já que o discurso midiático hegemônico, por exemplo, é coercitivo. Ponto que esclarece esse fato é a cobertura da grande mídia de massa brasileira em relação às manifestações ocorridas em junho de 2013 no Brasil. Tais manifestações tiveram início por conta do aumento das tarifas nos transportes públicos, mas essas manifestações tiveram uma repercussão tão grande e tão forte no país que a sociedade aproveitou a oportunidade para reivindicar melhorias em setores como educação, saúde, segurança pública etc. O poder da multidão fica claro e evidente nessas manifestações de junho de 2013, mas como a elite hegemônica, representado pela

grande mídia, não gosta de manifestações, o discurso da multidão é desconstruído pela indústria midiática, por meio de suas práticas discursivas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O forte apreço que muitos indivíduos da sociedade têm pela indústria cultural, possibilita que a grande mídia estabeleça padrões de comportamentos sociais de acordo com seus próprios interesses econômicos e políticos. A relação entre a tríade discurso, indústria cultural e sociedade é uma relação estabelecida por poder no Brasil. Fato que está no centro dessa questão é a democracia, ou seja, o processo democrático em nosso país. Para Lima, “uma das condições para o avanço da cidadania entre nós é a implementação de políticas públicas de comunicação que garantam a consolidação do direito à comunicação para todos os brasileiros.” (LIMA, 2011, p. 227). Nesse sentido é utópico pensar em uma grande mídia hegemônica que garanta um direito igualitário de comunicação para todas as classes, estratos e segmentos sociais. A grande mídia, a partir de suas práticas discursivas, fundamenta liberdade de imprensa como liberdade de expressão, “mas omite que o fundamento dessa liberdade é o direito do cidadão de ser bem informado e de informar também.” (LIMA, 2011, p. 232). Se nem todas as classes são representadas pela grande mídia, se nem todos na sociedade tem o mesmo poder da fala, se discursos são preparados com interesses distintos não existe uma possibilidade real de liberdade de expressão. As práticas discursivas privilegiam aqueles que detêm o poder da fala e consequentemente seus aliados. Esse processo tem muita força na sociedade e segundo Foucault, tem característica de dominação. “O discurso é aquilo que domina o homem com uma normatividade despótica. [...] O discurso é ao mesmo tempo soberano e prisioneiro. Aquilo ao qual o homem cede [...]” (FOUCAULT, 1971, p. 13). Por esse ponto de vista, entende-se que o discurso deve ser plural, promover a diversidade, a representação coletiva da sociedade e seus sujeitos.

O Império privilegia o capital, não a sociedade. A impossibilidade de uma divisão igualitária no capitalismo produz a miséria e os miseráveis são indivíduos sociais invisíveis. Contra os miseráveis a violência é legitimada, pois são miseráveis. A consequência causada



pela desigualdade provoca manifestações e protestos em muitos locais, contra práticas injustas contra as pessoas. Qualquer movimento que expresse queixas contra injustiças e proponha novas reformas “constituem poderosas forças de transformação democrática [...]” (HARDT e NEGRI, 2012, p. 411). Esse é o papel vital dos movimentos de resistência que visam verdadeiramente o bem comum da sociedade. Para que o processo democrático realmente ocorra na sociedade, o governo deve atender demandas sociais, porém a aliança está formada entre governo e a grande mídia que detém o poder da fala. Políticas públicas são necessárias na área da comunicação e devem estimular o surgimento de novos canais de informação, como emissoras de rádios comunitárias, jornais de bairro, emissoras de TV comunitárias. “A imprensa alternativa tem que fazer a mídia chegar mais perto da realidade local, que é uma coisa que não tem no Brasil, apesar de a Constituição de 1988 ter determinado. Nunca aconteceu porque a grande mídia não tem interesse em descentralizar a produção jornalística, até porque custa mais.” (LIMA, 2011, p. 236). O governo e as leis sempre privilegiam o império. Enquanto novas políticas públicas de comunicação, no intuito de fomentar o maior número de canais de informação possível, não forem desenvolvidas e implementadas, a sociedade seguirá seu rumo atual, cuja felicidade é encontrada com práticas de consumo de uma maneira contínua e estimulada pela grande mídia hegemônica.

## REFERÊNCIAS

BAITELLO Jr., Norval. **O animal que parou os relógios**. 2ª edição. São Paulo: AnnaBlume, 1999.

\_\_\_\_\_. **A era da iconofagia: ensaios de comunicação e cultura**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

FOUCAULT. Michel. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

\_\_\_\_\_. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. 20ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

\_\_\_\_\_. **Microfísica do poder**. Organização e tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

\_\_\_\_\_. **O homem e o discurso.** Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, 1971.

HARDT, Michael e NEGRI, Antonio. **Multidão: guerra e democracia na era do Império.** Tradução Clóvis Marques. 2ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2012

LIMA, Venício Artur de. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos.** São Paulo: Paulus, 2011.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose.** Tradução de Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico.** 23ª edição. São Paulo: Cortez, 2007.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação.** São Paulo: Paulus, 2006.

## **Neutralidade da Rede: a Tensão do Discurso na Regulamentação do Marco Civil da Internet<sup>1</sup>**

Silvana Lemos de Almeida<sup>2</sup>

### **Resumo**

Este artigo analisa as tensões nos discursos sobre neutralidade da rede prevista no artigo 9º do Marco Civil da Internet do Brasil, um dos pontos mais polêmicos do projeto. O campo de análise são as matérias divulgadas na rede sobre a regulamentação do Marco Civil da Internet promovido pelo Ministério da Justiça, a Anatel, o Conselho Gestor da Internet e os documentos de mobilização de organizações da sociedade civil. A neutralidade da rede significa que as empresas de telecomunicações que mantêm a infraestrutura de comunicação da internet deverão tratar de forma igual todos os conteúdos que passam por suas estruturas. Mas as operadoras de telecomunicações tanto na Europa como no Brasil e nos EUA lutam para que seja permitido ver e manipular o tráfego de dados de seus usuários.

**Palavras-chave:** marco civil da internet; neutralidade; liberdade de expressão.

### **Introdução**

O Brasil está em processo de regulamentar o Marco Civil da Internet que estabelece princípios e garantias para uso da rede. Desde o início do debate sobre a criação da lei, em 2009, o tema da neutralidade é o que gera mais polêmica. Provavelmente porque a autopista da informação se tornou bem precioso ao unir, de acordo com De Kerkhove:

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPGCom/Uerj. E-mail: [silvanagrey@gmail.com](mailto:silvanagrey@gmail.com).

a interatividade, a hipertextualidade e a conectividade que constituem a base da planetarização das pessoas, assim como das organizações e dos continentes, por uma permanente atualização automática da sinergia dos computadores locais, as redes globais e os satélites.(1999, p. 21)

Raymond Williams já nos alertava ao analisar os satélites que “há uma intenção clara, nos centros mais poderosos, de usar essa tecnologia para ultrapassar os limites nacionais culturais e comerciais existentes”(1989, p.132). Purcel ratifica o pensamento de Williams ao afirmar que “a maioria dos usuários da internet reforça laços sociais localizados e concentra poder em lugares que têm sido dominados historicamente pelas tecnologias de transporte e comunicação” (2014, p.144). Castells também corrobora ao afirmar que o “espaço na sociedade em rede se configura em torno à oposição entre o espaço de fluxos (global) e o espaço de lugares (local), a estrutura espacial da nossa sociedade é uma grande fonte de estruturação das relações de poder” (2009, p.90). O desafio tem sido como regulamentar este espaço quando as tentativas de estabelecer acordos internacionais e nacionais têm esbarrado em interesses econômicos, políticos, jurídicos que ao longo do debate ainda preterem os da sociedade civil. Esta capacidade relacional que envolve atores sociais para influenciar assimetricamente as decisões de outros atores sociais em caminhos que favoreçam o empoderamento das vontades, interesses e valores destes atores para Castells (2009) é o que define poder.

O Marco Civil da Internet (Lei 12.965) foi sancionado em 23 de abril de 2014, véspera do NETMundial - Encontro Multissetorial Global sobre o Futuro da Governança na Internet -, que reuniu representantes de 90 países e 27 Ministros da área da Comunicação, em São Paulo. O evento foi realizado por determinação da presidente Dilma Rousseff, que convocou o Ministério das Comunicações e o Conselho Gestor da Internet para realizá-lo após as denúncias de espionagem do governo americano de informações da própria chefe de Estado e da empresa brasileira mais conceituada até então, a Petrobras. As denúncias de Edward Snowden, agente da Agência Nacional de Segurança Americana, de monitoramento digital da

comunicação, revelam o poder do ‘estado’ de criar, monitorar e até derrubar estas plataformas”<sup>3</sup> (Purcell, 2014, p.149).

Havia uma grande expectativa por parte das organizações do terceiro setor de que o NETMundial estabelecesse um Marco Regulatório Internacional da Internet mas o resultado foi tido como tímido na tentativa de estabelecer normas de convivência mundiais para esta ecologia de redes que é a internet, que inclui tanto a economia das indústrias como os novos hábitos sociais cognitivos, segundo De Kerkhove (1999, p.21). Um dos pontos mais criticados foi o de não trazer o tema da neutralidade, termo cunhado por Tim Wu (2003) que garante o tratamento isonômico do tráfego de dados por parte dos fornecedores de trânsito na Internet - seja provedores de acesso e operadoras de redes que fornecem serviços de banda larga via telefone, cabo, conexão sem fio ou satélite, ou provedores de redes que interconectam os diversos serviços da Internet. Bem distante do que definiu Wu, o documento oficial divulgado pelo NETMundial faz um destaque genérico para neutralidade.

A Internet deve continuar a ser uma rede de redes globalmente coerente, interconectada, estável, não fragmentada, escalável e acessível, baseada em um conjunto comum de identificadores únicos e que permita que datagramas e informação fluam livremente de ponta a ponta independentemente de seu conteúdo legal.<sup>4</sup>

Como não houve consenso também na elaboração do documento oficial do NETMundial, o mesmo indicou que o IGF deveria ser um fórum importante para a continuidade da discussão. O 9º IGF – Internet Governance Fórum<sup>5</sup> foi realizado em Istambul entre os dias 2 e 5 de setembro de 2014. O conselheiro do Conselho Gestor da Internet do Brasil e pesquisador da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Flávio Rech Wagner, destacou que o tema neutralidade foi debatido no IGF num

<sup>3</sup> Plataformas aqui significa a rede, a internet.

<sup>4</sup> [2] A versão não oficial em português do documento final está em <http://www.rets.org.br/?q=node/2530>

<sup>5</sup> O IGF foi criado a partir da Cúpula Mundial da Sociedade da Informação, organizada pela ONU em 2003 e em 2005. Ele é um evento completamente aberto à participação de todas as pessoas e instituições interessadas no tema da governança da Internet. Sua coordenação está a cargo do MAG – Multistakeholder Advisory Group, organismo subordinado à CSTD – Commission on Science and Technology for Development, da ONU.



aspecto mais político, foi argumentado que neutralidade teria que ser regulamentada em legislações nacionais, de modo que o IGF não teria muita influência no tema. Na avaliação do pesquisador, a representante da FCC (Federal Communication Commissions), comissária Mignon Clyburn, deixou claro no debate que o governo dos EUA espera manter regras que garantam uma Internet livre, aberta e neutra, que promova a inovação e não permita discriminação “não-razoável”, um conceito não muito claro de acordo com Wagner.

### **Neutralidade da Rede**

Durante todo o ano de 2013, organizações da sociedade civil que atuam na defesa da liberdade de expressão, direito à comunicação, inclusão digital e pesquisas neste campo como Coletivo Intervozes, Coletivo Digital, Instituto de Defesa do Consumidor, Instituto Nupef, Artigo 19, Conselho Gestor da Internet no Brasil e a Fundação Getúlio Vargas promoveram debates com a sociedade civil pela “web” para desmistificar o termo “neutralidade na rede”, deslocando-se da economia e política para as relações de uso e consumo.

O artigo 9º da Lei que rege sobre a neutralidade diz o seguinte: “o responsável pela transmissão, comutação ou roteamento tem o dever de tratar de forma isonômica quaisquer pacotes de dados, sem distinção por conteúdo, origem e destino, serviço, terminal ou aplicação”. E seu inciso terceiro prevê que “na provisão de conexão à Internet, onerosa ou gratuita, bem como na transmissão, comutação ou roteamento, é vedado bloquear, monitorar, filtrar ou analisar o conteúdo dos pacotes de dados, respeitado o disposto neste artigo”.

Mas as operadoras de telecomunicações tanto na Europa como no Brasil e nos EUA lutam para que seja permitido ver e manipular o tráfego de dados de seus usuários, alegando que empresas de serviços como Google e Facebook fazem isso. De acordo com Freedman (2008, p. 280) o ciclo natural da tecnologia da evolução tem o Google como o categorizador da web, Wikipédia ordenando conhecimento e o Facebook organizando as amizades

onde tecnologias passam por diferentes estágios de desenvolvimento de anarquia e incerteza por meio da consolidação para o restabelecimento das regras e à afetação da propriedade. No entanto, evidencia a natureza profundamente contraditória da inovação tecnológica sob o capitalismo - que beneficia o público desde que aqueles que detêm o poder possam controlá-lo para ficar permanentemente em um estado de caos.<sup>6</sup>

O fato é que os EUA têm um papel decisivo neste processo. Há hoje 14 grandes redes, denominadas “Tier 1”, pelas quais passam praticamente todo o tráfego internacional de dados da Internet. São os nós de rede, nós interconectados que variam de importância mas particularmente uns são chamados de centro (CASTELLS, 2009, p.19).

Os EUA têm o maior número de ASs<sup>7</sup> ativos (cerca de 22 mil), seguido pela Rússia com cerca de cinco mil e o Brasil com aproximadamente 2,5 mil. O pesquisador do Instituto Nupef e membro do Conselho Gestor da Internet no Brasil Carlos Affonso adverte que essa interconexão raramente é entre iguais e que as redes realizadas em transporte maciço de dados são de uma escala incomparavelmente maior à da quase totalidade das redes menores. Se para Castells (2009, p. 44) no capitalismo global, o mercado financeiro global é que tem a última palavra, determinar a escala de valor nestas redes transnacionais e ainda concentrar estas na mão de poucos é manter uma estrutura histórica social de poder.

(...) valor é de fato uma expressão de poder: quem ostenta o poder (muitas vezes não é quem governa) decide o que é valioso. Neste sentido a sociedade global não é inovadora. O que é novo é o seu alcance global e a sua arquitetura em rede. Isto significa, por um lado, que as relações de dominação entre redes são fundamentais. Estão caracterizadas por uma interação constante e flexível: por exemplo, entre mercados financeiros

---

<sup>6</sup> No original: "where technologies pass through different stages of development from anarchy and uncertainty through consolidation to the reestablishment of rules and the reallocation of property rightd. Its is also, however, evidence of the profoundly contradictory nature of technological innovation under capitalism – that it benefits the public so long as it those who own or control it – and is thus likely not to stay permanently in a state of chaos".

<sup>7</sup> A Internet é composta hoje por cerca de 65 mil Sistemas Autônomos (AS). Um AS corresponde a uma rede definida por um conjunto contíguo de endereços IP. Cada uma dessas redes conecta-se a outras tornando esse conjunto de números visível a essas outras redes, de modo que dispositivos localizados em qualquer uma delas pode conectar-se em princípio a qualquer outro desse conjunto de redes, através dos números IP respectivos. A Internet tecnicamente é o conjunto de todas essas redes interconectadas.

globais, processos geopolíticos e estratégias midiáticas. (CASTELLS, 2009, p. 63)

Uma coalizão foi criada para discutir o assunto e está propondo um framework que sirva de modelo para a definição de um padrão para neutralidade. Também foi sugerido que um grupo intersetorial de trabalho poderia discutir o tema, ou seja, entre edições consecutivas do IGF. O grupo foi montado e define internet com um “propósito geral de tecnologia que cria valor não pela sua própria existência, mas envolvendo os usuários para fazerem o que eles querem”<sup>8</sup> Na visão do coordenador da coalizão para neutralidade da rede, pesquisador Lucas Belli, a Internet criará seu valor máximo quando os usuários forem livres para escolherem as aplicações que eles dão o maior valor.

Neutralidade da Internet deve focar no objetivo de preservar a Internet como meio de transmissão neutra e não discriminatória. Assim, a obrigação deve aplicar-se a provedores de acesso somente, e não para a matriz ilimitada de conteúdos, serviços e aplicação disponível através da Internet. As preocupações com poder de mercado, a concorrência, ou o impacto de direitos humanos e obrigações desses serviços são melhor tratadas separadamente. À medida que o papel da Internet nas áreas sociais, econômicas e políticas da vida de todo mundo cresce cada vez mais, os Estados devem agir de forma a assegurar que o gozo dos direitos humanos esteja protegido. Nós acreditamos firmemente que regras baseadas nesses princípios ajudarão a preservar o poder único da Internet para promover a liberdade de expressão e outros direitos.<sup>9</sup> (BELLI, 2015)

Após o NETmundial, duas resoluções sobre Privacidade na Era Digital foram aprovadas no âmbito da ONU, e houve a criação de uma Relatoria especial para tratar do tema da privacidade. No dia 28 de maio de 2015, o relator especial da ONU para

<sup>8</sup> <http://www.networkneutrality.info/>

<sup>9</sup> Internet neutrality must focus on the goal of preserving the Internet as a neutral, non-discriminatory transmission medium. Thus, the obligation should apply to access providers only, and not to the limitless array of content, services, and application available over the Internet. Concerns over market power, competition, or the human rights impact and obligations of these services are best addressed separately. As the role of the Internet in the social, economic, and political areas of everyone's life grows ever greater, states must act to ensure that the enjoyment of human rights is protected. We strongly believes that rules based on these principals will help preserve the Internet's unique Power to promote free expression and other rights.

Liberdade de Expressão, David Kaye, publicou seu primeiro relatório anual<sup>10</sup>, em que analisa a relação entre o direito de expressão e de opinião e o direito à privacidade com uso de criptografia e do anonimato na era digital. No relatório, Kaye deixa claro que uma Internet aberta e segura deve ser levada em conta entre os principais pré-requisitos para o uso pleno da liberdade de expressão e deve portanto ser protegida pelos governos, uma vez que fornece a privacidade e a segurança necessárias para o exercício do direito à liberdade de expressão e de opinião na era digital.

### **Neutralidade nas Consultas Públicas**

Corroborando Maia (2008, p.277) a rede pode proporcionar uma comunicação rápida, direta e sem obstáculos entre os atores sociais. “A inclusão bem como a transformação daquilo que é considerado de interesse público ou não, depende, em grande medida, da própria ação discursiva dos atores da sociedade civil”. Nesse sentido, Maia acrescenta que “o debate público é útil para esclarecer reciprocamente os parceiros; a discussão encoraja as pessoas e grupos a articular boas razões para defender suas causas”. Mas alerta: “o processo discursivo e a negociação de interesses, por meio de práticas comunicativas com maior ou menor grau de formalidade, acontecem dentro de um campo de oportunidades e constrangimentos”.

Tem sido assim a tensão do discurso no processo de regulamentação do Marco Civil da Internet. Desde o início do debate sobre o Marco Civil, um dos pontos destacados foi sua inovação utilizando ferramentas digitais para promover a consulta pública. Castells (2009, p. 13) demarca que este poder do exercício democrático depende da capacidade institucional de transferir sentido pela ação comunicacional.

Três instituições colocaram o debate aberto para receber contribuições através de consulta pública: a Anatel, o Conselho Gestor da Internet e o Ministério da Justiça no primeiro semestre de 2015. Algumas contribuições enviadas a cada consulta sobre

---

<sup>10</sup> Relatório do relator especial da ONU para Liberdade de Expressão publicado em: <http://artigo19.org/blog/criptografia-e-anonimato-sao-essenciais-para-liberdade-de-expressao/>

neutralidade citadas abaixo evidenciam o conceito da capacidade de construir consenso de Castells.

(...) A capacidade de construir consenso ou pelo menos para instigar o medo e a resignação relativamente a uma determinada ordem existente é fundamental para impor as regras que governam as instituições e as organizações da sociedade. E em todas as sociedades essas regras representam as relações de poder incorporadas nas instituições como resultado dos processos de luta e compromisso entre atores sociais em conflito que se mobilizam pelos seus interesses sob uma mesma bandeira de valores. (2009, p.30)

O tema da neutralidade foi o que mais reuniu contribuições no debate sobre a regulamentação do Marco Civil entre 28 de janeiro e 30 de abril de 2015, de acordo com a consulta pública realizada pelo Ministério da Justiça. Segundo o órgão federal, foram cerca de mil comentários distribuídos em mais de 300 assuntos, com quase 200 mil acessos feitos por 40 mil visitantes desde o lançamento da plataforma.

No último dia da consulta, algumas organizações empresariais que têm seus setores jurídicos estabelecidos e a disposição, apresentaram contribuições em conjunto como as do setor de telecomunicações representando Febratel, Sinditelebrasil, Sindisat, Telcomp, Telebrasil, Abrafix, Acel e Abinee, que enviaram uma defesa focada na preservação da "liberdade dos modelos de negócios", ou seja, no modelo de navegação patrocinada. A alegação é que "ofertas que não cobram do usuário o acesso a algumas aplicações, conteúdos e serviços não se confundem com o conceito de neutralidade de rede da Lei"<sup>11</sup>

Por sua vez, a Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (Brasscom), que conta entre os associados com empresas como Algar, Microsoft e Google, defende a neutralidade, mas sugere permitir "modelos de negócios alternativos"<sup>12</sup> para oferecer universalização da Internet por meio de navegação patrocinada, justamente a proposta feita ao governo brasileiro por Mark Zuckerberg, o criador do Facebook, com o Internet.org. O acordo proposto ao

<sup>11</sup> Disponível em <http://marcocivil.org.br/contribuicoes>.

<sup>12</sup> Disponível em <http://marcocivil.org.br/contribuicoes>.



governo brasileiro se insere no projeto Internet.org – [www.internet.org](http://www.internet.org) -, cujo objetivo descrito em seu site é levar serviços gratuitos de internet a dois terços da população mundial que está fora da rede e que formam, justamente, o contingente de pobres no mundo. Criada pelo Facebook com apoio de várias empresas de tecnologia, como fabricantes de terminais e detentores da tecnologia de chips, a Internet.org poderá transformar a gigante norte-americana das redes sociais numa empresa com poder econômico e político intimidador a qualquer Estado ao reunir mídia, empresas de telecomunicações e internet.

Organizações da sociedade civil sinalizaram sua indignação com o anúncio do acordo na Carta de Salvador construída e divulgada durante o V Fórum da Internet, realizada em Salvador, em julho de 2015. O documento inicia com o seguinte apelo:

A neutralidade da rede é explicitamente protegida pelo Marco Civil e, em conformidade a tal proteção, a liberdade dos usuários da Internet não pode ser restrita, favorecendo ou desfavorecendo a transmissão de tráfego na Internet. O tratamento isonômico imposto pelo Marco Civil deve ser implementado técnica e economicamente. Pedimos que o governo promova o acesso não discriminatório à Internet na sua integridade e se posicione claramente contra as iniciativas que violam a neutralidade da rede e que podem determinar a fragmentação da internet.<sup>13</sup>

De acordo com Freedman (2014, p.275), o poder numa democracia liberal é distribuído pluralmente e contribui para uma relativa estabilidade social arranjada. Esta concentração de poder da rede pode tornar a internet verdadeiros jardins murados, aponta Belli (2015).

O fenômeno jardins murados, como em uma ilustração da dimensão interacional da esfera pública, liga a estrutural e representacional dimensão, revelando a estrita ligação entre a diversidade de conteúdo e da diversidade de atores que têm controle editorial sobre esse conteúdo.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Disponível em: <http://movimentomega.org.br/2015/07/carta-de-salvador-sobre-o-futuro-da-internet-no-brasil/> 09.08.2015.

<sup>14</sup> No original: "The walled gardens phenomenon, as an illustration of the interactional dimension of the public sphere, bridges the structural and representational dimensions by revealing the close connection between the diversity of content and the "diversity of stakeholders who have editorial control over that content".

A consulta pública da Anatel de n. 8/2015 aconteceu de 31 de março a 19 de maio de 2015. Durante 50 dias tiveram contribuições justificando potenciais exceções para neutralidade da rede como a prestação adequada de serviços e aplicações por meio do conceito de neutralidade para que se evite que prestadoras de conexões bloqueiem à internet. Nesta consulta a própria Anatel, a Telefônica e a Vivo defenderam que a prática do zero-rating<sup>15</sup> não prioriza acesso nem degradam o tráfego. Organizações do terceiro setor que atuam na defesa do direito ao acesso à informação e da inclusão digital argumentam que o zero-rating pode criar barreiras de mercado para aplicações recém-chegadas que não têm o poder de mercado para fechar acordos com operadoras de telefonia móvel ou fazer parte de pacotes de aplicações, tais como aqueles dentro da Internet.org .

O assessor da Anatel Alexandre Bicalho, durante a I Conferência Internacional sobre Neutralidade de Rede e o Futuro das Comunicações no Brasil realizada pela Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro em oito de maio de 2015, afirmou que o órgão regulador deve trabalhar com diretrizes ao invés de tentar nomeá-las e alerta que nenhuma operadora pode bloquear qualquer serviço ao final da franquia. No mesmo evento, o vice-presidente de Relações Institucionais da TIM, Mario Girassole, criticou a regra da neutralidade argumentando que esta deveria “ser pragmática e não dogmática”. Em sua apresentação quis pontuar a diferenciação de modelos de negócios alegando que a neutralidade traria prejuízos à competitividade.

O Conselho Gestor da Internet no Brasil (CGI.br) recebeu 139 contribuições em propostas para regulamentar o Marco Civil da Internet de organizações do setor acadêmico, empresarial e terceiro setor, além de contribuições individuais de pesquisadores e interessados<sup>16</sup>. Os temas para a regulamentação do Marco Civil da Internet tratam principalmente da neutralidade da rede, da privacidade e sigilo das

---

<sup>15</sup> Zero-ratin é a prática adotada por provedores de serviço de oferecer um conjunto específico ou aplicações de uso livre sem afetar o plano contratado, ou que não descontam da franquia de dados. Esta prática é inerentemente discriminatória – é por isso que foi proibida ou restringida em países como o Canadá, Holanda, Eslovênia e Chile.

<sup>16</sup> Todas as propostas de contribuições estão públicas no site <http://marcocivil.cgi.br/contribuicoes>

comunicações, manutenção de registros de conexão e registros de acesso a aplicações e proteção de registro e dados pessoais.

Em meio às consultas públicas, as empresas de telefonia continuam ofertando pacotes de internet e cortando o serviço com o vencimento da franquia desrespeitando o Marco Civil da Internet. O Senado brasileiro está pondo em cheque todo o avanço até aqui. Organizações da sociedade civil e ativistas denunciaram esta tentativa de retrocesso do Congresso também na Carta de Salvador.

A recente aprovação pelo Senado do PLS nº 494/2008 evidencia um desrespeito ao Marco Civil. Sob o pretexto de tornar mais rigoroso o combate à pedofilia, o projeto de lei retoma graves problemas amplamente debatidos e abolidos na tramitação do PL nº 84/99 (AI-5 digital). Destacam-se a obrigatoriedade generalizada da guarda de dados de conexão e acesso por três anos, no que estabelece a presunção de culpa para qualquer internauta e fomenta o mercado de dados pessoais, que ainda não conta com a devida proteção legal no País; o dever de denúncia dos próprios clientes, criando a figura do provedor dedo duro; e a previsão de acesso a dados pessoais pela autoridade policial sem a necessidade de ordem judicial, justamente a lógica legislativa de padronizar a vigilância em massa, que não só motivou a criação do Marco Civil da Internet... Não podemos permitir que o reativamento do AI-5 Digital, pelo PLS nº 494/2008, desconsidere completamente e simplesmente anule o resultado de uma longa discussão coletiva.<sup>17</sup>

## Considerações Finais

No Brasil a universalização do acesso à internet não é realidade. Conforme a última pesquisa TIC Domicílios e Empresas 2013<sup>18</sup> realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil, 30 milhões de domicílios brasileiros têm computador mas apenas 27 milhões estão conectados à internet. Vinte e quatro milhões de famílias que ganham até dois salários mínimos não têm acesso à internet, 7,5 milhões de domicílios na área rural não tem acesso à internet e ainda 13 milhões de domicílios do Sudeste não têm acesso à internet.

<sup>17</sup> Disponível em: <http://http://movimentomega.org.br/tag/carta-de-salvador/>

<sup>18</sup> Disponível em: [www.cgi.br](http://www.cgi.br)

Enquanto a maioria do serviço de telefonia fixa e de banda larga no Brasil é realizado por apenas três companhias: Telefônica que opera como Vivo, América Móvil que atua com fixo e móvel pelo nome de Claro e a Oi com serviços de fixo e banda larga. O serviço de telefonia móvel é controlado por 4 empresas: Vivo, TIM Brasil, Claro e a Oi .

Com este pano de fundo onde o acesso à internet não é universal aos brasileiros numa rede privada e controlada por poucos, o debate sobre a regulamentação do Marco Civil da Internet tem sido marcado por um impasse infundável de argumentações, inclusive de leituras distintas, do que se define como neutralidade da rede. Buscar este consenso já leva mais de um ano de promulgação da lei. Dahl apud Freedman (2008, p. 276) chama atenção que consenso “é um elemento variável complexo num processo mais ou menos contínuo”<sup>19</sup>.

O tema da neutralidade certamente vai continuar na pauta tensionando o percurso e o discurso da Regulamentação do Marco Civil da Internet porque mexe com todas as variáveis, econômicas, políticas e de direitos da sociedade civil, pondo em evidência interesses cruzados que ora tendem para um lado, ora para o outro, mas que demarcam sem sombra de dúvida que o “poder é relacional e a dominação é institucional” (CASTELLS, 2009, p.47).

## Referências bibliográficas

BELLI, Lucas; DE FILIPI, *Primavera. The Value of Network Neutrality for the Internet of Tomorrow. Report of Dynamic Coalition on Network Neutrality.* Disponível em:  
<http://nebula.wsimg.com/c65488b3edff49adc2dba84e344591bd?AccessKeyId=B45063449B96D27B8F85&disposition=0/> Acesso em 09. 08.2015.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. São Paulo. Editora Paz e Terra, 2000.

---

<sup>1919</sup> No original: "It is a variable element in a complex and more or less continuous process".

\_\_\_\_\_. *Poder da Comunicação*. Inglaterra, Oxford University Press, 2009.

De KERCKHOVE, Derrick. *Inteligencias en Conexión - Hacia una sociedad de la web*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.

FREEDMAN, Des. Paradigms of Media Power. *Communication, Culture & Critique*, volume 8, n. 2, p. 273–289, Junho de 2015.

MAIA, Rousely. *Democracia e a Internet como Esfera Pública Virtual: Aproximação às Condições da Deliberação*. IN: Comunicação e Democracia - Problemas e Perspectivas. São Paulo. Editora Paulus, 2008, p. 277-326.

PURCELL, Darren. The Internet. IN: ADAMS, Paul; CRAINE, Jim; DITTMER, Jason (orgs). *The Ashgate Research Companion to Media Geography*. Londres: Ashgate Publishing Limited, 2014, p. 137-152.

WILLIAMS, Raymond. Meios de Comunicação como Meios de Produção. In: *Cultura e Materialismo*. São Paulo. Editora UNESP, 2011, p. 127-156.

WINSECK, Dwayne. *The Political Economies of Media – The transformation of the global media*. New York: Bloomsbry USA, 2011.

WU, Tim. "Network Neutrality, Broadband Discrimination". *Journal of Telecommunications and High Technology Law*, vol. 2, p. 141, 2003. Disponível em [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=388863](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=388863). Acesso 15.07.2015.



# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

|| Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio ||

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

## **O discurso mobilizador nas campanhas publicitárias de combate à dengue da Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais <sup>1</sup>**

Vívian Tatiane Nunes Campos <sup>2</sup>

### **Resumo**

O estudo da dengue se apresenta como uma questão de comunicação social, porque o combate à doença requer o envolvimento das pessoas, já que os focos do mosquito normalmente se encontram dentro do ambiente doméstico. Em 2010, a Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (SES-MG) lançou o Programa Estadual de Controle da Dengue, que tinha como base três eixos de atuação: a Vigilância Epidemiológica, a Assistencial (hospitalar) e a Comunicação Social. As estratégias de comunicação dividiram-se em duas: as campanhas publicitárias e as ações de mobilização social, porém ambas se influenciaram. Neste artigo iremos analisar e refletir sobre a utilização do discurso de mobilização social nas peças gráficas publicitárias da campanha de combate à dengue da SES-MG.

### **Palavras-chave**

Comunicação e saúde; mobilização social; dengue; campanhas publicitárias.

### **Introdução**

Dois dos possíveis sentidos da palavra dengue, “melindre ou manha”, têm origem na língua espanhola do século XVIII. O nome possivelmente fazia referência ao estado de moleza e prostração, que são característicos da pessoa que tem a doença (VALLE, 2015). O mosquito *Aedes aegypti* é o principal hospedeiro do vírus da dengue e por meio de sua picada, transmite a doença. Para procriar, o *Aedes* necessita de água parada e é no meio urbano e doméstico onde encontra o ambiente ideal, porque é comum a existência de objetos que têm o potencial de acumular água (pratinho de planta, caixa d’água, garrafas, latas, pneus, dentre outros) nestes lugares. Assim, o vírus é propagado com grande rapidez. Considerando essa característica peculiar de transmissão da dengue, nota-se que a questão perpassa tanto a esfera pública, por ser um problema de saúde pública e demandar a participação dos

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestranda na UFMG. E-mail: [viviancampos7@gmail.com](mailto:viviancampos7@gmail.com).

governos, quanto a esfera privada ou doméstica, porque requer que as pessoas tomem atitudes dentro de suas casas para acabar com os focos do mosquito.

A partir desta necessidade da participação das pessoas na resolução de um problema de saúde pública, o poder público buscou nas estratégias de comunicação social ferramentas que pudessem auxiliar no esclarecimento das cidadãs e dos cidadãos sobre a doença e também na mobilização social no sentido de tomarem atitudes de prevenção para evitar o contágio. Assim, conforme Janine Cardoso (2012) explica, floresceram no Brasil campanhas de comunicação social, financiadas pelos governos, que buscavam divulgar informações sobre a doença, e também despertar nas pessoas o engajamento necessário para eliminar os criadouros existentes dentro do ambiente doméstico. Ela esclarece que a partir da década de 1980 vários planos de controle à dengue foram implementados no Brasil, todos eles envolvendo também a comunicação, e em diferentes âmbitos de governo (federal, estadual e municipal). Contudo, foram, de maneira geral, medidas que focaram na eliminação dos focos do mosquito e obtiveram êxito provisório e parcial, mas não conseguiram conter a disseminação do vírus.

Conforme observam Valdir de Oliveira e Áurea Pitta (1996), embora essas campanhas fossem fundamentais para dar visibilidade aos discursos institucionais e às informações de interesse público, eles entendem e nós também, que as campanhas devem funcionar como estratégias de apoio às ações concretas e de caráter técnico dos governos. Também entendemos que a comunicação exerce um papel relevante no processo de consolidação e divulgação das políticas públicas do Sistema Único de Saúde (SUS) e, em especial, na conscientização e combate à dengue, porque a comunicação atua na difusão das políticas públicas de saúde, nas informações e orientações sobre uma doença, por exemplo. Contudo, compartilhamos da visão de Mafra (2011) e Araújo (2012) que descartam a ideia de que as estratégias de comunicação seriam as principais responsáveis pelo fim da doença. Conforme Mafra (2011), os esforços de comunicação, exemplificados pelas campanhas publicitárias governamentais, ganham uma distinção que não deveriam ocupar.

(...) atribui-se a esforços comunicacionais estratégicos e a pulsões de informação um lugar fundamental: imputa-se à geração de relações com públicos e à divulgação e à circulação de informações um caráter central para o extermínio – já que é posto como necessário que os sujeitos tomem conhecimento de como podem contribuir para o controle da doença, em seus próprios espaços cotidianos de vivência, e se sintam, nessa lógica, vinculados a uma causa social mais ampla, que os transcende (MAFRA, 2011, p. 32).

Seguindo esta lógica, a comunicação acaba por ser percebida como um processo transmissivo, em que um emissor (os governos) transmite uma informação para um receptor (os cidadãos) com a intenção de gerar determinados efeitos, neste caso, despertar o envolvimento das pessoas para que estas tomem as medidas necessárias para evitar a doença. É como se as estratégias de comunicação, por si só, fossem capazes de estimular o engajamento nos cidadãos para uma causa, caracterizando uma relação de causa e efeito.

A partir desse olhar, os instrumentos conceituais e metodológicos dos estudos em comunicação orientam-se a contemplar o processo comunicativo de forma mecânica e separada analisando-se, portanto, a lógica da produção, dos emissores, as características dos meios evidenciados por sua natureza técnica e *modos operatórios* (sic): as mensagens e seus conteúdos; a posição e a atitude dos receptores, além de privilegiar os resultados- os efeitos da transmissão (MAFRA, 2011, p. 34).

Inesita Araújo (2012) também questiona esse entendimento de que a comunicação seria o fator preponderante para resolver o problema da dengue. De acordo com a pesquisadora, a dengue, assim como os vários agravos de saúde, é um fenômeno causado por diversos fatores e exatamente por isso exige que seja analisada de modo multidisciplinar e multissetorial. Ela reconhece que entre essas dimensões de interpretação está a comunicacional, exemplificada pelo processo de produção, circulação e apropriação das informações sobre prevenção e o controle da dengue.

Contudo, Araújo afirma que a acabar com a dengue não é, necessariamente, uma tarefa da comunicação.

A autora também pondera que a comunicação tem sido vista como um conjunto de instrumentos encarregados de propagar a voz institucional e esta, por sua vez, está quase sempre “configurando um rol de instruções sobre como a população deve agir em relação aos problemas de saúde”. (ARAÚJO, 2012, p. 54). Ela pontua que a partir dos anos 1990, a mídia adquiriu grande destaque, sendo que em algumas vezes os termos comunicação e mídia foram vistos como sinônimos.

Entendemos que a dengue afeta a vida das pessoas de maneiras diversas: um morador da capital do estado, que resida em um bairro da zona sul tem uma relação com a dengue distinta à de uma pessoa que resida em um bairro periférico da capital ou no interior do estado, por exemplo. Sendo assim, não é possível afirmar que as pessoas considerem a dengue como um problema ou que sejam afetadas do mesmo modo ou, ainda, que lidem de forma parecida com doença. Sobre isso, Araújo (2012) comenta que, de forma geral, as pessoas sabem o que devem fazer para prevenir a dengue, mas a tendência é só tomarem uma atitude quando são afetadas diretamente pela doença.

### **Campanha de combate à dengue em Minas Gerais**

No mês de novembro de 2010, diante da possibilidade de uma grave epidemia de dengue para 2011 (estimava-se 500 mil casos), a Secretaria de Estado de Saúde (SES) lançou o Programa Estadual de Controle da Dengue<sup>3</sup>. Tratava-se de um conjunto de ações articuladas, que envolveriam o Governo de Minas, instituições públicas e privadas e os cidadãos. O programa se propôs a ser permanente (até o fim da doença) e teve como base três eixos: Vigilância Epidemiológica, Assistência (hospitalar) e Comunicação Social (com foco na mobilização social). Foi a primeira vez que o governo de Minas implantou um programa como este e, em especial, concedendo à comunicação social uma posição de destaque no processo.

---

<sup>3</sup>< <http://www.saude.mg.gov.br/component/gmg/service/38-todos-contr-a-dengue>>- Acesso em: 30/05/2015



No eixo da comunicação social, as estratégias se dividiram fundamentalmente, em duas ações: campanhas publicitárias e ações de mobilização social. Nosso foco de análise neste artigo será nas campanhas publicitárias, em especial nas peças gráficas. Contudo, é pertinente esclarecer que as duas estratégias se influenciavam mutuamente, pois, como veremos ao longo do texto, as campanhas publicitárias buscavam acionar estratégias de mobilização, como por exemplo, o reforço na ação e engajamento das pessoas para eliminarem a dengue. De outro lado, as ações de mobilização utilizavam de recursos comuns nas estratégias publicitárias para trabalhar suas atividades.

## **Análise**

Em relação à campanha publicitária de combate à dengue da Secretaria Estadual de Saúde, desenvolvida no período de 2010 a 2014, quatro *slogans* que dialogavam entre si foram utilizados nas peças gráficas: Agora é Guerra –Todos contra dengue (final de 2010 e 2011<sup>4</sup>); A guerra continua- Todos Contra dengue (final de 2011 e 2012); Dengue tem que acabar- É hora de todo mundo agir (final de 2012 e 2013) e Dengue- Ou a gente acaba com ela ou ELA acaba com a gente (final de 2013 e 2014).

Assim, neste artigo iremos analisar a presença do discurso mobilizador em quatro peças gráficas. Do ponto de vista teórico/ metodológico, interpretamos as peças gráficas, a partir da perspectiva da nova análise do discurso, proposta por Patrick Charaudeau (1996). O autor tem como proposta conceber os discursos como algo que resulte de uma articulação de mão dupla e não determinista, entre os planos situacionais e linguísticos. Conforme Charaudeau (2013), para as pessoas se comunicarem, é necessário que elas considerem o contexto da comunicação. Para ele, todo discurso depende de condições específicas ou de um quadro de referência em comum entre os interlocutores para que seja compreendido. Abaixo as peças gráficas em análise:

---

<sup>4</sup> Todas as quatro campanhas foram lançadas no mês de novembro, que é considerado o período em que se inicia a alta transmissão da dengue, devido às altas temperaturas e a chegada das chuvas.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós-Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.



2010 e 2011



2011 e 2012



2012 e 2013



2013 e 2014

Para Patrick Charaudeau “toda troca languageira se realiza num quadro de cointencionalidade, cuja garantia são as restrições da situação da comunicação”. (CHARAUDEAU, 2013, p. 68). Isso nos leva a interpretar que esses interlocutores estejam interligados por meio de um acordo prévio, capazes de reconhecer quais seriam as condições necessárias para se realizar uma troca de conteúdo ou informações. Este acordo é nomeado por Charaudeau como “contrato de comunicação”. Conforme o autor, todo ato de linguagem se dá mediante uma relação

contratual, que é reconhecida pelas duas partes e onde é possível identificar os aspectos: situacional (local de fala de cada interlocutor, quais são seus objetivos, sobre o que falam etc.) e os relativos ao plano comunicacional e discursivo, (como se diz, de que maneira se diz, quais são as estratégias discursivas empregadas, etc.).

Compartilhamos da premissa de Charaudeau (2010) de que para se analisar um discurso é importante observar também o conjunto de forças que se instauram entre os indivíduos que vivem em uma sociedade. Para tanto, ele busca entender o discurso a partir da problemática da influência social na qual os indivíduos falantes são atrizes e atores. Ainda de acordo com ele, não há relações que não estejam marcadas por sistemas de influência. “Estas relações de influência se encenam na linguagem, de acordo com um princípio de alteridade (não há ‘eu’ sem ‘tu’)”. (CHARAUDEAU, 2010, p. 58).

Para Charaudeau, o ato de linguagem tende a se realizar numa situação de comunicação normatizada, que é constituída pela expectativa da troca e pela presença das restrições de encenação (contrato de comunicação e instruções discursivas). O autor afirma que este tipo de situação é capaz de definir a posição de legitimidade dos sujeitos falantes: o “em nome do que se fala”. Contudo, ele pondera que somente a legitimidade não define todo ato de linguagem, pois os interlocutores precisam ter credibilidade para conseguir captar a atenção do público e que para isso recorrem a quatro tipos de estratégias discursivas:

o modo de *estabelecimento de contato* com o outro e o modo de *relação* que se instaura entre eles; 2) a construção da imagem do sujeito falante (seu *ethos*); 3) a maneira de tocar o afeto do outro para seduzi-lo ou persuadi-lo (o *pathos*) e 4) os modos de organização do discurso que permitem descrever o mundo e explicá-lo segundo os princípios da veracidade (o *logos*). (CHARAUDEAU, 2010, p. 59).

De acordo com Helena Brandão (2004), para a corrente da análise de discurso francesa, à qual Patrick Charaudeau se alinha, a linguagem na forma de discurso não funciona apenas como um suporte para gerar a comunicação ou um pensamento, mas também exerce um papel de interação, não sendo neutra, nem inocente. A linguagem

é um lugar de confronto ideológico, que deve ser examinada a partir de uma noção histórica e social. Assim, a autora entende que todos os discursos são ideológicos, aqui considerando a ideologia como algo que faz parte do signo, que por seu caráter arbitrário tem um potencial de gerar sentidos e interpretações. Já Orlandi (2001), complementa afirmando que a análise de discurso, diferente da de conteúdo, considera que a linguagem não é transparente, porque todo dizer sobre o mundo é marcado ideologicamente. “É na língua que a ideologia se materializa. Nas palavras dos sujeitos. O discurso é o lugar do trabalho da língua e da ideologia”. (ORLANDI, 2001, p. 38). Assim, em decorrência dessa liberdade inerente do signo, o discurso tanto pode destacar quanto silenciar opiniões ou posicionamentos.

Percebemos que os discursos presentes nos *slogans* das peças gráficas desenvolviam o argumento de que o problema da dengue é algo que faz parte da vida de todos e que só pode ser resolvido a partir do momento em que as pessoas assimilarem as informações “técnicas” sobre o problema e agirem, ou seja, a participação de todos no combate à doença seria estruturante de toda a estratégia da campanha. Somado a isso, notamos que nos quatro *slogans* (Agora é Guerra –Todos contra dengue. A guerra continua- Todos Contra dengue. Dengue tem que acabar- É hora de todo mundo agir e Dengue- Ou a gente acaba com ela ou ELA acaba com a gente), elementos bélicos e a ideia de mobilização de todas as pessoas em prol de uma causa em comum estão presentes.

Sobre os discursos expressos nos *slogans* das campanhas publicitárias, Maingueneau (1997) comenta que eles contam com um estatuto de autoridade e que, ao mesmo tempo, convocam à ação. O autor acrescenta que o *slogan* tem o potencial de impulsionar e enganar ao mesmo tempo.

Ele consegue dar a seu destinatário a ilusão de ser seu destinador, isto ocorre em função de que ele presume a ausência de um enunciador, tal como ocorre nas citações de autoridade, ausência esta que se volta para o lugar que pode e deve ser ocupado por qualquer enunciador. (MAINGUENEAU, 1997, p. 101).

É como se o *slogan* passasse a fazer parte do imaginário social de um público, de modo que as pessoas se apropriassem do discurso propalado e sem distinguir muito bem se foram elas mesmas quem o produziram ou se o discurso foi preparado para elas.

Nos quatro *slogans* das peças gráficas, notamos que a ideia de guerra está explícita ou implícita. Contudo, observamos que nas duas primeiras peças (Agora é Guerra –Todos contra dengue. A guerra continua- Todos Contra dengue) há uma predominância desses elementos tanto no conteúdo do texto, quanto nas cores e elementos presentes. Na primeira peça observamos a cor vermelha, que remete à ideia de guerra, força, vigor e combate. O texto está escrito com letras em caixa alta e em negrito e há um desenho de uma sirene em cima do texto. Na segunda peça, a cores amarela e vermelha são elementos predominantes peça. A cor amarela dá o tom de alerta. Além disso, no topo e no rodapé da peça, percebemos que foi desenhado um elemento gráfico similar a uma fita zebraada, que é uma faixa de sinalização utilizada para bloquear e isolar áreas em perigo.

A guerra e a sirene não fazem parte de inferências espontâneas na campanha do Governo de Minas, mas são elementos-força escolhidos em meio a um longo processo de elaboração publicitária, orientada pelos poderes públicos junto a necessidades responsivas a eles dirigidas, quanto ao aumento do número de casos de dengue. (MAFRA, 2011, p. 182).

A cor vermelha e a sirene chamam a atenção de quem vê o material gráfico, bem como informam que a situação ali retratada é de urgência ou emergência e que se deve agir rapidamente, assim como procede, por exemplo, uma ambulância que faz um resgate de uma pessoa em situação crítica.

Sobre o discurso e os elementos simbólicos que remetem à ideia de guerra, Mafra (2011) comenta que isso demonstra um descontrole do governo em relação ao controle da doença. “A dengue explicita o descontrole do Governo - seu total abatimento e sua falta do que dizer” (MAFRA, 2011, p.79). Ele também complementa afirmando que no *slogan*: “Agora é guerra: todos contra dengue” é perceptível que o



estado convoca as pessoas como se fossem soldados em um campo de batalha. Mafra (2011) problematiza se realmente faria sentido uma campanha fazer referência à guerra e morte exatamente para evitar mortes em razão da dengue. Ainda de acordo com o autor, embora a orientação estética e conceitual das peças pareça evocar a própria origem de guerrilha, presente no termo mobilização, o simples acionamento deste termo não é capaz de garantir um caráter democrático à ação.

Embora o Brasil seja considerado um país pacífico em relação a conflitos externos, a população, de forma geral, sabe o que significa uma guerra, entende que em situações de conflito há uma forte tendência das pessoas se envolverem e se mobilizarem em prol de uma causa, pois há um inimigo em comum a ser combatido. Assim, por meio da apropriação da linguagem bélica na campanha publicitária, a Secretaria Estadual de Saúde trabalhou com conceitos já presentes no imaginário popular para tentar engajar cada pessoa em uma luta que tinha como objetivo eliminar um problema de saúde pública comum. Assim, o mosquito da dengue configurou-se com um inimigo público a ser combatido em uma guerra que uniria forças do poder público e dos cidadãos.

Lucianna Brito (2014) nos lembra que em momentos de crise, as instituições e governos precisam demonstrar que têm o controle da situação e uma das táticas utilizadas é divulgar informações básicas sobre o problema para as pessoas, porque as sensações de incerteza e insegurança podem gerar pânico. Outro método recorrente também é trabalhar com as noções de comunidade, coletividade e pertencimento, já que esses sentimentos podem estimular em cada um a vontade ou o desejo de se mobilizar em defesa de interesses coletivos e não apenas os individuais.

O discurso de guerra se harmoniza com o do risco e do medo, pois, conforme ressalta Cardoso (2012), as epidemias se impõem como algo que tem o potencial de atingir a todas as pessoas. De acordo com ela, as doenças transmissíveis, em especial as de caráter epidêmico, que podem causar a morte, como é o caso da dengue, fomentam na população um sentimento de preocupação, tensão e também dúvida em relação às formas de organização social, questionando, inclusive, o papel e competência gerencial dos governos. Adicionado a isso, as epidemias são eventos

trágicos que expõem a falta de controle, tanto da sociedade quanto dos governos para resolver o problema e destacam a noção de fragilidade da vida e a possibilidade real da morte. Geralmente uma guerra funciona como uma estratégia de se estabelecer a ordem e minimizar todas essas possibilidades.

Por fim, além do discurso bélico, o conceito de mobilização social foi fortemente incorporado e utilizado ao longo de toda a peça. Podemos perceber nas peças gráficas que a intenção da Secretaria era despertar nas pessoas o engajamento e envolvimento necessários para que tomassem para si aquele problema de saúde pública e passassem a se mobilizar dentro de suas casas para eliminar os focos do *Aedes Aegypti*.

O conceito de mobilização social é definido por Toro e Werneck (2004), como convocação de vontades para um objetivo em comum. Já Henriques *et al.* (2004) reforçam que para acontecer a mobilização social os sujeitos precisam compartilhar objetivos, sentimentos e responsabilidades para tentarem transformar uma realidade, ao lutar por uma causa de interesse público. Contudo, Henriques, *et al.* (2010) ressaltam que o verbo mobilizar também tem uma origem que carrega um sentido bélico, utilizado ao se referir à movimentação de tropas para a guerra, à lógica de lutas revolucionárias ou até mesmo nas ações de guerrilhas. Assim, percebemos que essa foi a apropriação mais significativa feita pela Secretaria Estadual de Saúde ao elaborar sua campanha publicitária.

## Conclusão

Hoje em dia, é comum notar o uso da expressão mobilização para várias situações do cotidiano, como dizer que esta ou aquela torcida de um time de futebol está mobilizada para ir ao jogo. Porém quando se fala em mobilização e é acrescentado o adjetivo social, é possível eliminar algumas ações que não podem ser consideradas como sendo mobilização social. Henriques, *et al.* (2010) ressaltam que a mobilização social pode se referir tanto a movimentos sociais de massa, quanto a várias formas associativas, como projetos de ação voluntária, trabalho cooperativo, fóruns de participação popular institucionalizada, militância partidária, dentre outros.

Eles também compreendem que o sentido de mobilização social no Brasil está fortemente ligado aos processos participativos. Assim, é possível acreditar que a mobilização social ganha força, quando há participação popular, porque ela é capaz de promover o engajamento e o envolvimento das pessoas com a causa. Contudo, eles também ponderam que mobilização não é apenas participação, porque se trata de um processo bem mais amplo e contínuo de engajamento das pessoas e das instituições.

Para Mafra (2011), a mobilização social é um processo comunicativo e um tipo de ação coletiva, que funciona em paralelo a outras ações (institucionais, pessoais, dentre outras). Para ele, os processos mobilizadores são formas de interpretar os problemas públicos, mas não são as únicas maneiras de entender ou resolver essas questões.

Mobiliza-se para tomar parte numa ação pragmática que deve ser executada: a eliminação dos focos do vetor (....) o governo espera fornecer informações tanto para gerar uma espécie de consciência cívica acerca do problema, quanto para que tais cidadãos (então conscientes) sejam capazes de controlar o vetor. (MAFRA, 2011, p. 302).

O autor observa que a simples convocação de vontades não garante, por si só, a resolução de um problema público. Mafra também problematiza o uso da mobilização social apenas como ferramenta estratégica de ação e questiona o fato de se convocar as pessoas para o controle da dengue, mas não haver abertura para que esses mesmos sujeitos participem efetivamente da organização do processo de comunicação, que é anterior a essas ações mobilizadoras.

Por fim, conforme já abordamos, para Henriques (2010) o processo de mobilização não se resume à simples participação das pessoas em alguma ação. A mobilização pressupõe que um grupo de cidadãos esteja envolvido e engajado em torno de uma causa e, para que uma estratégia de mobilização alcance os resultados esperados, as pessoas precisam sentir-se parte do movimento, devem abraçá-lo. Além disso, os grupos precisam estar engajados de tal forma que produzam uma identidade, de maneira a garantir um vínculo ou gerar uma corresponsabilidade em relação à

causa. Henriques também ressalta que esse processo é amplo, complexo e permanente.

## Referências Bibliográficas

ARAÚJO, Inesita; CARDOSO, Janine. **Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007.

ARAÚJO, Inesita. As mídias, as instituições de saúde e a população: convergências e divergências na comunicação sobre a prevenção da dengue. Organicom: **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**, São Paulo, Ano 9. Edição especial, n. 16/17, pp. 50-66, 2012

BRANDÃO, Helena H. **Introdução à análise do discurso**. 2ª ed. rev. - Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2004.

BRITO, Lucianna. **A propaganda de Guerra no Brasil e escócia: O discurso do deslocamento**. 2014. Monografia (Comunicação Social- Publicidade). P.62. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

CARDOSO, Janine. **Entre vítimas e cidadãos: risco, sofrimento e política nas narrativas do Jornal Nacional sobre as epidemias de dengue (1986-2008)**. 2012. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). 2012. Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. **Para uma nova análise do discurso**. In: CARNEIRO, Agostinho (org.). O discurso da mídia. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela M. S. Corrêa. 2. ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso propagandista: uma tipologia**. In: MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renato. *Análises do discurso hoje*. v. 3. Rio de Janeiro: Nova Fronteira (Lucerna), 2010. p. 57-78. Disponível em: <[http://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/2010\\_d\\_Disc-Propag-Belo\\_Vol3\\_ARTICLE.pdf](http://www.patrick-charaudeau.com/IMG/pdf/2010_d_Disc-Propag-Belo_Vol3_ARTICLE.pdf)>. Acesso em: 03 nov. 2014.

CHIARAVALLLOTI Neto F, *et al.* **Controle do dengue em uma área urbana do Brasil: avaliação do impacto do Programa Saúde da Família com relação ao programa tradicional de controle**. Cadernos de Saúde Pública. 2006; 22 (5): 987-997.

CORRÊA, Laura Guimarães. **Mães cuidam, pais brincam: normas, valores e papéis na publicidade de homenagem**. 2011. 244 p. Tese. Doutorado em Comunicação Social. Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte. 2011.

CORRÊA, Laura Guimarães. **Mães Cuidam, pais brincam: metodologia, bastidores e resultados de uma pesquisa sobre publicidade e gênero**. In: Revista Contracampo, v. 28, n. 3, ed. dez-mar, ano 2013. Niterói: Contracampo, 2013. p. 136-154.

ESTEVES, João Pissarra. **Sociologia da comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

FERREIRA, Beatriz et al. Evolução histórica dos programas de prevenção e controle da dengue no Brasil. **Ciênc. saúde coletiva** [online]. 2009, vol.14, n.3, pp. 961-972. ISSN 1413-8123. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S1413-81232009000300032>>. Acesso em 10 de novembro de 2014.

FRANÇA, Vera. Sujeito da comunicação, sujeitos da comunicação. In: GUIMARÃES, César. **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. P. 61-88.

FRANÇA, Vera. **Interações comunicativas: a matriz conceitual de G.H. MEAD**. In: PRIMO, Alex et al. (org.). Comunicação e interações. Porto Alegre, Sulina, 2008.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

HENRIQUES, Márcio, Simeone. (org.), BRAGA, Clara S., BRANDÃO, Daniela do C. e S. & MAFRA, Rennan L. M. **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

HENRIQUES, M. Simeone. **Comunicação e mobilização social na prática de polícia comunitária**. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

LAVILLE e DIONNE. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Trad. Heloísa Monteiro e Francisco Settineri. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

MAFRA, Rennan. **Vestígios da dengue no anúncio e no jornal: dimensões acontecimentais e formas de experiência pública na (da) cidade**. 2011. 354 p. Tese doutorado em Comunicação Social. Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte. 2011.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 1997.

NOGUEIRA, Cláudio M. M. **Considerações sobre o modelo de análise do discurso de Patrick Charaudeau**. Disponível em: <<http://www.portal.fae.ufmg.br/seer/index.php/ensaio/article/viewFile/77/120>>. Acesso em 5 de março de 2014.

PITTA, Áurea; OLIVEIRA, de Valdir Castro. Estratégias de Comunicação frente ao Desafio do *Aedes Aegypti* no Brasil. **Ciência& Saúde Coletiva** 1(1), 1996.



ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 2001.

RESENDE, Gisele *et al.* A Experiência da Mobilização Social em Saúde: abordagens que vão além das ações assistenciais. In: OLIVEIRA e PRADO (orgs.). **A agenda da saúde pública em Minas Gerais: aprendizados, legados e desafios**. 3 V. Belo Horizonte: Autêntica, 2014. P. 343-249.

Disponível

em:

<[http://www.saude.mg.gov.br/images/documentos/A\\_agenda\\_da\\_saude\\_publica\\_WEB.pdf](http://www.saude.mg.gov.br/images/documentos/A_agenda_da_saude_publica_WEB.pdf)>.

Acesso em 17 de fevereiro de 2015.

TORO A., José Bernardo & WERNECK, Nísia Maria D. **Mobilização Social: Um modo de construir a democracia e a participação**. Brasília: Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

VAZ Paulo, CARDOSO, Janine e FELIX, Carla. Risco, Sofrimento e Vítima Virtual: a Política do Medo nas Narrativas Jornalísticas Contemporâneas. In: **Revista Contracampo**, nº.25, dez de 2012. Niterói: Contracampo, 2012. p: 24-42.

## Sites consultados

<<http://www.iof.mg.gov.br/index.php?acao-do-governo/acao-do-governo-arquivo/Internet-ganha-mais-forca-na-guerra-a-dengue.html>>

[http://www.fenapro.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=280:tudo-pronto-para-o-encontro-fenapro-em-florianopolis&catid=50:noticias&Itemid=157](http://www.fenapro.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=280:tudo-pronto-para-o-encontro-fenapro-em-florianopolis&catid=50:noticias&Itemid=157)

<[http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/Curso\\_vigilancia\\_epidemiologia.pdf](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/Curso_vigilancia_epidemiologia.pdf)>

<<http://www.epsjv.fiocruz.br/dicionario/verbetes/vigsau.html>>

<[http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/Curso\\_vigilancia\\_epidemiologia.pdf](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/Curso_vigilancia_epidemiologia.pdf)>

<http://www.ioc.fiocruz.br/dengue/>

<[www.saude.gov.br](http://www.saude.gov.br)>

<<http://dengue.saude.mg.gov.br>>

<[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-59702002000100011&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-59702002000100011&script=sci_arttext)>

<<http://www.projetointermeios.com.br/relatorios-de-investimento>>

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Lei/L12232.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12232.htm)

## **Entre a Comunicação e a Representação Política: *accountability* e autorização na Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária <sup>1</sup>**

Wesley Lopes Kuhn <sup>2</sup>

### **Resumo**

Ao considerar que a Representação Política exercida por organizações civis configuram-se de maneira distinta à representação eleitoral/tradicional, o presente trabalho visa compreender a atuação da Abraço a partir dos contornos atuais dessa categoria e de seus elementos tradicionalmente constitutivos, a saber, autorização e *accountability*. Com a aplicação de questionários a 154 rádios comunitárias e entrevistas com cinco coordenadores da entidade, a pesquisa identifica uma significativa participação dos representados (emissoras comunitárias) na entidade, por meio de mecanismos como filiação, eleições de lideranças, eventos deliberativos e contatos pessoais. A pesquisa constata também que a ampla maioria das rádios consideram a Abraço como sua representante legítima.

**Palavras-chave:** Representação Política; Democratização da Comunicação; Radiodifusão Comunitária; Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária; Rádios Comunitárias.

### **1. Introdução**

Nos últimos anos, houve significativa ampliação da participação da sociedade civil na arena política, o que trouxe novos delineamentos para o pensamento democrático. Essa nova conjuntura permitiu o surgimento de diversas organizações que têm atuado junto ao poder público, representando determinados setores sociais. De modo rotinizado, tais entidades têm participado em novas instâncias de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Mestre em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina e bacharel em Comunicação Social: Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Desde 2014, atua como assessor de imprensa da Secretaria de Comunicação da Presidência da República. Entre 2010 e 2014, atuou como assessor de imprensa do Ministério da Saúde para as áreas de Relações Internacionais, Ciência, Tecnologia e Inovação, Educação e Trabalho em Saúde (incluindo o Programa Mais Médicos). E-mail: [wesley.kuhn@presidencia.gov.br](mailto:wesley.kuhn@presidencia.gov.br).

representação dentro do poder Executivo, como conselhos gestores de políticas públicas e/ou do orçamento participativo; exercendo diretamente a intermediação de demandas perante agências específicas do poder público; participando da política através dos canais tradicionais de caráter eleitoral, como apoio a candidatos e recorrendo ao Poder Legislativo por meio de ações de *lobby* (GURZA LAVALLE et al, 2006a).

No campo da comunicação, é possível identificar o fortalecimento da sociedade civil principalmente a partir dos anos 1980. A luta pelo aprimoramento e democratização das políticas no setor fez com que surgissem diversas entidades, como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), a Executiva Nacional dos Estudantes de Comunicação (Enecos) e a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço). Elas tiveram origem no anseio de buscar alternativas para contrapor o modelo hegemônico de comunicação instaurado no Brasil, que, baseado na experiência estadunidense, caracteriza-se pela oligopolização da mídia no país. Enfrentar os interesses dos grandes conglomerados midiáticos para democratizar os meios de comunicação era a principal bandeira levantada por esses grupos, que viam um papel fundamental na comunicação para construir e ampliar a experiência democrática brasileira.

O movimento em prol da radiodifusão comunitária, surgido em meados dos anos 1980, colocou em evidência uma alternativa viável de construção de um novo modelo de comunicação no país. Dando enfoque ao papel das rádios e TVs, a proposta defendida por esse setor era da pulverização de meios que priorizassem as realidades culturais, regionais, étnicas e de gênero no país, tentando superar os limites da visão de mundo apresentada pelos meios de comunicação hegemônicos, focados no eixo Rio/São Paulo. Com esse propósito, a luta iniciou e as primeiras experiências radiofônicas locais surgiram no país.

Em 1996, esse esforço foi congregado na Abraço, que passou a se configurar como representante das rádios comunitárias perante os poderes legislativo, executivo e judiciário. Passados quase vinte anos da fundação da associação, o presente trabalho

pretende alinhar-se à discussão contemporânea sobre representação política e democracia, para analisar a atuação da Abraço enquanto representante das emissoras comunitárias brasileiras. Retomando os estudos clássicos e contemporâneos de representação política, pretende-se avaliar em que medida há uma aproximação ou distanciamento entre o representante, ou seja, a Abraço, com os seus representados, as emissoras comunitárias, por meio da existência de mecanismos de autorização e *accountability*. Para identificar tal processo, foi realizada entrevista com cinco coordenadores da entidade e aplicação de questionário com 154 rádios comunitárias, o que permitiu a construção de um modelo de análise baseado na concepção da força dos laços de Granovetter (1973).

## **2. De que representação política estamos falando?**

Via de regra, costuma-se associar democracia às eleições. O ato de votar é associado frequentemente a um ato democrático por excelência, ao permitir que os eleitores selecionem os candidatos conforme suas predileções. No entanto, como alerta Miguel (2003, p.130) essa associação entre o sufrágio e a democracia é bastante recente. Como lembra o autor, em pensadores clássicos, como Montesquieu e Rousseau, democracia e eleição não se confundiam.

“Enquanto a democracia se apoia na premissa da igualdade fundamental entre todos os cidadãos, a eleição contempla uma seleção; implicitamente, postula a existência de indivíduos melhor preparados para ocupar os cargos públicos e, é, portanto, um mecanismo aristocrático”. (MIGUEL, 2003, p.130)

Portanto, diversos autores, tanto clássicos quanto contemporâneos, perceberam, na representação eleitoral, um déficit democrático. Os representantes eleitos, em muitos casos, distanciam-se dos cidadãos e pouco ou nada tem de ligação com a realidade destes. Além disso, a participação do cidadão, em muitas democracias eleitorais, está limitada apenas ao momento do voto.

Para tentar romper com esse *gap* entre democracia e representação eleitoral, Pitkin (1967) busca fomentar uma noção democrática da representação. Para isso, a

autora alemã traz alguns apontamentos do que, para ela, seria uma representação ideal, na qual representante e representado tivessem um elo mais próximo. Pitkin traz, portanto, a ideia de que para existir uma representação democrática, é necessário existir três eixos centrais: a) os representantes devem ser autorizados a agir; b) eles devem agir de modo responsivo aos interesses dos representados; c) os cidadãos devem ter as condições de ter acesso a mecanismos de *accountability* de seus representantes.

Além da obra clássica de Pitkin, discussões posteriores, principalmente, de autores ligados às correntes participacionista e deliberacionista foram fundamentais para a ampliação do debate, ao propor, de maneiras distintas, novas formas de organização da democracia com o intuito de ampliar o seu potencial participativo, seja pela valorização de experiências de auto-gestão pela primeira, ou pelo fortalecimento dos aspectos discursivos pela segunda (MIGUEL, 2003). As críticas à democracia eleitoral feitas nesse contexto trouxeram um resgate importante sobre a necessidade de participação dos cidadãos, enaltecendo que sem a presença ativa desses nos processos decisórios a democracia torna-se um elemento apenas procedimental.

Young (2006) parte do entendimento de Pitkin sobre o papel do representante e tenta ir além, entendendo que a representação deve ser definida em termos de *différance*, remetendo ao pensamento de Derrida. A definição da autora chama atenção para os aspectos de relacionamento entre representante e representado, buscando encontrar um vínculo que permita uma relação mais democrática entre ambos. Conforme Young

Conceitualizar a representação em termos de *différance* significa reconhecer e afirmar que há uma diferença, uma separação entre o representante e os representados. Evidentemente, nenhuma pessoa pode pôr-se por (stand for) e *falar como* uma pluralidade de outras pessoas. A função do representante de *falar por* não deve ser confundida com um requisito identitário de que o representante *fale como os eleitores falaria*, tentando estar presentes por eles na sua ausência<sup>3</sup>. (YOUNG, 2006, p.11)

---

3 Grifo no original.



Sendo assim, o relacionamento estabelecido entre representante/representado é diferenciado e mediado no tempo e no espaço, no qual a desconexão entre ambos é sempre possível, e a conexão é mantida por meio de antecipações e retomadas em momentos de autorização e *accountability*. Concordando que sua definição de representação tem um significado estritamente normativo, ela defende que um processo representativo é pior, na medida em que a separação tende ao rompimento, e melhor, na medida em que estabelece e renova a conexão entre os eleitores e o representante e entre os membros do eleitorado.

Portanto, para ter-se uma boa democracia, é necessário uma via de mão-dupla. Ao mesmo tempo em que os representantes devem prestar contas e obter a autorização do eleitorado para atuar, os representados precisam estar dispostos a mobilizar-se para participar ativamente de ambos os processos: “Assim, a qualidade e a legitimidade da representação vão depender do grau de articulação e organização da sociedade civil, ou seja, da participação” (LÜCHMANN, 2007, p.166).

Young e Pitkin, sem dúvida, trazem contribuições importantes para repensarmos a representação eleitoral, com o intuito de, do ponto de vista normativo, buscar reformá-la para atender princípios democráticos. No entanto, estudos recentes, como de Avritzer (2007), Saward (2006, 2009), Montanaro (2010), Urbinati e Warren (2008), Gurza Lavalle et al. (2006a, 2006b e 2008), e Castiglioni e Warren (2006) tentam recuperar a noção de representação política atrelando-a a uma visão mais abrangente. Essa nova visão de representação se deve à ampliação da participação da sociedade civil nas arenas decisórias e deliberativas.

Com um espaço mais amplo de participação, diversos atores individuais e coletivos têm reivindicado o papel de representantes de determinados setores sociais sem ter sido formalmente autorizado pelo mecanismo tradicional do voto. Os exemplos de representações são inúmeros. Costuma-se estar na condição de representante pessoas, grupos ou entidades. Em relação ao que é representado, a questão se torna bem mais abrangente chegando-se inclusive a considerar-se nesse papel, além de indivíduos e grupos, a natureza, animais ou discursos (SAWARD,

2009; DRYZEK e NIEMEYER, 2008). O nome dado para essas novas formas de representação varia na literatura. Alguns dos termos encontrados são de representação presuntiva (GURZA LAVALLE et al, 2006a, 2006b e 2008), representação auto-autorizada (URBINATI e WARREN, 2008), representação auto-nomeada (MONTANARO, 2010), entre outros. A preocupação é análoga àquelas que mobilizaram a obra de Pitkin e de Young: como avaliar se uma representação é realmente democrática? Ou, em outros termos, como torná-la o mais democrática possível?

O fato é que os pontos salientados tanto por Pitkin quanto por Young, de que para uma representação ser democrática é preciso apenas que ela seja autorizada e que seja fortemente *accountable* passou a ser fortemente debatido entre os teóricos, já que há uma ausência, em muitos casos, ou uma pluralidade em outros desses requisitos.

A autorização, por exemplo, tornou-se um conceito de natureza complexa ao analisar a pluralização da representação. Castiglione e Warren (2006) defendem que a dimensão de autorização nas novas formas de representação é extremamente ampla. Ela pode surgir da habilidade de grupos em atrair seguidores através de petições e filiações, de características descritivas como raça e gênero, da divulgação de objetivos que convirjam com os dos representados ou até mesmo a simples visibilidade pública mensurada pela venda de livros e exposição na mídia. Cabe destacar que os autores diferem entre grupos que exigem a filiação dos representados dos que não possuem tal grau de aproximação. Para eles, esse vínculo abre a possibilidade de grupos que recebem filiados reivindicarem a legitimidade de sua representação. Os grupos de filiação voluntária, que permitem a que seus membros saiam de suas estruturas, promovem um importante indicador de representação (GOODIN apud CASTIGLIONE e WARREN, 2006). Além disso, a existência de mecanismos democráticos internos, incluindo eleições e transparência pode fomentar também tal legitimidade.

Em caminho análogo, Montanaro (2010) traz uma importante contribuição para a definição de *accountability* nesse novo contexto. Para a autora, a *accountability*

envolve tanto deliberação (explicitação e justificativa dos comportamentos a outros atores) como a possibilidade de controle (para ser responsabilizado, para ser sancionado de alguma maneira). A partir dessa definição, a autora propõe a divisão em duas categorias: 1) *accountability* organizacional; 2) *accountability* discursiva.

A primeira está relacionada a possibilidade dos representados conceder “autorização organizacional” através de (des)filiações, doações, votos e debates internos. A autora dá, nesse primeiro momento, um papel de destaque à figura do dinheiro, já que reter (ou ameaçar reter) recursos é uma maneira importante de realizar sanção organizacional. Montanaro defende que determinados mecanismos tem a possibilidade de servir tanto para autorização como *accountability*. Ela cita como exemplo o voto, que pode servir tanto como autorização (eleição) como *accountability* (re-eleição ou destituição de cargos). Da mesma maneira, a filiação serve para ambos. Entrar em um determinado grupo ou entidade fornece, de certa maneira autorização, e sair é um mecanismo de sanção/*accountability*.

A *accountability* discursiva está relacionada à publicidade da representação política. Para que a autorização seja (ou não) reconhecida e para que a *accountability* seja estabelecida, a atuação dos representantes deve se tornar pública. A base deve ter condição de avaliar a legitimidade da representação com as informações recebidas sobre as atuações políticas e comportamentos dos representantes. É só tornada pública que a representação pode ser questionada, combatida, apoiada e gerar debate sobre o tema em questão. A *accountability* discursiva é o modo para a obtenção da autorização discursiva e para que ela seja alvo de discussão, fomentando movimentos de concordância, discordância e gerando até possíveis alternativas aos rumos do processo representativo (DRYZEK e NIEMEYER, 2008; MONTANARO, 2010).

Não há dúvidas, portanto, que a representação política passa por novo delineamento, em que o contexto de ampliação da democracia enseja novas características a ela. Analisar, portanto, a atuação da Abraço, a partir do panorama teórico trazido acima nos permite compreender a complexidade da Representação Política exercida por entidades civis. Com base na identificação de mecanismos de

autorização e *accountability* é possível buscar elementos que possam contribuir na tentativa da redefinição da categoria no debate democrático contemporâneo.

### **3. A representação política na Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária.**

No intuito de analisar a representação política exercida pela entidade foram realizadas cinco entrevistas com coordenadores da Abraço. Além das entrevistas, a pesquisa utilizou-se de survey para a obtenção de dados primários. Foram aplicados 154 questionários por telefone a rádios comunitárias de todas as regiões do país. O objetivo foi definir em que momentos os participantes atuam ativamente nos processos de Autorização e *accountability* e entender como se dá o relacionamento entre representante e representado.

O questionário foi consolidado levando em consideração seis possibilidades de relação<sup>4</sup> em que a entidade e seus representados criam vínculos entre si, a saber: 1) filiação; 2) processo eleitoral; 3) acesso a boletins informativos e ao site da entidade; 4) participação em congressos da entidade; 5) participação em outros eventos como cursos e debates; 6) contato pessoal com os dirigentes.

Na pesquisa de dissertação em Sociologia Política, concluída, mais dados são apresentados, mostrando uma análise detalhada de cada um dos seis aspectos mapeados, bem como a contextualização histórica da entidade com base nos depoimentos de seus coordenadores. Aqui, no entanto, em função do espaço mais curto, o destaque será dado à utilização de Análise de Redes Sociais (ARS) para mapear as forças dos laços entre representante e representados.

---

<sup>4</sup> A decisão em utilizar esses seis possibilidades é uma contribuição específica da pesquisa, baseada nas características da entidade. Não há nenhum estudo conhecido que busque enumerar os mecanismos de autorização e *accountability* existentes em organizações civis como a Abraço, por isso a necessidade de criação de critérios específicos para a presente pesquisa.

### 3.1 A Análise de Redes Sociais (ARS)

Para melhor compreensão da metodologia utilizada, destaco alguns conceitos-chave de redes sociais, a saber, os de ator e de laço. As definições abaixo são baseadas principalmente nos trabalhos clássicos de Granovetter (1973) e Wasserman e Faust (1994).

Para a ARS, o ator, vértice ou nó pode ser uma pessoa, um grupo de pessoas, uma entidade, etc. No presente estudo, os atores são as emissoras comunitárias e a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária. O laço relacional (*relational tie*) ou laço ou ainda ligação (*linkage*) é o que permite estabelecer a relação entre os atores. Para fins de pesquisa, será utilizada a classificação de Granovetter (1973) na qual os laços são divididos em três categorias: laços ausentes (*absent ties*), laços fracos (*weak ties*) e laços fortes (*strong ties*).

Toledo (2004) cita diversos modos de se mapear as forças dos laços, como, por exemplo, a frequência de contato, que indexa o montante de tempo gasto no vínculo; a proximidade, que mapeia a intensidade da relação; e, para representar a intimidade, analisa-se a profundidade dos temas e a extensão da confiança entre os atores.

Ao utilizar esse método, pode se perceber a existência, ou ausência, de relações entre a Abraço e seus representados, permitindo compreender em que circunstâncias estruturas que permitem ou não a existência de *accountability* e de concessão de autorização. Sendo assim, pode-se perceber as (ir)regularidades existentes na composição e no estabelecimento de relações entre representantes e representados.

Com o intuito de analisar as redes formadas em mecanismos de autorização, foram consideradas seis questões de sim ou não da pesquisa de *survey*. A partir das respostas elaboradas pelos representados, foram mapeadas as forças dos laços existentes entre a Abraço e seus representados com base na seguinte gradação:



Zero respostas afirmativas: Laço Inexistente

Três, duas ou uma resposta afirmativa: Laço Fraco

Quatro, cinco ou seis respostas afirmativas: Laço Forte

Dentro desse contexto, dialogando fortemente com as concepções trazidas pela ARS, foi traçado um panorama da configuração dos laços estabelecidos entre a Abraço e as rádios comunitárias.

Das rádios que participaram da pesquisa, 151 conseguiram nos responder todos os questionamentos necessários para a construção desse padrão. Foram mapeadas as respostas afirmativas para as seis questões principais do presente trabalho: 1) se a emissora é filiada; 2) se participa do processo eleitoral; 3) se acessa mecanismos de divulgação e intercâmbio de informações; 4) se participa em congressos da entidade; 5) se participa em outros eventos, como cursos e debates; 6) se estabelece contato pessoal com os dirigentes.

Foi possível perceber que 59 rádios, ou seja, 38% da amostra, citaram quatro ou mais respostas positivas. Essas rádios, de maneira geral, são filiadas à associação, participam das eleições da entidade, ou seja, dos mecanismos estabelecidos de autorização e se preocupam em acessar informações e manter contatos com os dirigentes para participar na construção da representação política.

Fonte: construção própria

Responderam de uma a três alternativas de forma positiva 61 emissoras (39,5%). Essas rádios encontram-se em uma posição intermediária. Não participam no cotidiano da entidade, mas também procuram aproximar-se ocasionalmente dela.

Por fim, 30 emissoras (20%) não têm nenhum vínculo estabelecido com a associação. Não tendo respondido nenhuma das questões supracitadas afirmativamente, essas emissoras optaram por não posicionar-se no debate para a construção da entidade. Outras 4 emissoras (2,5%) não puderam ser quantificadas por não terem respondido todos os questionamentos necessários.

Chamam a atenção, portanto, dois elementos. Em primeiro lugar, 120 emissoras (cerca de 78% da amostra) estão, pelo menos parcialmente, interessadas na atuação da Abraço. Ou seja, estão de alguma forma vinculada à entidade. Entre os itens que mais contribuíram para a construção do vínculo (tabela 25) estão o acesso a informações, citado por 90 emissoras. Logo a seguir aparecem o número de filiados, 75, e o contato com dirigentes, 74.

O menor dos critérios utilizados é a participação em eleições. Como para votar é necessário que se esteja filiado à associação, 84 não responderam a questão, 79 pela ausência desse critério e outros 5 por não saber ao certo se a emissora participou ou não em algum momento do pleito.

**Tabela 1: Construção de Vínculos**

Critério	Sim	Não	N.R.	Total
Filiação	75 (48,7%)	79 (51,3%)	0	154 (100%)
Eleição	31 (20,1%)	39 (25,3%)	84 (54%)	154 (100%)
Acesso a informações	90 (58,4%)	64 (41,6%)	0	154 (100%)
Congressos	69 (45%)	85 (55%)	0	154 (100%)
Outros eventos	50 (32,5%)	100 (64,9%)	4 (2,6%)	154 (100%)
Contatos com dirigentes	74 (48%)	77 (50%)	3 (2%)	154 (100%)

Fonte: Construção própria

Relembrando a perspectiva de Young, o ideal para a democracia seria que quanto mais forte se estabelece o vínculo entre representante e representado, melhor seria para a representação política. No entanto, o fato de os dirigentes das emissoras

terem que se preocupar com a gestão, com o financiamento e com a programação torna compreensível o maior número de vínculos fracos do que fortes na entidade.

Em termos de autorização, esses vínculos aparecem inicialmente na filiação. Se cerca da metade das emissoras estão dentro da entidade (portanto, filiadas), a Abraço possui uma importante justificativa para colocar-se na condição de representante. Para o *accountability* organizacional, ao colocar em evidência a sanção, a entidade possui elementos como a desfiliação e a não filiação, além das eleições, nas quais dá-se às emissoras a oportunidade de concorrerem ou votarem na(s) oposição(ões). Já a *accountability* discursiva repercute nos congressos, no acesso e troca de informações, em participação em eventos e no contato pessoal com dirigentes. Aqui, é dada a oportunidade para que os representados se manifestem sobre os rumos de sua atuação e proponham melhorias.

Portanto, é possível inferir que a Abraço tem atuado com espaços e estratégias que permitem com que parte significativa das emissoras comunitárias brasileiras tenham vínculo constituído com a entidade, o que, em tese, proporciona a essa gama de representados a possibilidade de influência ativa na construção da representação política.

#### **4. Considerações Finais**

A Abraço tem se configurado nos últimos anos como uma das principais entidades na luta pela democratização da comunicação no Brasil. Sua inserção tanto em prol das demandas relacionadas à radiodifusão comunitária quanto na construção de um novo modelo de comunicação, alternativa à oligopolização, posiciona a entidade em um papel de relevância na busca por políticas que possam trazer melhoria para o setor e, principalmente, para as radcoms.

Ciente da relevância da entidade, o presente trabalho buscou olhar para a Abraço por meio da lente da representação política. Como vimos, recentemente, a bibliografia especializada vem admitindo uma pluralização das formas de

configuração da representação política. As organizações civis como a Abraço têm, sem dúvida, permitido que setores da sociedade, sem representação formal nos mecanismos institucionais, possam ter suas reivindicações, se não atendidas, pelo menos direcionadas às esferas decisórias. E é esse o esforço que boa parte das associações brasileiras têm empreendido ao atuarem “em nome de outros”, em busca de aprimorar a representatividade de determinado grupo social.

É ainda mais recente o debate sobre o que essas novas formas de representação política implicam para a democracia. Se as associações têm influências variadas (WARREN, 2001; COHEN; ROGERS, 1995), olhar para a parte interna da entidade, ou seja, para a relação representante/representado pode ser útil para inferir qual o seu grau de compromisso com o ideal democrático. Ou melhor: em consonância com o modelo de Democracia Comunicativa (YOUNG, 2000), é possível desse modo refletir sobre como a entidade atua para dar voz a todos aqueles abarcados pela representação (ou pelo menos à maior parte deles).

Young foi a autora neofrálgica para a construção do trajeto realizado por esse trabalho. Ao apontar *autorização* e *accountability* como aspectos centrais para o aprimoramento democrático da representação política, ela trouxe elementos que tornaram possível buscar, na análise empírica, respostas para mapear o nível de relação entre representante e representado na Abraço. Essa visão da autora, que vincula de maneira praticamente indissociável representação política e democracia, permitiu analisar o caso da entidade, em busca de elementos que aprimorassem essa relação.

A junção de aspectos de *autorização* e *accountability* possibilitou inferir a força dos laços das radcoms com a entidade. Como vimos, 78% das emissoras possuem alguma relação com a Abraço. O que mais surpreendeu nesses vínculos foi a amplitude de emissoras que, ao serem questionadas no *survey*, reconhecem a Associação como representante legítima das radcoms. Inserem a Abraço nesse papel 70% das rádios, ou seja, 20% a mais do que o número de filiadas. Com esse dado, pode-se afirmar que ampla parte das emissoras, filiadas ou não, desvinculam a

representação política da necessidade de existência formal de vínculo entre representante/representado. Em outras palavras, essas emissoras não se importam tanto em participar da construção do que será representado, mas sim de que exista alguma organização atuando no papel de representante.

Ao focar a relação entre as radcoms e a entidade, este trabalho não adotou uma visão estrita em relação à representação política. Ciente de que as discussões concernentes à associação estudada não se referem apenas aos temas trazidos aqui, é possível apontar para futuros estudos, que possam abordar como se desenvolvem as relações com outros atores como o FNDC, a Fenaj, etc. e com os poderes Executivo e Legislativo. O contexto que a entidade constrói ao dialogar com esses atores deve influenciar também na sua atuação como representante e em como suas demandas serão aceitas e/ou debatidas. Para citar novamente Young (2000), a representação envolve também o diálogo deliberativo que o representante faz com outros setores da sociedade. E é assim que, talvez, na soma desses elementos se possa construir uma representação política mais democrática.

## REFERÊNCIAS

AVRITZER, Leonardo. **Sociedade Civil, Instituições Participativas e Representação: da Autorização à Legitimidade da Ação**. Dados. Rio de Janeiro, RJ, v. 50, p. 443-464, 2007.

CASTIGLIONE, Dario; WARREN, Mark. **Rethinking democratic representation: eight theoretical issues**. 2006. Disponível em: <http://www.politics.ubc.ca/index.php?id=2516>.

DRYZEK, John; NIEMEYER, Simon. Discursive representation. **American Political Science Review**, Vol. 102, No. 4, pp 481-493, November, 2008.

GRANOVETTER, Mark. **The strenght of weak ties**. American Journal of Sociology, Vol. 78 (6), pp. 1360-138, 1973.

GURZA Lavalle, Adrián; CASTELLO, Graziela. Sociedade civil, representação e a dupla face da accountability. **Caderno CRH**. Cidade do México e São Paulo (UFBA. Impresso), v. 21, p. 67-86, 2008.



GURZA Lavalle, Adrián; HOUTZAGER, Peter; CASTELLO, Graziela. Representação política e organizações civis: novas instâncias de mediação e os desafios da legitimidade. **RBCS**. Brasília, DF, v. 21, n. 60, p. 43- 179, Fev., 2006a.

GURZA Lavalle, Adrián; HOUTZAGER, Peter; CASTELLO, Graziela. Democracia, pluralização da representação política e sociedade civil. **Lua Nova**. São Paulo, SP, n. 67, p. 49-103, 2006b.

LÜCHMANN, Lígia Helena Hahn. A representação no interior das experiências de participação. **Lua Nova**. São Paulo, SP, n. 70, p. 139-170, 2007.

MIGUEL, Luis. Felipe. Representação política em 3D: elementos para uma teoria ampliada da representação política. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Brasília, DF, v. 18, nº. 51, p. 123-40, 2003.

MONTANARO, Laura. **The democratic legitimacy of self-appointed representatives**. 2010. Disponível em: [https://circle.ubc.ca/bitstream/handle/2429/28877/ubc\\_2010\\_fall\\_montanaro\\_laura.pdf?sequence=1](https://circle.ubc.ca/bitstream/handle/2429/28877/ubc_2010_fall_montanaro_laura.pdf?sequence=1) Acesso em 15 de agosto de 2011.

PITKIN, F. Hanna. **The concept of representation**. Berkeley: University of California, 1967.

SAWARD, Michael. The representative claim. **Contemporary Political Theory**. Vol. 5, Iss. 3; p. 297-318. 2006.

TOLEDO, Fernando. **Como entender los factores condicionantes de la movilidad ocupacional mediante los aportes de la nueva sociología económica?** Revista convergencia. UAEM, 2004, v.34, p251-274

URBINATI, Nadia; WARREN, Mark. **The concept of representation in contemporary democratic theory**. *Annual Review of Political Science*, nº. 11, pp. 387-412, 2008.

WARREN, Mark **Democracy and Associations**, Princeton, Princeton University Press, 2001.

WASSERMAN, S e FAUST, K. **Social Network Analysis: Methods and Applications**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

YOUNG, Iris. **Marion. Inclusion and democracy**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

YOUNG, Iris. Representação política, identidade e minorias. **Lua Nova**. São Paulo, n. 67, 2006.

## **Na balança dos gêneros:**

**A dieta de Dilma Rousseff na cobertura política  
dos sites O Globo, O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo<sup>1</sup>**

Ana Cristina SCHWAMBACH<sup>2</sup>

### **Resumo:**

Este artigo analisa a questão de gênero presente na cobertura jornalística sobre a dieta da presidente Dilma Rousseff, colocando em discussão o importante papel da mídia para a representação da mulher na política. Como corpus de estudo foram analisadas 75 matérias veiculadas pelos portais online dos jornais O Estado de S. Paulo, O Globo e Folha de S. Paulo, no período de 5 de dezembro de 2014 a 5 agosto de 2015.

**Palavras-chave:** Dieta; Cobertura Midiática; Gênero; Jornalismo; Política.

### **Introdução e metodologia**

“A fome de Dilma”, “O governo não acredita em dietas”, “A boca fechada de Dilma” – são apenas alguns dos títulos que abrem matérias, não sobre a dieta seguida pela presidente Dilma Rousseff desde dezembro do ano passado, mas sim sobre seu segundo mandato. Este artigo tem como objetivo analisar a cobertura política que busca analogias e desdobramentos políticos com base na dieta adotada pela presidente, que estabelece relações entre o peso e sua atividade política e tem uma motivação ligada ao gênero.

O objeto da pesquisa é composto de 75 matérias veiculadas pelos portais online dos jornais O Globo (27 matérias), O Estado de S. Paulo (23 matérias) e Folha de S. Paulo (25 matérias), escolhidas entre 425 resultantes da busca feita nos próprios sites com as palavras-chave “Dilma” e “dieta”. Primeiramente foi realizada uma análise de conteúdo com as matérias, agrupando-as em cinco categorias, sendo estas: “sobre a dieta” (47 matérias), “gente como a gente” (7 matérias), “governo e dieta”

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria júnior, na PUC-Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Estudante de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Membro do grupo de pesquisa Tecnologias da Comunicação e Política. E-mail: [rioanacris@hotmail.com](mailto:rioanacris@hotmail.com).

(10 matérias), “vida privada x vida pública” (11 matérias) e “ridicularização” (3 matérias)<sup>3</sup>.

Esse primeiro exame mostrou que a dieta não era retratada da mesma forma em todas as matérias, mas sim que o estudo de casos emblemáticos dentro do corpus seria muito mais proveitoso visto que a maneira como os discursos eram construídos mostrava-se como principal elemento de pesquisa. Sendo assim, com a ajuda dessa primeira investigação foi possível escolher tais casos para realizar uma análise de discurso<sup>4</sup>, observando as categorias preestabelecidas.

Foram então analisadas de maneira qualitativa onze matérias, sendo elas<sup>5</sup>: “Dilma aproveita feriado para pedalar e reforça ‘agenda positivo’” do Estadão e “Apesar de crise, Dilma quer passar imagem humana” da Folha, enquadradas na categoria “gente como a gente”; “A boca fechada de Dilma” e “A política do absurdo” do Globo e “Governo prepara novas medidas para ampliar ajuste fiscal, diz Dilma” da Folha, enquadradas na categoria “governo e dieta”; “Diário de um blog no twitter: Desaprovação do governo Dilma na capital paulista bate em 90%”, “O estado da presidente inspira cuidados!” e “A fome de Dilma” do Globo e “Sinal de desespero” do Estadão, enquadradas na categoria “vida privada x vida pública”; e por último as matérias “Dilma faz defesa de Graça Foster em jantar com parlamentares mulheres” do Globo e “Após encontrar Obama, Dilma indica que crise da espionagem está superada” da Folha, enquadradas na categoria “ridicularização”.

As desigualdades de gênero estão presentes em nosso cotidiano e também na esfera política. É importante que se discuta o papel da mídia na construção, perpetuação e desconstrução de estereótipos nesse campo, pois a relação da comunicação com a democracia e a política é “simbiótica e vai desde a construção de líderes políticos, aos processos de formação da opinião pública, passando pelo debate

<sup>3</sup> As categorias não são mutuamente excludentes, mas apenas três matérias entraram simultaneamente em mais de uma delas – todas compartilhando as categorias “sobre a dieta” e “vida pública X vida privada”.

<sup>4</sup> A referência usada foi o artigo “Análise de discurso”, de Rosalind Gill, que se encontra entre as páginas 244 e 271 do livro “Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático”, organizado por Martin W. Bauer e George Gaskell (9ª edição, Ed. Vozes, 2011).

<sup>5</sup> Os links para acesso às matérias estão ao longo do artigo.

sobre democratização dos meios e representações de minorias e chegando ao papel das novas tecnologias” (SARMENTO, 2014, p.4).

Desse modo, conseguimos perceber que as instituições não são as únicas responsáveis por combater as desigualdades, tal responsabilidade também diz respeito à comunicação:

Estenderam-se os horizontes em que a desigualdade foi historicamente pensada; incluíram-se a casa, a família, o corpo e a sexualidade, como algumas das arenas cheias de nós que impedem que a autodeterminação das mulheres enquanto sujeitos políticos se efetive completamente (Biroli, 2013; Okin, 2008; Young, 1987; 1989;). A tarefa de desatá-los, contudo, não se dá somente no plano das instituições, da efetivação de políticas públicas e da criação de ações afirmativas (Guzman, 2001; Matos, 2009; Miguel, 2000a; Matos e Paradis, 2013; Phillips, 2001), para citar só alguns dos esforços fundamentais no combate às disparidades. A democratização das relações de gênero passa, também, por um domínio discursivo, comunicante (SARMENTO, 2014, p.2).

O presente artigo será dividido em duas grandes partes. Na primeira será feita uma discussão sobre a representação da mulher dentro da política. Na segunda parte haverá a análise do conteúdo obtido pela pesquisa nos portais online, buscando apontar como a grande quantidade de matérias que falam da dieta e o uso dela como ponte para fazer críticas e comentários sobre o governo têm uma motivação ligada ao gênero.

### **A representação da mulher na política**

O campo da política ainda é dominado por homens. Basta uma rápida pesquisa para descobrirmos que, em 2015, apenas 10% dos governos mundiais são chefiados por mulheres e que não é preciso ir muito longe para notar a diferença gritante no número de homens e mulheres na política: no Brasil apenas 13% dos assentos da Câmara dos Deputados e 9% do Senado têm representação feminina.

A representação do que é ser político e de quais características são buscadas em alguém que almeje uma posição no campo tangem diversas vezes a uma caracterização tipicamente masculina. Nos curtos intervalos democráticos da história do país, o direito da mulher a participação política é consideravelmente inferior ao dos homens. Sendo assim, questões ligadas ao gênero marcam profundamente essa esfera.

Por esse motivo, características socialmente atribuídas a homens como firmeza e racionalidade são esperadas de “homens públicos”, enquanto às mulheres são atribuídas características como gentileza e cautela, além de outras ligadas à sua vida privada (criação dos filhos, cuidados com a casa, etc.) gerando dúvidas sobre sua capacidade de administração dentro de um Estado.

Essa distinção entre características “de homem” e características “de mulher” está muito enraizada em nossa cultura, sempre aproximando o homem de aspectos profissionais e a mulher de aspectos ligados à aparência e seu corpo. Conseguimos enxergar isso em nosso cotidiano com facilidade usando como exemplo os resultados da busca pelos termos “homem” e “mulher” no site Sinônimos<sup>6</sup> (que apresenta 400 mil sinônimos para palavras e expressões em português). Quando se pesquisa por sinônimos de “homem”, são encontrados dez sinônimos para três sentidos da palavra, entre eles “adulto”, “indivíduo” e “esposo”. Além disso, em termos relacionados, encontramos as expressões “homem de negócios” e “homem público”. Já quando a pesquisa é feita com a palavra “mulher”, são encontrados vinte e oito sinônimos para seis sentidos desta. Além de três sentidos similares aos apresentados para a palavra homem, para palavra mulher são apresentados três sentidos a mais, ligados à aparência e sexualidade, sendo eles “mulher feia”, “mulher bonita” e “amante”. Aparecem na lista sinônimos como “mulher-feita”, “concubina” e “beldade”, além de ter como termos relacionados às expressões “mulher atraente” e “mulher da rua”.

Pensando de maneira simplista, seria fácil para uma mulher se “encaixar” no meio político: bastaria que assumisse uma postura fria, calculista, firme e agressiva, uma postura de alguém que consegue lidar com os problemas que são enfrentados nessa esfera. Porém, aquelas que agem desse modo são tidas como masculinizadas - com uma conotação negativa. Não é aceito por grande parte da sociedade e dos veículos jornalísticos que mulheres ajam “como homens” ao mesmo tempo que suas qualidades “de mulher” não são aceitas no mundo dos negócios. Sendo assim, há um

---

<sup>6</sup> Esse site é parte do Dicio, dicionário online de língua portuguesa que tem mais de 400 mil palavras e verbetes e 30 mil sinônimos. É da empresa 7Graus. A equipe conta com uma professora de língua portuguesa, uma lexicógrafa, um mestre em informática e um jornalista. Disponível em: <http://www.sinonimos.com.br/>



eterno impasse envolvendo a imagem que alguém do sexo feminino precisa adotar para que seja simplesmente admitida.

Essa caracterização demonstra um tratamento diferente da mídia com candidatos e representantes homens e mulheres. Como apresenta Christina Holtz-Bacha:

Há décadas, temos escutado mulheres em todo o mundo se queixando de como os media parecem estar mais interessados em seu visual e em sua vida privada que em suas preocupações e objetivos políticos: como elas se vestem, como está seu penteado, se seu marido tem que preparar as próprias refeições, e quem cuida das crianças enquanto elas estão fazendo política. Seus colegas do sexo masculino raramente são confrontados com esse tipo de questionamento. Isso significa dizer que mulheres na política são avaliadas sob critérios que não vêm do campo da política e que não aparecem na avaliação de políticos do sexo masculino. (HOLTZ-BACHA, 2013, p.48)

Essa questão se faz presente em campanhas, entrevistas, debates e matérias que envolvem eleições e política, fazendo com que a mídia desempenhe papel central na formação e perpetuação de estereótipos.

Não é raro assistir ou ler matérias inteiras sobre a vida pessoal de uma candidata a cargos legislativos ou executivos (especialmente cargos majoritários), enquanto, quando se trata de candidatos, as reportagens costumam deter-se a assuntos administrativos. Não se pode dizer que questões da vida privada são restritas às mulheres, mas sim que estão sempre presentes na cobertura de suas campanhas e governos, ao passo que campanhas e governos liderados por homens apresentam tais questões em segundo plano ou até mesmo podem não apresentá-las. A presença desta diferenciação no campo político brasileiro pode ser encontrada na análise de Mota e Biroli sobre a cobertura das eleições de 2010.

Holtz-Bacha aponta um “fenômeno” que deixaria ainda mais evidente a escassez de mulheres na política: o fenômeno da primeira mulher. Sentido no Brasil recentemente com a eleição de Dilma para a presidência em 2010, esse evento nada mais é do que a maior cobertura por parte da mídia feita em cima de mulheres que alcançam os mais altos cargos políticos em um país:

Observa-se de perto o que a “primeira mulher” está fazendo, como ela se comporta, se ela está fazendo tudo certo ou, e ainda mais, se ela está fazendo algo errado. No entanto, ao mesmo tempo, a novidade que vem com o fenômeno da primeira mulher

demonstra o quão extraordinário é uma mulher chegar ao topo da política: elas são novatas em um negócio masculino, e têm de se familiarizar com as porcas e os parafusos dessa engrenagem (HOLTZ-BACHA, 2013, p.50).

Portanto há uma discrepância entre “aquilo que se espera de uma mulher” e aquilo que uma mulher precisa apresentar à sociedade quando chega a um cargo político majoritário, precisando esta mesclar os aspectos de sua vida privada (sua personalidade, visual, casamento, etc.) com os problemas de governo.

## **Dieta em pauta**

Essa pesquisa tem como objeto 75 matérias veiculadas pelos portais online dos jornais O Globo, O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo, escolhidas entre 425 matérias resultantes da busca feita nos próprios sites com as palavras-chave “Dilma” e “dieta”. Estabelecemos como limite para composição do corpus de análise o período de tempo de 5 de dezembro de 2014 a 5 agosto de 2015. Foram escolhidas 11 matérias que tinham como tema central a dieta adotada pela presidente ou que a citavam em algum momento e que utilizavam a dieta de maneira metafórica ou analógica para fazer críticas ao governo para realizar a análise de discurso.

## **Gente como a gente**

Nas eleições de 2010, Dilma Rousseff concorreu a Presidência pela primeira vez. Ela, José Serra e Marina Silva apresentaram-se como os três principais candidatos ao cargo. Fato inédito, a presença de candidatas entre os concorrentes ao cargo fez com que questões de gênero viessem à tona, começando pelo tratamento diferenciado dado pelos veículos para o candidato e as candidatas. Mota e Biroli (2014, p.7) fizeram um levantamento dos tipos de enunciados que apareceram no primeiro turno:

Na cobertura de Dilma, aparecem enunciados como “pop star da política”; “em vez de emagrecer, engordou”; “(...) e aquela escova caprichada depois de horas de salão foi-se à primeira chuva” e a pergunta “A senhora tem coração mole?”. Na de Marina, fala-se da “(...) filha Shalon, uma espécie de anjo da guarda que enche a mãe de carinho”; destaca-se que “Marina perdeu dois quilos na campanha”, menciona-se a “maquiagem levíssima, feita com produtos antialérgicos; na boca o batom mais natural do mundo. Raspas de beterraba para colorir os lábios da candidata verde”. O

que marca os dois primeiros casos fica claro quando se observa o tratamento dado a Serra: “O cidadão José Serra tem fama de dormir tarde, muito tarde (...). O homem não para”; “Palmeirense roxo”; “o candidato chega sério, e a caminho do estúdio ajuda uma funcionária a recuperar o sapato perdido”; “Serra só relaxa com a família” (MOTA E BIROLI, 2014, p.7).

Esse trecho mostra que, por mais que não houvesse uma distinção formal que poderia ser taxada como preconceituosa, havia “discursos que mobilizam concepções convencionais de gênero como se fossem um dado” (MOTA E BIROLI, 2014, p.7). Essa diferenciação está tão presente no campo da política que demanda estratégias diferentes também para homens e mulheres. Nas palavras das autoras: “Em uma política masculina, o gênero não é uma questão para os homens, mas marca as mulheres de modo que exige que se expliquem e se qualifiquem por serem mulheres e enquanto mulheres.” (MOTA E BIROLI, 2014, p.9).

Essa demanda de estratégias eleitorais que tem como base o gênero faz com que as mulheres assumam diferentes perfis em suas campanhas. Luciana Panke em seu livro “Campañas electorales para mujeres” lista sete estereótipos mais frequentemente assumidos por aquelas que se candidatam a altos cargos políticos e três tipos de imagens “ideais”. Entre essas imagens ideais estão a “mulher guerreira” (com os subtipos “guerreira líder” e “guerreira dura”) e a “mulher mãe” (com os subtipos “mãe cuidadosa” e “mãe sensível”), que foram encontrados em 2010 tanto na campanha de Dilma quanto na de Marina (2015, p.107).

Dilma saiu vitoriosa das eleições - a *primeira* mulher presidente do Brasil – o que abriu espaço para mais matérias sobre seu comportamento, aparência e características pessoais. Sua imagem como uma presidente tecnocrata começou a ser montada, desde então rendendo mais pontos para discussão sobre a representação da mulher na política. A própria presidente chegou a falar sobre a diferenciação no tratamento de homens e mulheres no meio. Uma dessas falas ocorreu no programa Mais Você, apresentado por Ana Maria Braga, na TV Globo, em que Dilma comentou sobre sua suposta fama de mulher durona: “Você já viu algum homem que chegue à direção do país ser chamado de duro, entre todos os últimos vinte presidentes da República? É interessante porque são homens. É esperado da mulher uma fragilidade.

A mulher até fisicamente pode ser menos forte do que o homem, mas não necessariamente ela é menos forte que o homem dentro dela. Eu sempre brinco assim: sou uma mulher forte cercada por homens meigos.”<sup>7</sup>.

A questão do tratamento diferenciado dado a homens e mulheres não é algo pontual, mantendo-se durante o mandato da presidente e até mesmo em época de crise e é nesse momento da discussão que vamos introduzir nosso objeto de pesquisa. A dieta feita por Dilma, conhecida como dieta de Ravenna, gerou uma série de matérias e reportagens. Os três portais analisados tiveram uma média de onze matérias tendo a dieta como *tema principal* (O Estado de S. Paulo e O Globo onze matérias cada e a Folha de S. Paulo com treze matérias). Isso significa que houve uma grande atenção, carregada de conotação política, dada pelos jornais ao fato de Dilma estar emagrecendo. Essas matérias giram em torno do modo como a dieta foi feita, quantos quilos a presidente perdeu, qual cardápio ela estava seguindo, os motivos para fazê-la, entrevistas com a própria, com o médico responsável pelo método e com pessoas próximas.

Sem ignorar possíveis estratégias de marketing envolvidas na perda de peso – levando em conta o período de baixa popularidade de Dilma - é interessante que, mesmo a presidente alegando motivos de saúde, dizendo que após a adoção da dieta havia parado de tomar muitos remédios substituindo-os por vitaminas e incentivando uma vida saudável às pessoas quando falava sobre o assunto, os veículos focaram algumas matérias em outro motivo para o emagrecimento: a *humanização* de Dilma. Encontraram nas pedaladas de bicicleta ao redor do Palácio da Alvorada um esforço para parecer *gente como a gente*: “Ela começou a fazer o exercício por recomendação da equipe que cuida de sua dieta, mas a ideia também é mostrar uma presidente menos sisuda - em meio à crise política e a notícias áridas na economia -, vestindo o figurino ‘gente como a gente’” (O Estado de S Paulo, 04/06/2015)<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,dilma-anuncia-reajuste-do-programa-bolsa-familia,686061>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

<sup>8</sup> Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,dilma-aproveita-o-feriado-para-pedalar-e-reforca-agenda-positiva,1700449>.

Contrastam também com certa dose de ironia a situação da presidente (perda de popularidade crescente) com a nova silhueta:

“Apesar dos 10% de popularidade, inflação de quase 9% e rugas com o padrinho Lula, a presidente Dilma Rousseff tem esbanjado sorriso em solenidades, passeia quase diariamente de bicicleta e *surpreende com frases como a que saudou a mandioca*.

Os mais próximos tentam blindar a presidente, afirmando que mesmo em meio ao turbilhão político e econômico, ela ainda “tranquila” e que a nova silhueta tem ajudado, após dieta que a fez enxugar mais de 10 quilos. A nova imagem, *um esforço para “humanizar” o figurino* de mandatária turrona, combina pouco com os bastidores que ministros narram reservadamente. (A Folha de S. Paulo, 28/06/2015, grifos no original)<sup>9</sup>

Como exposto anteriormente, o motivo da dieta e dos exercícios ao ar livre pode estar relacionado sim com uma jogada de marketing do governo, mas, não sendo esse o motivo alegado oficialmente, a “especulação” dos jornais leva a uma questão de gênero. As hipóteses de que Dilma estaria em um processo de humanização naturalizam como característica necessária a uma líder mulher o carisma e a beleza (busca por um corpo mais bonito, mais “de acordo” com os padrões).

### **Um prato cheio de metáforas e analogias**

Se o Brasil está passando por uma crise política e econômica que não dá sinais de melhora rápida, por que em meio a esse fato a dieta de Dilma vem sendo citada e noticiada com frequência? Podemos ver aqui a questão tratada nos tópicos acima: a representação da mulher da política por parte da mídia envolve questões pessoais e privadas.

Estando vida pública e privada da mulher sempre associadas, a dieta passa a ser tratada também como questão de governo, ou, pelo menos, uma ponte para comentários a serem feitos sobre este. Jornalistas, colunistas e blogueiros vinculados aos jornais analisados utilizaram-se de metáforas e analogias com a dieta para fazer críticas ao governo e referir-se de forma irônica a fatos ocorridos nesse segundo mandato da presidente: “Tenho cá uma teoria para explicar as crescentes dificuldades

---

<sup>9</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/06/1648805-apesar-de- crise-dilma-quer-passar-imagem-humana.shtml>.



de Dilma em dizer com clareza, com começo, meio e fim o que de fato pensa: dieta rigorosa demais. Passar fome ou quase isso costuma fazer mal.” (O Globo, 05/08/2015)<sup>10</sup>.

Algumas das matérias fazem relações mais diretas que outras, mas em todas elas a mensagem que passam sobre aquilo que é esperado da mulher é muito clara. Podemos usar como exemplo este trecho de matéria veiculada pelo Globo:

A decoração feminina, com copos cor-de-rosa e diversos jarros de flores nas cores rosa, lilás e branco, criou um ambiente “mulherzinha” que não se refletiu no conteúdo da conversa entre a presidente e as parlamentares. Em um dos poucos momentos mais leves, Dilma fez comentários sobre a dieta Ravenna, que já a fez perder mais de 10 quilos (O Globo, 26/03/2015)<sup>11</sup>.

Aqui o impasse sobre o que é esperado de mulheres políticas é evidente. Sendo a decoração do ambiente algo trivial aos leitores, qual seria o motivo de descrevê-la? Essa descrição teria ocorrido se todos os presentes fossem homens ao invés de mulheres? O adjetivo “mulherzinha” agrega às mulheres uma conotação de inferioridade, fraqueza reproduzida no ambiente com cores e enfeites delicados, algo totalmente diferente do ambiente político, geralmente feroz e agressivo. A adjetivação feita marca exatamente a “não naturalidade” da mulher na política e o tema dieta abordado por Dilma no jantar ajuda a ratificar a caracterização feita da mulher, que precisa se adaptar para ser aceita no campo pelos veículos e pela sociedade.

A dieta é utilizada de forma a estabelecer um estereótipo feminino do qual a mulher não pode abrir mão ao governar. Em época de crise política a perda de peso também é interpretada como uma forma de colocar a vida pessoal na frente da profissional, um defeito também muito atribuído às mulheres, que supostamente têm o lado emocional tão eminente que atrapalha sua profissão.

Interpretações como essa puderam ser vistas em trechos como:

Chocado, o PT vê a presidente serelepe, curtindo a dieta da moda e pedalando sua bike ribanceira abaixo, enquanto leva uma bola nas costas atrás da outra no

<sup>10</sup> Disponível em: <http://noblat.oglobo.globo.com/meus-textos/noticia/2015/08/diario-de-um-blog-no-twitter-desaprovacao-do-governo-dilma-na-capital-paulista-bate-em-90.html>.

<sup>11</sup> Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/dilma-faz-defesa-de-graca-foster-em-jantar-com-parlamentares-mulheres-15711299>.

Congresso, ora com um novo fator previdenciário, ora com o aumento de até 78% dos funcionários do Judiciário (O Estado de S. Paulo, 03/07/2015)<sup>12</sup>.

Em definitivo, a dieta que emagreceu Dilma em mais de 10 quilos não está fazendo somente bem a ela. Também faz mal. Freguês antigo de dietas garante que um regime muito rigoroso e prolongado pode tirar uma pessoa do sério (O Globo, 13/07/2015)<sup>13</sup>.

Esse tipo de comentário ridiculariza a capacidade de governar da presidente utilizando-se de aspectos de sua vida privada para isso, algo que dificilmente aconteceria como um representante do sexo masculino.

A matéria analisada que deixa mais clara essa relação, supostamente degradante, entre vida privada e vida pública da presidente foi um artigo de opinião publicado em um blog do portal online O Globo. O artigo se chama “A fome de Dilma”<sup>14</sup> e começa pintando a presidente como uma “mentirosa” que tenta fazer a população de “idiota” (nas palavras do autor), com o desenrolar do texto são expostos escândalos da Petrobrás e o rombo nos cofres público. Na reta final, o artigo cita a visita de Dilma ao Rio de Janeiro, na qual ela teria dito “frases desconexas” e finalmente, atribui a incapacidade de governar o país e de formular sentenças de maneira decente à dieta, que estaria deixando a presidente com fome demais para administrar o que quer que seja:

Não há humor que resista, é uma fome que nunca passa, uma inveja mortal dos que comem, que justifica as explosões de fúria dos mais serenos, e multiplica a ira dos enfezados.

Mas uma pessoa tomar decisões graves, arbitrar disputas complexas e dialogar com interesses conflitantes, em busca de soluções urgentes, nesse estado, é uma temeridade. OK, Dilma quer ficar mais saudável e bonita, mas o melhor para o país é que ela volte a comer. O *dulce de leche* de Montevideu deve ter adoçado seu café da manhã com o PMDB. Come, Dilma! (O Globo, 06/03/2015)

Além de interpretações negativas dadas à dieta, há matérias em que esta serve como analogia para se chegar ao governo. A perda de peso é associada ao ajuste fiscal

<sup>12</sup> Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,sinal-de-desespero,1718257>.

<sup>13</sup> Disponível em: <http://noblat.oglobo.globo.com/meus-textos/noticia/2015/07/o-estado-da-presidente-inspira-cuidados.html>.

<sup>14</sup> Disponível em: <http://oglobo.globo.com/opiniaao/a-fome-de-dilma-15515606>.

e à perda de popularidade e apoio político de Dilma. Em matéria do Globo, vemos a associação:

Na balança do corpo, perdeu 15 quilos, desde novembro, graças a uma dieta argentina. Na balança do poder, Dilma Rousseff perdeu parte do apoio de seu principal aliado, o PMDB, e a confiança do país. Hoje, ela é uma mulher bem mais magra e uma presidente bem mais fraca. (O Globo, 07/03/2015)<sup>15</sup>

Além disso, criticam a presidente por, em meio a tudo isso, estar dando importância demasiada para sua aparência, alegando que ela está usando a dieta para esconder seus erros e a diminuição de sua força política:

À presidente sobra pouquíssimo espaço. Sem mando na economia, que ela desorganizou por completo, e distante da política por inapetência e inexperiência, Dilma é hoje o inverso da imagem de gerente exemplar, inigualável, durona. Encobre a incompetência com a nova silhueta e faz da dieta de sucesso assunto principal em todas as rodas. (O Globo, 17/05/2015)<sup>16</sup>

Nesse trecho, vemos também uma valorização da imagem da presidente tecnocrata, “exemplar, inigualável, durona” que, como já foi exposto anteriormente, muitas vezes é vista de maneira negativa e associada à masculinização. Podemos ver que “aquilo que se espera da mulher” no meio político não só é um impasse para as candidatas e governantes, como também pode ser usado de diversas maneiras pela mídia, da maneira que a convém.

Outro caso curioso é o tipo de pergunta feito em entrevistas que envolvem a dieta. Nas matérias em que o tema principal era a dieta em si, as perguntas se detinham a quantidade de calorias ingerida, quantos quilos foram perdidos, qual a motivação para a perda de peso, entre outras. Porém, mesmo em matérias que tinham outros assuntos como tema central, a dieta aparecia em algumas perguntas. Como primeiro exemplo podemos citar uma pergunta feita em entrevista concedida a Folha de S. Paulo: “Presidente, não dá para imprimir no ajuste fiscal o ritmo da sua dieta

<sup>15</sup> Disponível em: <http://noblato.globo.com/geral/noticia/2015/03/boca-fechada-de-dilma.html>.

<sup>16</sup> Disponível em: <http://noblato.globo.com/artigos/noticia/2015/05/politica-do-absurdo.html>.

Ravenna para ser mais rápido e menos doloroso?”<sup>17</sup>. A comparação entre dieta e ajuste fiscal feita aqui diretamente aparece de maneira descontraída, mas não esconde a relação público-privado presente por trás da pergunta. Afinal, se a presidente consegue perder tantos quilos com tanta rapidez, por que não conseguiria agilizar o ajuste fiscal?

Também vale ressaltar aqui uma pergunta feita em outra ocasião e que tem uma grande marca de gênero. Em abril deste ano, Dilma teve um encontro com o presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, na Cúpula das Américas. Diversos assuntos foram tratados no encontro (entre eles a questão da espionagem americana feita no Brasil) e, após a conversa, em diálogo bem humorado com jornalistas, a presidente Dilma foi questionada “se o americano havia elogiado sua nova silhueta”<sup>18</sup>. Esse tipo de pergunta volta a ressaltar o enfoque que a mídia dá ao visual de uma mulher pública, tornando essa questão central, quando não deveria sequer aparecer. Esse tipo de interrogação jamais seria feita a um homem que ocupasse o mesmo cargo, podendo inclusive ser taxada como desrespeitosa.

Para finalizar, algumas matérias indicaram ainda a dieta como o “único sucesso” do governo Dilma. Essas afirmações deixam ainda mais claro que, para os veículos estudados neste trabalho, a vida pessoal e privada de uma mulher que alcança um cargo majoritário na política é importante para seu governo.

### **Considerações finais**

A partir de uma análise de discurso feita com base em 11 matérias veiculadas por três grandes portais online de notícias (O Globo, O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo), escolhidas após uma primeira análise de conteúdo realizada com 75 matérias, este artigo buscou apontar a questão de gênero presente na cobertura jornalística sobre a dieta da presidente Dilma Rousseff e qual a importância de se discutir tal assunto.

---

<sup>17</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/07/1652517-governo-prepara-novas-medidas-para-ampliar-ajuste-fiscal-diz-dilma.shtml>.

<sup>18</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2015/04/1615539-apos-encontrar-obama-dilma-indica-que- crise-da-espionagem-esta-superada.shtml>.

A análise levou em consideração que a dieta não aparecia da mesma maneira em todas as matérias. Sendo assim, as conclusões feitas com base nas matérias estudadas a fundo – embora apontem de modo significativo o tratamento presente em suas respectivas categorias – carecem de generalizações simples em relação ao restante do corpus. Levamos em consideração que o discurso e a linguagem se mostravam como elemento principal de investigação, e dessa maneira, a investigação conseguiu apresentar um tipo de tratamento diferenciado dado à Dilma pelo fato de ser mulher, tratamento esse que dificilmente seria dado a um representante do sexo masculino.

Buscando colocar em discussão a representação feminina dentro da política, a análise feita conseguiu detectar uma estereotipação da mulher assumida pelos veículos. Dentro desses esteriótipos pôde-se detectar que predominavam três: a imagem da mulher ligada à aparência, beleza e à busca por um corpo dentro dos padrões (Dilma sendo “gente como a gente”); da mulher que deixa a vida privada interferir ou mesmo atrapalhar a vida profissional (a dieta como problema de governo); e da mulher que precisa se mostrar menos masculina para ser aceita como mulher pública, mesmo que as características atribuídas socialmente às mulheres não sejam adequadas ao campo (a dieta como uma forma de realizar essa adequação). Essas representações feitas sobre Dilma e a dieta feita por ela nos jornais analisados aparecem como um espelho que reflete toda uma cultura patriarcal.

### Referências bibliográficas

HOLTZ-BACHA, Christina. *Quem cuida das crianças?: A representação das mulheres do alto escalão político pelos media*. In: Revista Compolítica, Rio de Janeiro, n. 3, vol. 2, p. 46-60, ed. jul-dez, ano 2013.

MOTA, Fernanda Ferreira; BIROLI, Flávia. *Mídia, gênero e eleições: peças na produção da política como ela é*. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Anais do XXIII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Pará, 2014.



SARMENTO, Rayza. Um ponto cego também nas teorias feministas?: Notas preliminares sobre desigualdades de gênero, feminismo e comunicação. In: Encontro Anual da Anpocs, Anais do 38º encontro, Caxambu, 2014.

PANKE, Luciana. Campañas electorales para mujeres: retos y tendencias. 1. Ed. Ciudad de Mexico: Editorial Piso 15, 2015.

ROSA, Vera. Dilma aproveita feriado para pedalar e reforça “agenda positivo”. O Estado de SP. Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,dilma-aproveita-o-feriado-para-pedalar-e-reforca-agenda-positiva,17004490>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

SADI, Andréia; CRUZ, Valdo; NERY, Natuza. Apesar de crise, Dilma quer passar imagem humana. A Folha de SP. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/06/1648805-apesar-de-crise-dilma-quer-passar-imagem-humana.shtml>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

AQUINO, Ruth de. A boca fechada de Dilma. O Globo. Disponível em: <http://noblat.oglobo.globo.com/geral/noticia/2015/03/boca-fechada-de-dilma.html>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

ZAIDAM, Mary. A política do absurdo. O Globo. Disponível em: <http://noblat.oglobo.globo.com/artigos/noticia/2015/05/politica-do-absurdo.html>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

FRIAS, Maria Cristina. “Governo prepara novas medidas para ampliar ajuste fiscal, diz Dilma”. Folha de SP. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/07/1652517-governo-prepara-novas-medidas-para-ampliar-ajuste-fiscal-diz-dilma.shtml>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

NOBLAT, Ricardo. “Diário de um blog no twitter: Desaprovação do governo Dilma na capital paulista bate em 90%”. O Globo. Disponível em: <http://noblat.oglobo.globo.com/meus-textos/noticia/2015/08/diario-de-um-blog-no-twitter-desaprovacao-do-governo-dilma-na-capital-paulista-bate-em-90.html>. Acesso em: 5 nov. 2015.

CANTANHÊDE, Eliane. “Sinal de desespero”. O Estado de SP. Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,sinal-de-desespero,1718257>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

NOBLAT, Ricardo. “O estado da presidente inspira cuidados!”. O Globo. Disponível em: <http://noblat.oglobo.globo.com/meus-textos/noticia/2015/07/o-estado-da-presidente-inspira-cuidados.html>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

MOTTA, Nelson. “A fome de Dilma”. O Globo. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/busca/click?q=dilma+dieta&p=20&r=1439009962253&u=http%3A%2F%2Foglobo.globo.com%2Fopinia%2Ffome-de-dilma-15515606&t=informacional&d=false&f=false&ss=&o=&cat=>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

GAMA, Júnia; BRAGA, Isabel. “Dilma faz defesa de Graça Foster em jantar com parlamentares mulheres”. O Globo. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/dilma-faz-defesa-de-graca-foster-em-jantar-com-parlamentares-mulheres-15711299>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

MELLO, Patrícia Campos; COLOMBO, Sylvia. “Após encontrar Obama, Dilma indica que crise da espionagem está superada”. Folha de SP. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2015/04/1615539-apos-encontrar-obama-dilma-indica-que-crise-da-espionagem-esta-superada.shtml>. Último acesso em: 5 nov. 2015.

## **Os inimigos da República**

Uma análise comparativa entre as coberturas jornalísticas da guerra de canudos (1896) e da ocupação do complexo do alemão (2010) <sup>1</sup>

Flávia Magalhães Barroso <sup>2</sup>

### **Resumo**

O estudo pretende analisar comparativamente as coberturas jornalísticas de duas incursões militares promovidas pelo Estado para dentro do Estado, sendo elas a Guerra de Canudos nos anos de 1896 e 1897 e as ocupações militares na Vila Cruzeiro e no Complexo do Alemão em 2010. Analisamos o posicionamento dos veículos de comunicação e a mobilização da opinião pública frente a essas iniciativas de guerra, a partir do conceito de pânico moral estudado pelo sociólogo Stanley Cohen (1972) que nos servirá de embasamento teórico principal nesta análise.

**Palavras-chave:** Pânico moral; Guerra de Canudos; UPP; discurso jornalístico.

### **Introdução**

O presente estudo abrange pesquisas específicas sobre a cobertura jornalística da Guerra de Canudos e sobre a ocupação militar nas favelas cariocas, de forma que possamos traçar paralelos comparativos entre elas. As análises dos conteúdos jornalísticos foram determinadas por duas linhas de investigação reunidas nas obras: “Na Hora do Calor”, Walnecy Galvão (1994) e nas publicações do projeto “Imaginação Histórica e Jornalismo nos Subúrbios” desenvolvido por Leticia Cantarella Matheus (2013). É importante compreender que as duas iniciativas militares do Estado dentro do próprio território estão localizados em momentos históricos diferentes, no entanto o estudo irá privilegiar os pontos de contato em relação aos discursos jornalísticos. Utilizaremos o conceito de pânico moral construído pelo sociólogo Stanley Cohen (1972) como principal ponto de convergência entre as duas iniciativas militares neste estudo. Este conceito estuda o agendamento midiático em relação à construção de um inimigo comum, num movimento em que marginaliza

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação na UFF e pós-graduanda na especialização ‘Comunicação e Imagem na PUC- Rio’. E-mail: [flavinhamagalhaes@hotmail.com](mailto:flavinhamagalhaes@hotmail.com).

dados grupo social. Buscamos diminuir a aparente distância entre as iniciativas de guerra analisadas, através dos discursos jornalísticos, de forma a analisar os pontos de contato entre esses momentos históricos.

## CONTEXTO POLÍTICO

A Guerra de Canudos aconteceu num momento de estruturação da república e combate ao regime monárquico. A proclamação da república acontecera em 1889, de forma que os anos posteriores se tornariam essenciais na configuração da República que seria construída. A popularização do modelo político e a percepção dos ganhos reais com a República sofriam com as crises na esfera política e econômica. Amanda Muzzi (2006) cruza esse embate político com a insurgência de um conflito discursivo que predominou os jornais da época. Podemos destacar o papel do jornal como vitrine dessa disputa complexa que envolvia projetos políticos diferenciados. O período de consolidação da República foi marcado por um sentimento de insegurança, em função da fragilidade com que se articulavam política e economia. Neste contexto acontece a Guerra de Canudos que se inicia com um conflito regional. Antônio Conselheiro encomenda madeira em Juazeiro para sua igreja em Canudos, mas não recebe. Após o impasse sobre o paradeiro da madeira, surgem boatos de que conselheiristas, seguidores de Antônio Conselheiro, invadiriam a cidade de Juazeiro. Os moradores, com medo da possível invasão, fogem para cidades próximas e solicitam que tropas do governo defendessem o território. O desenrolar do conflito entre tropas do governo da Bahia e os conselheiristas irá tomar proporções maiores, configurando-se como uma guerra contra a monarquia.

A instalação das UPPs (unidades de polícia pacificadora) foi o principal mote eleitoral da campanha do governador Sérgio Cabral no ano de 2007. A iniciativa de segurança pública consiste na instalação de postos avançados com aparato policial para a contenção do narcotráfico e consequente retomada do território pelo Estado. O projeto consiste em tornar o Estado presente nos territórios tomados pela criminalidade, de forma a investir na recuperação social das comunidades a partir da ocupação policial. Reeleito em 2010, o governo ainda não havia demonstrado a

efetividade do principal projeto de segurança na recuperação dessas áreas, apesar do grande entusiasmo da população em relação à implantação das UPPs<sup>3</sup>. A segurança pública se tornou um tema ainda mais delicado a ser tratado pelo governo e pela grande imprensa com a chegada de grandes eventos como a Copa do Mundo e Olimpíadas. Freitas (2010) analisa a abordagem da violência feita pelo jornal O Globo desde que o Rio de Janeiro lançou sua candidatura para os Jogos Olímpicos em 2007 e aponta uma mudança em relação ao agendamento da violência ao analisar que a mídia passa a tratar de forma mais branda o tema. As medidas de segurança pública precisavam ganhar visibilidade tanto para a população do Rio de Janeiro, em função do cumprimento da proposta de campanha, quanto para a mídia internacional, de forma a habilitar a cidade para receber os grandes eventos mundiais e consequentemente gerar grandes investimentos. Neste contexto, o tema da segurança do Rio de Janeiro se encontrava num lugar central. Para completar o arranjo favorável a uma iniciativa drástica em relação à segurança pública, no início de novembro de 2010 uma onda de crimes assolou a cidade, totalizando 39 mortes, 181 veículos incendiados, 70 prisões e cerca de 200 detenções<sup>4</sup>.

Ao apresentar os contextos em que as iniciativas militares da Guerra de Canudos e da ocupação da Vila Cruzeiro e do Complexo do Alemão aconteceram podemos destacar um ponto em comum que é a defesa de um projeto de país e de cidade. No caso de Canudos, o momento histórico requeria a afirmação da República e aniquilamento forças restauradoras em função da pressão militarista que criticava a falta de força do governo frente aos movimentos monarquistas. A opinião pública era rendida pelos veículos de comunicação altamente envolvidos com o projeto republicano, de forma a defender as iniciativas do governo em nome da construção da República. A iniciativa das UPPs também foi idealizada a partir de um projeto de

---

<sup>3</sup> O estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa Social (IBPS) em 2010, a pedido do jornal O Globo, aponta que 92% dos cariocas disseram aprovar as UPPs.

<sup>4</sup> Neste cenário, “as instalações das UPPs seguintes seriam inscritas num novo tipo de agenciamento discursivo, pautado pela euforia” (MATHEUS, 2013, pg. 1).



cidade em que o governo de Sérgio Cabral se comprometeu a estruturar. Com a onda de crimes em novembro de 2010, o projeto de cidade tinha sua viabilidade comprometida, de forma que a demonstração de força do Estado era necessária para que o projeto das UPPs fosse visto como um real benefício. Além disso, a imagem do Rio de Janeiro em relação à mídia internacional precisava se sustentar em alguma medida de segurança pública, de forma a garantir uma Copa do Mundo sem violência. As incursões militar na Vila Cruzeiro e no Complexo do Alemão fazem parte da afirmação de um projeto de cidade, de forma a estruturar um aparato de guerra como demonstração de força do governo em relação ao combate à violência.

Nos dois casos identificamos no cerne de suas motivações a defesa de um projeto de governo como justificativa para o conflito armado. É importante ressaltarmos que os contextos históricos e as motivações das iniciativas de guerra, são particulares e pertencentes cada uma à sua época, no entanto, para efeito da análise do conteúdo jornalístico, destacamos como ponto de convergência que tanto em Canudos (1896) quanto no Rio de Janeiro (2010) o conflito armado foi a solução encontrada pelo governo, amparado pela opinião pública, no sentido de defender um projeto de governo frente à uma ameaça em potencial.

## **OS INIMIGOS DA REPÚBLICA**

As iniciativas de guerra dentro do próprio país foram sustentadas pela mídia como uma ação em nome da proteção dos valores republicanos ou democráticos, traduzidos na luta contra a monarquia e contra criminalidade. Para analisar esta construção recorreremos ao conceito de “pânico moral”, articulado pelo sociólogo Stanley Cohen (1972) que analisa o agendamento da mídia em relação a qualquer instância que ameace os interesses de dada sociedade, caracterizando-a de forma hostil<sup>5</sup>. Em Canudos, a mobilização militar foi sustentada através da ideia de combate

---

<sup>5</sup> Stanley define pânico moral como: “uma situação, episódio, indivíduo ou grupo social que começa a ser definido como uma ameaça aos valores e interesses da sociedade; sua natureza é apresentada de modo estilizado e estereotipado pela mídia de massa.” (COHEN, 1972, p. 1)

a monarquia, configurando os ditos sertanejos monarquistas como uma ameaça social. O principal ideal de comoção em relação à Guerra de Canudos é a compreensão de um objetivo em comum da nação que é o expurgamento da monarquia, posicionando o conflito como um enfrentamento a um mal a ser combatido. No Rio de Janeiro (2010) a comoção da opinião pública se deu a partir da demonstração de força do governo, em relação ao desmonte da estrutura do tráfico e o combate à criminalidade. O crime, assim como a monarquia em Canudos, era o mal a ser combatido.

Cohen (1972) aponta alguns elementos essenciais característicos do pânico moral. Um deles é o sentimento de insegurança prévio que serve de pano de fundo para a caracterização de um inimigo comum a sociedade. Nos dois casos estudados, como vimos anteriormente, o contexto histórico apresenta um nível de fragilidade revelador<sup>6</sup>. Na Guerra de Canudos o país vivia um momento político angustiante em relação à consolidação da república e no Rio de Janeiro em 2010 ocorreu uma onda de crimes que gerou uma sensação de medo e insegurança na população. Apesar das diferentes naturezas, os dois casos apresentam uma condição prévia de aflição da população, cumprindo um dos elementos essenciais para a construção de uma ameaça potencial que ressoe na opinião pública de forma consistente, caracterizado como pânico moral. Cohen (1972) estabelece que o agendamento da mídia ao caracterizar um inimigo formal da população não se constrói sozinho sem que o contexto estabeleça abertura para tal. A República e suas dificuldades em apresentar-se como modelo político democrático viável expunha sua deficiência, posicionando republicanos em condição de alarde frente a um possível golpe monarquista. No Rio de Janeiro, o contexto também era delicado, principalmente em função da sensação de insegurança em relação aos ataques recorrentes na primeira semana de novembro de 2010. Nos dois casos, podemos perceber claramente a fragilidade dos contextos que consequentemente faz pairar sob a sociedade civil uma sensação de insegurança,

---

<sup>6</sup> “O pânico moral é, assim, não só uma forma de significação da crise – um modo de lhe dar um rosto e de apontar os responsáveis – como também uma forma de recuperação da paz social ameaçada.” (MACHADO, 2004, pg.).

característica essencial para o estabelecimento do pânico moral e na caracterização de um inimigo comum.

## **GUERRA OU OCUPAÇÃO**

As incursões militares promovidas pelo Estado em Canudos e no Rio de Janeiro apresentam formas diferentes de divulgação no que se refere ao nome dado a estas iniciativas: “guerra” e “ocupação”. Em Canudos, a imprensa divulgou amplamente o sentimento de guerra em relação ao conflito. Diferentemente de Canudos, a incursão militar realizada na Vila Cruzeiro e no Complexo do Alemão foi predominantemente intitulada pela mídia utilizando constructos como “ocupação” ou “retomada de território”.

As primeiras citações jornalísticas caracterizam as expedições militares em Canudos como parte de uma guerra a ser travada em defesa da república. Para isso, a estrutura discursiva das coberturas jornalísticas montava a ideia de afronta a um inimigo nacional<sup>7</sup>. O cenário de guerra era remontado pela mídia que narrava de forma transparente os horrores das batalhas<sup>8</sup>. A Guerra de Canudos mobilizou soldados de todo o território nacional e estima-se que 25 mil sertanejos ao todo morreram na guerra (SANTOS, 2005). A derrota das três primeiras expedições enviadas pelo Estado mobilizou a opinião pública e a imprensa, de forma que a vitória da quarta expedição foi encarada como uma vitória da nação republicana<sup>9</sup>. A

---

<sup>7</sup> “A Gazeta de Notícias clama contra ‘o monarquismo revolucionário’; O País afirma que ‘o partido monarquista tinha crescido à sombra das tolerâncias’; O Estado de S. Paulo escreve que o caso é grave, ‘trata-se da restauração; conspira-se’.” (SODRÉ, 1999, pg. 269).

<sup>8</sup> “A crueza do combate foi inegável, sendo que o uso de armas como facões de folha-larga, chuços de vaqueiro, ferrões ou guiadas de três metros de comprimentos, foices, varapaus e forquilhas (...). Foram entre 4 e 5 horas de pânico, sangue, horror e gestos de bravura e pânico”. (NETO, 1997, revista apud SANTOS, 2005, pg. 16)

<sup>9</sup> “Viva a República dos Estados Unidos do Brasil! Está terminada a Campanha de Canudos. Desde ontem que os batalhões das forças expedicionárias passeiam suas bandeiras sobre as ruínas da cidadela, com a consciência de bem haverem cumprido o dever!” (PORTIFOLIUM GUERRA apud SANTOS, 2005, pg. 38).

transparência em relação à violência do conflito configurou a incursão militar em Canudos como uma iniciativa de guerra por definição.

Diferentemente de Canudos, o que permeou as notícias foi o discurso de retomada do território, controlado anteriormente pelo tráfico<sup>10</sup>. Apesar do constante detalhamento das táticas de guerra e das armas sofisticadas utilizadas na incursão, o que ressoou de forma mais predominante foi a conquista da favela por forças do Estado e a expurgamento do crime naquele território, referenciando a ação como uma iniciativa de ocupação em primeira instância. O aparato de guerra instalado nas favelas cariocas na semana da incursão foi relatado pelos jornais de forma descritiva<sup>11</sup>, numa condição em que sugere violência, mas prioriza a demonstração de preparo para o cumprimento daquela operação militar. Neste sentido abordamos o conceito de pânico moral para compreender a diferença no agendamento da violência. O sociólogo Cohen analisa que é necessário haver uma ideia de consenso público em relação a hostilidade para com aquele inimigo. É importante que exista certo tipo de aprovação social em relação àquele conflito e neste caso a mídia de massa tem papel fundamental ao construir, através de sua narrativa, uma sensação de acordo público.

Na tentativa de não romper esse caráter consensual utiliza-se de constructos adequados a sua época, conforme vimos anteriormente nas diferentes abordagens em relação às iniciativas militares. De forma simbólica, apontamos os nomes dados aos episódios (Guerra de Canudos e Ocupação do Alemão) como constructos que ajudam a sustentar esse sentimento consensual da sociedade civil em relação à estas iniciativas militares, de forma a revelar, cada um dentro dos limites da aprovação social, o expurgamento de uma ameaça à população.

## COBERTURA JORNALÍSTICA

<sup>10</sup> “(...) na maior mobilização contra o crime das forças de segurança na História do Rio, policiais conseguem retomar a Vila Cruzeiro, área até então sob o controle absoluto do tráfico” (O DIA, 26/11/2010, p. 1 apud MATHEUS, 2013, pg. 12).

<sup>11</sup> “Em outra reportagem, ‘A Reconquista da Vila Cruzeiro’ (O GLOBO, 26/11/2010, p. 2), o armamento e a movimentação das tropas da polícia e da Marinha foram descritas passo-a-passo.” (MATHEUS, 2013, pg. 9).

Antes mesmo de uma averiguação, a ideia de conspiração monárquica fora altamente difundida na imprensa, de forma a caracterizar o caráter do conflito como uma ameaça a nação republicana, atribuindo a guerra um significado ideológico<sup>12</sup>. A derrota da terceira expedição militar inflou os jornais e consequentemente a opinião pública. Após a derrota, um grupo de jornalistas foi enviado para o local do conflito e, segundo Galvão (1994), eram em sua maioria militares republicanos, já prevendo de certa forma a existência de confronto a uma resistência monarquistas. A cobertura jornalística do conflito era massiva e as notícias estavam na maioria das primeiras-capas do país (SANTOS 2005). Alguns jornais inclusive se valiam da visibilidade da guerra nos jornais para realizar anúncios publicitários, conforme nota abaixo<sup>13</sup>. A imprensa foi tomada pelo furor do conflito e abraçou a ideia de resistência monárquica, utilizando seus recursos de comunicação para alardear a população<sup>14</sup>. Muitos militares, por exemplo, enviavam cartas para os principais jornais da época com mensagens direcionadas às suas famílias, uma forma de comover a população, no sentido de engajá-la emocionalmente na guerra. Muitos dos relatos ainda consideravam a degradação dos sertanejos de Canudos como recurso de representação da supremacia republicana<sup>15</sup>.

Na ocupação do Complexo do Alemão conseguimos também identificar esses dois movimentos discursivos que engajam a opinião pública de forma emocional e hostilizam certo grupo social. No dia 28 de novembro de 2010 O Dia e O Globo noticiaram a prisão do traficante Mister M que haveria se entregado a pedido da mãe

---

<sup>12</sup> “Este paralelo será, porém, levado às últimas consequências. A República sairá triunfante desta última prova”. (CUNHA, 1897).

<sup>13</sup> “A vitória da quarta expedição foi devida ao nome Moreira César posto nos chics chapéus de feltro, para homens, que tem loja Mateus, a 18\$000.” “Antônio Conselheiro: CANUDOS!!! Pentas para lados recebeu grande sortimento a Loja Probidade” (GALVÃO, 1994, pg. 51).

<sup>14</sup> (...) os leitores são mantidos em suspenso ao longo de vários dias ou semanas, para ao fim não chegarem a saber qual a verdade, mesmo que tenham torcido para que os culpados sejam descobertos e punidos exemplarmente. (GALVÃO, 1994, p. 56).

<sup>15</sup> “Queimadas, 3 de setembro de 1897 (...) o fanatismo e a imbecilidade de uns desgraçados crendeiros transformaram Queimadas, como Monte Santo, em praças de guerra. (...)”. (GALVÃO, 1994, p. 47).



(MATHEUS, 2013, pg. 49 apud O DIA, 28/11/2010, p. 1). Outra reportagem noticia a festa de quinze anos de uma moradora do Complexo do Alemão que pôde realizar a comemoração graças às forças repressivas<sup>16</sup>. A exemplo da hostilização de certo grupo social, certos constructos para nomear os traficantes foram amplamente utilizados como “bando” ou “advogados do terror”<sup>17</sup>. Muitas vezes a desumanidade dos bandidos era exposta como forma de representação deste personagem, o traficante<sup>18</sup>. A utilização desses recursos são também elementos analisados como sustentadores do pânico moral, conceito construído por Stanley Cohen (1972). O sociólogo pontua que é preciso incorporar a imagem desses grupos sociais uma caracterização hostil que reitere a ideia de um inimigo da sociedade. Nas construções discursivas articuladas acima, tanto na Guerra de Canudos quanto na Ocupação do Alemão este tipo de recurso foi utilizado. O discurso hostil ajuda a polarizar a opinião pública, criando contrapontos reais configurados nos inimigos da república (sertanejos monarquistas e bandidos) e os heróis da nação (agentes do Estado).

## CONCLUSÃO

A partir da análise comparativa nos empenhamos em destacar pontos de convergência entre as coberturas jornalísticas, e assim analisá-los frente ao conceito de pânico moral. Esses pontos destacados pelo estudo constroem um ambiente favorável para que a mídia posicione dado grupo social num lugar marginalizado, e mediante a isso mobiliza a opinião pública em relação a construção de inimigos em comum, configurados como uma ameaça à sociedade. Conclui-se que este movimento

---

<sup>16</sup> “Seu bolo de debutante foi levado pelos parentes em meio aos tanques de guerra até uma casa de festa próxima a comunidade. ‘Esperei muito por esse momento’, disse.” (MATHEUS, 2013, pg. 54 apud O DIA, 28/11/2010, p. 1).

<sup>17</sup> Esses constructos foram localizados em: “Povo aplaude paz, mas bando só quer guerra” (MATHEUS, 2013, pg. 48 apud O DIA, 28/11/2010, p. 1) e “Justiça manda prender os advogados do terror” (MATHEUS, 2013, pg. 48 apud O DIA, 27/11/2010, p. 1).

<sup>18</sup> Cúmplices ignoram bandido baleado. (...) Apesar de o criminoso ter acenado pedindo ajuda, comparsas prosseguiram a fuga e o ignoraram. (MATHEUS, 2013, pg. 50 apud O Globo, 27/11/2010, p. 1).

mediático tem como principal resultado a falta de um discurso crítico. Nos dois casos, uma análise crítica representativa só será montada posteriormente aos acontecimentos. Em Canudos, por exemplo, Euclides da Cunha irá problematizar a cobertura jornalística na nota preliminar de “Os Sertões” (1901): “Aquela campanha lembra um refluxo para o passado. E foi, na significação integral da palavra, um crime. Denunciemo-lo.” (CUNHA, 1984, pg. 57). No caso da ocupação do Alemão, apenas em 2013 surgirão editoriais críticos em relação à iniciativa (MATHEUS, 2013). Consideramos que ao excluir discursos críticos de sua agenda, a imprensa mobiliza a opinião pública de forma enviesada. Em detrimento da crítica sob as circunstâncias em que os mesmos estão inscritos, beneficiou-se à representação rasa e marginalizada dos traficantes e dos conselheiristas tidos como ameaças a valores e interesses da sociedade. polarizando instâncias como o “bem e o mal” e “herói e bandido”. Nesse sentido, é importante problematizarmos este tipo de cobertura jornalística, pois ao caminhar pelo discurso do pânico moral este tipo de cobertura beneficia de forma perigosa a marginalização de grupos sociais.

“Sejamos justos - há alguma coisa de grande e solene nessa coragem estoica e incoercível, no heroísmo soberano e forte dos nossos rudes patrícios transviados e cada vez mais acredito que a mais bela vitória, a conquista real consistirá no incorporá-los, amanhã, em breve, definitivamente, à nossa existência política.” (CUNHA, 1897).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CUNHA, Euclides. *Caderneta de campo*. São Paulo: Cultrix, 1975.
- \_\_\_\_\_. Euclides. *Diário de uma expedição*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. (Organização de Walnice Nogueira Galvão)
- \_\_\_\_\_. Euclides da. *Os sertões*. 1984.
- GALVÃO, W. N. *No Calor da Hora*. 3ª ed. São Paulo, Editora Ática, 1994.
- MATHEUS, L. C. O medo como mídia: estratégias de narração no jornalismo de O Globo. *Jornalismo e Narrativas. Contracampo*. Niterói (RJ): PPGCOM-UFF, 2008, pp. 97-110.
- MATHEUS, Leticia Cantarela, and Pedro Henrique Silva. "Território Retomado: O noticiário sobre operações militares em favelas no Rio de Janeiro." *Revista ECO-Pós* 16.3, 2014.
- MACHADO, Carla. Pânico Moral: para uma revisão do conceito. *Interações*, v. 4, n. 7, 2004.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

MUZZI, Amanda da Silva. 2006. *Os jacobinos e a oposição a Prudente de Moraes na transição entre as presidências militar e civil - 1893-1897*. PUC-Rio, dissertação de Mestrado em História.

SANTOS, Luiza Alves Sobreira. *A cobertura jornalística da Guerra de Canudos*, 2005.

### **Urbano *versus* rural:**

A figura do coronel na dramaturgia brasileira a partir de uma comparação entre a série Auto da Compadecida (1999) e a novela Duas Caras (2008) <sup>1</sup>

Helena Santos Marques <sup>2</sup>

#### **Resumo**

No imaginário popular brasileiro a figura do coronel ocupa lugar de destaque. Seja através dos livros didáticos, seja através da grande mídia, o coronel é frequentemente reconhecido como o sujeito bonachão rodeado de jagunços, trajando roupas sertanejas de couro e praticando “mandonismos” sem fim. Exercendo assim o patriarcalismo não somente sobre o seu “clã”, como também submetendo toda a população que cerca o seu “feudo”. Neste artigo, pretendemos refletir sobre este processo comparando duas figuras distintas de poder na teledramaturgia brasileira: Coronel Antônio Moraes (Auto da Compadecida) e Juvenal Antena (Duas Caras) buscando compreender, sobretudo, os distintos ambientes de poder em que se desenvolvem.

**Palavras-chave:** Coronelismo; Teledramaturgia; Telenovela.

#### **Introdução**

A teledramaturgia nacional colaborou para consolidar a imagem de personagens cujo traço autoritário é característico de modo a mantermos com ela uma relação afetiva. O presente artigo busca refletir sobre este processo a partir de dois personagens oriundos de ambientes distintos, mas igualmente autoritários: o Major Antônio Moraes, coronel retratado na série o “Auto da Compadecida” (1999), ambientado no sertão nordestino; e Juvenal Antena, da novela “Duas Caras” (2008), líder “populista” fundador da fictícia favela da Portelinha, ambientada no Rio de Janeiro, que detinha total domínio político e ideológico sobre os moradores na comunidade.

Nesse aspecto, o presente trabalho analisará através de uma exploração inicial o universo desses personagens no contexto das obras e das suas respectivas elaborações. A proposta é importante para refletir sobre a construção simbólica do coronel, buscando compreender as distinções que se estabelecem na construção de personagens fundamentados

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduanda em Comunicação Social na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ECO/UFRJ. E-mail: [hsmhelena@gmail.com](mailto:hsmhelena@gmail.com).

na prática autoritária, separados pelo ambiente rural e urbano. Acredita-se que desta forma se pode também discutir a elaboração da relação social em que o personagem do coronel sobrevive não somente no imaginário, mas sobretudo no dia-a-dia do brasileiro.

Assim, o artigo iniciará primeiramente enumerando diferenças e semelhanças entre urbano x rural, utilizando o referencial teórico do autor Louis Wirth. Após isso será realizada uma exposição resumida do que é o coronelismo, onde haverá uma discussão das origens da expressão, os seus desdobramentos e será realizado uma comparação com o uso da expressão nos dias atuais. Para isso serão utilizados dois autores muito importantes nessa discussão: Victor Nunes Leal, autor do livro: “Coronelismo, enxada e voto – O município e o regime representativo no Brasil”, obra referência para o debate e também a tese de doutorado intitulada: “O coronelismo e a imagem do coronel: de símbolo a simulacro do poder local” da autora Maria Lucinete Fortunato. Depois disso será realizada a análise de conteúdo do seriado o Auto da Compadecida e também da novela Duas Caras e por fim serão realizadas as considerações finais.

### **Urbano *versus* rural e o coronelismo**

Louis Wirth (1987) contrapõe a ideia de civilização e cidade moderna. Para o autor, o urbanismo é definido como um conjunto de desdobramentos que constituem a vida, seu argumento é que o conceito de urbanidade não está diretamente associado ao fato de urbano ser relativo restritamente a população que habita as cidades. O “urbano” é muito mais abrangente do que limites de fronteiras: a influência seja ela política, econômica, social se estabelece através das múltiplas relações sociais, pela adoção de uma mesma tecnologia e também em plena pós-modernidade os meios de comunicação são de suma importância nesse processo. Logo, não há como definir um ambiente como sendo exclusivamente rural ou exclusivamente urbano, ambos os locais sofrem um processo de mútua afetação. O que o autor enumera é que nos centros urbanos, como se sabe, estão os locais onde há uma maior densidade demográfica e consequente os mais diversos tipos de trocas: monetária, intelectual, cultural, econômica ocorrerá de modo mais intenso e abarcante.

O coronelismo se caracteriza como um sistema político vigente no Brasil durante o período da República Velha (1889-1930) no qual o poder de um determinado município se



encontrava centralizado nas mãos de um grande chefe local, geralmente dono de grandes lotes de terras e animais que praticava os mais diversos tipos de mandonismo com os sujeitos que se encontravam sob algum tipo de dependência do seu “feudo”.

Victor Nunes Leal em 1948 publicou uma das obras referência para o Coronelismo, considerada um marco inaugural da ciência política moderna no país e que continua tendo plena validade até mesmo nos dias atuais. Leal (2012) acredita que o coronelismo ocorrera ainda na Primeira República, sendo uma espécie de “troca de favores” entre o poder público e os chefes locais, detentores de grande influência social nessas regiões e que não eram necessariamente coronéis.

Como naquela época no sistema eleitoral não existia a devida fiscalização, e os coronéis detinham ligações estreitas com o poder federal, que lhe concedia os benefícios necessários para a perpetuação de seu poder, a capacidade de indicar conhecidos para cargos públicos; a arbitragem de conflitos regionais; carta-branca para atacar inimigos, entre outros. Tais “outorgas” de poder permitiam aos coronéis o controle diante da população que era diretamente dependente de suas terras. Sua influência também era exercida coercitivamente, através de capangas que atuavam fiscalizando, realizando troca de favores, ameaçando e algumas vezes até comprando votos para que o coronel não perdesse o seu “curral eleitoral”.

Maria Lucinete Fortunato em sua tese de doutorado problematiza e questiona o *status quo* dos diversos símbolos e expressões que regem a expressão coronelismo desde o aspecto social até o cultural. Desse modo, ao longo do seu trabalho são analisadas relações sociais, construções imagético-discursivas, as múltiplas concepções de poder, entre outras coisas que são de suma importância para a constituição do trabalho. Fortunato estabelece através de um retrocesso histórico o porquê de se utilizar tal expressão e como com o passar do tempo tal título começou a ser visto como sinônimo de prestígio e poder dentro de uma comunidade. Para ela, a imagem do coronel continuou a assumir um papel importante após a extinção das unidades de comando e serviço dessa instituição, em 1918, quando mesmo não se apresentando mais como representante da guarda, mas se configurando a partir dos vestígios daquele *coronel simbólico* (FORTUNATO, 2000, p.151).

## **Auto da Compadecida**

Na minissérie “O Auto da Compadecida” exibida pela Rede Globo no ano de 1999, há um claro exemplo da importância do poder de um coronel em um lugarejo pobre do país, explicitado através da figura do Major Antônio Moraes de como ocorre os mais diversos tipos de relações clientelistas entre estado, igreja e grandes latifundiários. A série foi inspirada no livro homônimo de Ariano Suassuna<sup>3</sup> lançado em 1955. Ariano, filho de João Suassuna, ex-governador da Paraíba (1924 -1928), vivenciou desde a infância a disputa de poderes entre coronéis e políticos, fato esse que culminou com a morte do seu pai, assassinado no Rio de Janeiro por conta de confrontos de interesses na esfera política paraibana. Esse fato foi de suma importância para a vida do autor e marcaria também a sua obra, visto que a Paraíba naquele momento histórico passara por diversos conflitos de interesse político. O mandato de seu pai foi caracterizado por valorizar as ações de grandes latifundiários que cultivavam algodão e viviam da pecuária.

Apesar de Ariano ter apenas 3 anos, a morte de seu pai marcou bastante a vida do autor e foi tema de seu discurso de posse na Academia Brasileira de Letras: “aquele mesmo menino que, perdendo o pai assassinado no dia 9 de outubro de 1930, passou o resto da vida tentando protestar contra sua morte através do que faço e do que escrevo, oferecendo-lhe esta precária compensação” (SUASSUNA, 1990).

O Auto, como gênero, pode ser definido como um enredo de conteúdo religioso ou profano, geralmente em verso, que se originou na Idade Média. O Auto da Compadecida conta com tais elementos representando um retrato de um período histórico marcado pela escassez de água e produtividade agrícola no Nordeste, fato esse que forçou os seus habitantes a migrarem para o Centro-Sul do país. No ambiente narrado pela peça, o sertão respirava também os ares da República Velha e a política de mandonismos dos coronéis.

---

<sup>3</sup> Ariano Suassuna também foi percussor do “Movimento Armorial”, lançado na década de 1970. Ariano e seus companheiros não pretendiam apenas criar uma arte propriamente brasileira, mais do que isso, buscavam uma forma de romper com o regionalismo criado em 1930 e com as explicações científicas e deterministas como mostrado por Euclides da Cunha em “Os sertões”.

Traços políticos e culturais que permanecem presentes não somente no imaginário popular, mas também na estrutura administrativa e institucional local.

Sob esse pano de fundo, a história se desenvolve com dois protagonistas carismáticos e eternizados pelas atuações de Matheus Nachtergaele (João Grilo) e Selton Mello (Chicó). Neste contexto, relações incestuosas entre estado, religião, miséria e cangaços são ironizados com requinte em 5 episódios, cada um com 40 minutos que se tornaria filme um ano depois, porém em formato reduzido e se transformando em um dos maiores sucessos de público e bilheteria do cinema nacional.

A figura do coronel Antônio Moraes aparece primeiramente como sinônimo de grande importância na narrativa, quando João Grilo para tentar convencer o padre a benzer a cadela recém-falecida da mulher do padeiro fala para ele que a cadela é do Major Antônio Moraes, figura respeitada e temida na cidade. Em um diálogo da série João Grilo afirma: - “o padre tem medo da riqueza do major que *'se pela'*”. Não viu a diferença? Antes era - 'Que maluquice, que besteira!'. Agora: - 'Não vejo mal nenhum em se abençoar as criaturas de Deus!'. Em contrapartida é para o mesmo Major Antônio Moraes que João Grilo revela tal desobediência do padre: - “(...) É que eu queria avisar a Vossa Senhoria pra não se espantar: o padre está meio doido” (...) “Não sei, é a mania dele agora. Benze tudo e chama a gente de cachorro”.

Nota-se, desse modo, que a figura do coronel naquela comunidade exerce uma importância tão grande que é para ele que os fatos que fogem à normalidade devem ser contados, quando o nome dele é utilizado em alguma situação específica, é para ele que vão os benefícios, ele que é avisado do rumo de todas as atividades da cidade, não importa se é de cunho econômico, político, cultural ou social, o Major Antônio Moraes deve ser alertado. Somente resta a população duas alternativas: bajular o coronel e ser conivente com seus mandonismos, ou então, arcar com as consequências e decidir enfrentá-lo.

A literatura<sup>5</sup> e as diversas mídias reforçam não somente a “imagem física” do coronel como um indivíduo com roupas de couro, boinas e um facão na barriga dotado de um

<sup>4</sup> “Se pela”: expressão utilizada no sentido de medo, receio, pavor.

<sup>5</sup> Maria Fortunato (2000) afirma que a literatura brasileira entre as décadas de 1930 e 1940 têm muita importância na formulação do imaginário popular da figura do coronel: “(...) Raquel de Queiroz, José Américo

linguajar popular e rodeado de jagunços, como também romanceia as narrativas. No caso da série, o Major Antônio Morais buscava casar a sua filha Rosinha com um bom partido, um homem com boas condições financeiras, um “dotô”<sup>6</sup>, que pudesse manter o padrão de vida que a sua filha estava acostumada. Caso contrário, arrancaria uma tira de couro do cidadão - com “as próprias mãos” para “mostrar como se faz”.

Desse modo, o Major em momento algum é retratado como um homem mau, ou extremamente controlador, mas sim como um pai que preza a moral e o nome da família, a exemplo de tantos outros na vida real. Esse grande eufemismo que geralmente a grande mídia utiliza para retratar os coronéis, na maioria das vezes, acaba prejudicando a formação do senso crítico do público e consequentemente os questionamentos morais acerca da postura do personagem. Fortunato em sua tese de doutorado indaga o constante uso anacrônico do conceito “coronelismo” e como isso contribui para o reforço de um determinado estereótipo e para a propagação de um ideal que nesse caso já possui uma nova roupagem e novos modos de propagação. Para a autora, que as táticas de legitimação do uso indefinido e a-histórico do conceito de coronelismo, nos estudos empíricos, passam pela estratégia da reelaboração constante da imagem do coronel, por meio de desdobramentos e tipologias diferenciadas. (FORTUNATO, 2000, p.150).

As produções acerca desse tema na Rede Globo são um grande exemplo das tais táticas de legitimação do uso indefinido e a-histórico do conceito de coronelismo. O Nordeste é quase sempre retratado como uma região com cultura e população atrasada sob os diversos âmbitos, não somente a região em si, mas o próprio povo aparece quase sempre estereotipado e geralmente ocupam cargos de baixo prestígio social; muitas vezes é o porteiro carismático ou a empregada repleta de trejeitos que já está há anos com a família. E até o pano de fundo da narrativa, ainda nos dias atuais com toda a globalização existente mostra o Nordeste ainda precário como, por exemplo, “Cordel Encantado”, “Amorteamo”, “Amores Roubados” e muitas vezes quando o período histórico não é antigo, no perímetro urbano, surge uma espécie de “coronel urbano”, que desraigado dos grandes estereótipos já

---

de Almeida e Jorge Amado, entre outros não se isolam como fato estético em si e nos permite observar através do jogo discursivo, a subjetivação da imagem do coronel com todo o feixe de relações que produziu (...)” (p.154).

<sup>6</sup> “Dotô”: forma informal de chamar doutor muito utilizada no Nordeste e adotada no filme.

cercados sobre a figura, geralmente emerge como um grande líder carismático de uma comunidade, como é o caso do personagem a ser analisado na próxima sessão, o Juvenal Antena da novela Duas Caras, que apesar de não nordestino e de não estar em um ambiente rural, carrega diversas características de um coronel.

Nos últimos anos, nos raros exemplos em que a dramaturgia retratou o Nordeste fora do de tais estereótipos, o cenário quase sempre foi a Bahia, mas mesmo assim, sempre o que foi retratado é uma Bahia restritamente turística e idealizada como se fosse um local apenas rodeado de grandes festas, sem vida prática, o que reforça o paradigma acerca do comportamento soteropolitano como um povo preguiçoso e repleto de “jeitinhos” para lidar com situações cotidianas, a exemplo das minisséries: “O canto da Sereia” e “O paí, ó”.

### **Duas Caras**

De outro lado, 52 anos após o lançamento do livro de Suassuna, em 2007, Aguinaldo Silva, dramaturgo pernambucano, conhecido por trazer as suas obras de ficção “tipos” já conhecidos de outras. Em suas novelas, sempre há um protagonista extremamente carismático, muitas vezes nordestino e que conseguiu se destacar em seu ofício em meio de múltiplas adversidades, a exemplo de Maria do Carmo em “Senhora do Destino”, José Alfredo em “Império” e Griselda em “Fina Estampa”.

Aguinaldo Silva investe em personagens caricatos e com um grande apelo de público, tanto que questionado em 2012 no programa da TV Cultura, “Roda Viva”,<sup>7</sup> sobre a opção de trocar o cenário regionalista, de tramas ambientadas em cidades fictícias do Nordeste para o Rio de Janeiro, o autor respondeu que nunca abandonou seu estilo, apenas migrou para a rotina carioca, de modo que as novelas aconteçam em “pequenas comunidades fictícias” que abrigam os seus tipos já conhecidos de personagem: o vencedor nato, a vilã e sua relação com o mordomo, a família desestruturada por conta de disputas de poder e dinheiro, a filha bastarda, dentre outros.

Apesar de Juvenal Antena não ser o grande protagonista da trama, ocupa papel de destaque no enredo de Aguinaldo Silva e se apresenta como um líder carismático,

---

<sup>7</sup> <http://www.jornalipanema.com.br/blogs/trocando-de-canal/6515-imperio-e-a-relacao-com-outros-trabalhos-de-aguinaldo-silva>



globalizado, extremamente controlador, mas que aos olhos do grande público estaria longe de ser “um coronel”, e sim é criador e mantenedor da comunidade fictícia da Portelinha no Rio de Janeiro que é uma espécie de presidente do lugar e a figura que todos devem ter respeito e admiração.

A comunidade da Portelinha pode ser entendida como um espaço “semi-paralelo”, uma vez que Antena, utilizando da sua autoridade de mantenedor e “líder nato” do local cria regras e condutas sociais de como se comportar lá dentro, paralelo às leis já impostas pela constituição do país. Caso o respectivo morador não aceite/siga será expulso sem um aviso prévio. Apesar de extremamente incisivo e autoritário, Juvenal tem o “aceite” e o carinho de quase todos os moradores da sua comunidade. Além da proibição total ao consumo e ao tráfico de drogas, a punição aos “baderneiros” também adquire contornos peculiares e inquestionáveis dentro daquele contexto.

Antena consegue se manter sempre informado de tudo o que ocorre em sua comunidade através do seu pupilo Evilásio e de uma espécie de “mílicia” formada pelos “Sete Anões”. Tal ordem imposta pelo “dono da comunidade” não se restringe apenas ao âmbito “político” do local, mas também econômico, social e até mesmo comportamental dos moradores, ao ponto que em alguns capítulos, Juvenal é retratado realizando uma espécie de consultoria econômica com alguns dos moradores que passam por problemas financeiros.

Os excessos do que poderia ser visto possivelmente como uma figura autoritária e que chegava a ultrapassar barreiras do bom senso é minimizado pela montagem das cenas. Tanto que uma cena em que Antena invade a casa da dançarina da *wiskeria* porque estava encantado com a beleza e a performance da moça na noite anterior, no que seria uma clara tentativa de estupro, foi minimizado para que soasse como uma forma excêntrica de conquistar uma garota, tentando esbanjar humor e não somente a intenção sexual, de forma que o telespectador ache aquele modo mais uma vez bonachão e pitoresco do “dono” da Portelinha.

Um dos bordões do dono da *wiskeria*, Jojô, era: “Juvenal Antena pede, Juvenal Antena manda!”. Essas ordens eram feitas sempre de modo muito cordial, cercado de cumplicidade com os outros que o serviam e culminando assim para que todos tivessem prazer e satisfação em atender aos seus pedidos, por mais invasivos que eles parecessem em

diversos sentidos. Como um bom líder populista, Juvenal era visto também como uma espécie de pai; mesmo sendo rígido, cobrando de todos, demonstrava carinho e afetividade por aqueles que o cercam.

Sérgio Buarque de Holanda (2005) em “Raízes do Brasil” afirma que a sociedade brasileira é pautada muito fortemente na base familiar, modelo esse advindo do mundo rural, que transfere para o mundo urbano um modelo desequilibrado socialmente que não é capaz de se ajustar as novas dinâmicas desse novo cenário. Se Holanda estabelece que o homem cordial é aquele que coloca os sentimentalismos à frente de suas relações e que a intimidade é um fator de suma importância nas diversas relações de sua vida. Juvenal Antena é um ótimo exemplo desse indivíduo, que reside sob influência ancestral dos padrões patriarcais onde a intimidade é fator importante nas relações.

Ele é conhecido e figura bem-vinda por todos dentro do ambiente da Portelinha. Detém controle até da vida íntima de sua vizinhança e utiliza do sistema de “troca de favores” como uma forma de recrutamento do pessoal que estará ao seu lado quando precisar e quando a favela também estiver em algum tipo de risco. Como líder, Juvenal instala na comunidade “quase tudo” que os cidadãos devem ter para que não precisem se submeter às intempéries do mundo além daquela comunidade.

Assim, Antena, apesar de estar no ciclo “espaço-tempo” totalmente diferente dos já estereotipados coronéis do sertão, revela a antiga herança patriarcal brasileira. Sua imagem, carismática e autoritária fascina não somente habitantes de sua comunidade, como também pessoas de fora, que admiram a bravura e a forma como o líder da Portelinha governa sua comunidade com “mãos de ferro” e evita que violência e disputas de poder paralelo em troca “apenas” de uma sutil colaboração dos habitantes à Associação de Moradores que Juvenal, por sua vez, de modo sorrateiro, como mostrado em alguns capítulos, usa em seu benefício próprio.

Entretanto, pautado em um *status* social que lhe fora atribuído, extingue qualquer tentativa contrária ao modelo Antena de governar a comunidade. Sua qualidade de valentia faz com que ele tenha o respeito de todos. A forma de poder imposto pelo seu patriarca já foi tão internalizada pelos moradores que inibe a vontade e a opinião de cada um, resultando assim na veneração e apoio por todos diante de suas atitudes.

## Considerações Finais

Ao longo do presente artigo buscamos demonstrar o quanto a teledramaturgia nacional ainda contribui para o reforço de alguns estereótipos, principalmente relativos a figura patriarcal e autoritária do “homem” enquanto sinônimo de força e poder, ao invés de propor reflexões sobre tal comportamento.

Se de um lado, no Nordeste agrário e da década de 1950, há o Major “cuidando” e zelando pela permanência da moral e bons costumes da cidade, de modo extremamente controlador. No Rio de Janeiro de 2007, há o carismático e tão controlador quanto que exerce uma “manipulação mascarada” entre os habitantes de sua comunidade tão eficiente de tal modo que praticamente inexistem questionamentos perante o seu modo de governar.

Assim, pode-se notar que as peças televisivas incitam a construção imagética e ideológica que a figura de um “homem forte” é que deve estar no poder e que ele consegue promover o desenvolvimento e enfrentar quaisquer possíveis dificuldades com garra e ousadia desmedidas. Atitudes de cunho duvidoso, comportamento controverso e até mesmo diversos preconceitos disseminados pelos personagens acabam sendo esquecidos ao longo do percurso. Acreditamos que televisão brasileira reafirma paradigmas que entendemos que deveriam ser “quebrados” na construção de uma nova sociedade.

## Referências Bibliográficas

BUARQUE, Sérgio de Holanda. *Raízes do Brasil*. Prefácio de Antônio Cândido. 13ª ed. Rio de Janeiro: Livraria José Olympio Editora, 1979.

FORTUNATO, Maria Lucinete. **O conceito de coronelismo e a imagem do coronel**: de símbolo a simulacro do poder local. Campina Grande: Editora da Universidade Federal de Campina Grande, 2008.

LEAL, Victor Nunes. *Coronelismo, enxada e voto* – o município e o regime representativo no Brasil. São Paulo: Nova Fronteira, 1997.

RÊGO, André Heráclio do. **Família e coronelismo no Brasil**: uma história de poder. Rio de Janeiro: Giraffa, 2008.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

WIRTH, Louis. **O urbanismo como modo de vida.** In: VELHO, Otávio (org.). O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

## **Publicidade e Simbolismo**

### **Manifestações Culturais: Apropriação ou Transfiguração? <sup>1</sup>**

Hugo Fernandes Costa<sup>2</sup>

#### **Resumo**

A ligação estabelecida entre formação de identidades e aquisição de bens de produção evidencia a função ideológica do discurso dominante, cujo objetivo é atribuir naturalidade à ordem estabelecida. Nessa toada, cumpre sua finalidade política de impor e legitimar a dominação, assegurando a “violência simbólica”, que é a dominação de uma classe sobre a outra. A partir de tais premissas, indaga-se se os aparatos publicitários de fato preservam e se apropriam das manifestações culturais da coletividade ou ocultam a violência que encerram construindo o mundo objetivo a partir de uma ótica dissimulada e transfigurada.

**Palavras-chave:** Publicidade; Simbolismo; Cultura; Modos de subjetivação.

#### **Introdução**

O presente trabalho se desenvolve a partir da indagação a respeito da crescente submissão do estilo de vida predominante nas sociedades contemporâneas aos objetos. Esses se mostram como verdadeiros norteadores dos anseios coletivos, nutrindo uma ótica dissimulada de exclusividade, como se por trás das produções em massa houvesse de fato a preocupação do mercado com as individualidades.

A amplitude da produção de mercado é evidente, mas já não se pode comprovar com a mesma veemência que tamanha propagação reflita os múltiplos signos presentes no imaginário coletivo. Nessa toada, a interferência de uma perspectiva contra-hegemônica de interpretação acerca do *modus operandi* do mercado e do capitalismo contemporâneo contribui para uma retomada de consciência

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria pós-graduação. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduando em Direito pelas Faculdades Integradas Vianna Junior - Juiz de Fora/MG. E-mail: [fernandescostahugo@gmail.com](mailto:fernandescostahugo@gmail.com)



acerca das formas de interação que o mercado propõe, exibindo o arbítrio oculto pelo discurso dominante.

Superada essa discussão, deve-se observar ainda a ligação íntima entre a compreensão do consumo como marco civilizatório e a facilidade de aceitação do discurso propagado pelo mercado. Isso quer dizer que o papel conferido aos objetos de retratar com grande evidência a ascensão socioeconômica do indivíduo revela o destinatário final distante da possibilidade de determinar a produção.

## **Cultura e consumo**

Traço marcante da nossa atual civilização é a posição soberana conferida aos objetos. A forma como esses são contemplados, passando-se à instrumentalização do próprio homem, reflete nossa existência subordinada ao tempo das coisas inanimadas. Atualmente, somos expectadores da vida útil dos objetos, desde a cadeia de produção até a obsolescência, enquanto nas civilizações anteriores eram os instrumentos que sobreviviam às gerações humanas.

A estrutura organizacional dos objetos no mercado atual utiliza-se da panóplia, instrumento muito peculiar de desvalorização do objeto como um signo isolado, mas refletido como uma utilidade específica em cadeia, pertencente a um sentido global e a uma totalidade quase indissociável daqueles que o rodeiam. (BAUDRILLARD, 2011)

No meio da panóplia geral dos bens de consumo, um elemento surge transformado em objeto de luxo ou ferramenta lúdica, mostrando que não é a cultura que se transforma intrinsecamente, mas os bens e serviços que culturalizam-se, assumem nova roupagem, fazendo respirar o ambiente cotidiano diante de novas experiências.

Nessa toada, as características inerentes de cada produto oferecido no mercado associam-se diretamente ao conceito de estilo de vida, fazendo com que aquelas percam sua importância em um cenário cuja expectativa do consumidor se dá a partir das experiências e sensações provocadas. Dos produtos de higiene pessoal

transformados em sonhos de beleza até o setor automobilístico que promete revestir de elegância e força o comprador, a cultura se mostra como o principal produto da sociedade de consumo.

Segundo Max Weber (apud PETER BURKE, 2008, p.29) o conceito de estilo de vida está associado a padrões de consumo como parte da definição do que o sociólogo alemão chamava de “grupos de status”.

Trata-se, portanto, de uma forma de organização do mercado segundo as variações socioculturais que orientam e determinam a produção. No entanto, as tendências culturais embaladas para consumo sofrem ligeiras adaptações para que se possa abarcar o maior número possível de consumidores que, contraditoriamente, carregam o reconhecimento comum de exclusividade.

O ideal de preferência que desperta como um fenômeno peculiar em cada indivíduo, segundo uma falsa percepção de exclusividade por parte desse, na verdade revela modelos estruturais cuja própria criação dos anseios e a consequente manutenção desses se dá pela mesma via.

### **A “Soberania do Consumidor” numa perspectiva contra-hegemônica.**

Da indústria cultural à produção de bens e serviços, um discurso inerente ao capitalismo contemporâneo nos leva a acreditar numa ampla e crescente necessidade de readaptação e inovação por parte do fornecedor para satisfazer os anseios do destinatário final que, por sua vez, se mostra cada vez mais exigente.

Afim de melhor compreender e elucidar o *modus operandi* do mercado atual faz-se necessário superar o senso-comum, identificando e desmistificando a função ideológica do discurso dominante de atribuir naturalidade à ordem até então estabelecida e de legitimar a dominação de classe.

Como bem preceitua Pierre Bourdieu (1989), o “Poder Simbólico”, além de revestir de naturalidade a submissão das classes dominadas, tem sua manutenção condicionada à inconsciência do arbítrio, isto é, na crença que torna legítimo o discurso hegemônico.

Nessa toada, carecem de respaldo relevantes considerações no tocante ao discurso de preponderância do consumidor no mercado. Afinal, a tomada de consciência do arbítrio é a forma que se reveste de maior eficácia para que se torne atual o poder potencial das classes dominadas.

Sob a ótica do discurso que reveste de presteza e exclusividade a oferta, existe uma lógica transfigurada. O envolvimento da indústria produtiva com a indústria cultural, devidamente acompanhadas pela máquina da propaganda, estabelecem nichos específicos de mercado, condicionando os consumidores ao agrupamento condizente com a satisfação de interesses comuns. A sensação de pertencimento que resulta de tal proposta facilita o processo que torna o destinatário final modelável, adaptável e subordinado às ofertas de produção em massa.

Partindo-se do pressuposto de que a oferta é decidida unilateralmente pelo fornecedor, a Resolução nº 39/248 editada pela ONU em sua 106ª Sessão Plenária, realizada em 1985, esclarece: todos os consumidores são vulneráveis. Trata-se de presunção absoluta e requisito indispensável para a harmonia nas relações de consumo. Significa dizer que o consumidor é a parte fraca da relação de consumo, em um cenário cujo conhecimento relativo aos meios de produção é monopólio do fornecedor, bem como a possibilidade de optar por aquilo que existe e é oferecido no mercado.

O consumo aparenta invadir toda a vida à medida que o canal das satisfações já se encontra previamente calculado e traçado pelo próprio mercado, cujo

Envolvimento é total, inteiramente climatizado, organizado, culturalizado. Na fenomenologia do consumo, a climatização geral da vida, dos bens, dos objectos, dos serviços, das condutas e das relações sociais representa o estágio completo e <<consumado>> na evolução que vai da abundância pura e simples, através dos feixes articulados de objectos, até ao condicionamento total dos actos e do tempo. (BAUDRILLARD, 2011, p. 19)

As grandes contradições e disparidades da vida quotidiana neutralizam-se em um cenário cuja homogeneidade é construída a partir das ofertas de mercado que se propõem a resolver e oferecer condições que maculam um cenário confortável e

estável ao consumidor. Trabalho, natureza, cultura e clima são fatores cujos anseios se mostram claramente expostos pelo mercado e cujas soluções são ligeiramente criadas pelo mesmo.

### **Consumo como instrumento de inclusão social e modo de subjetivação.**

A força ideológica da crença na auto-satisfação não resulta da inclinação natural e da livre escolha de cada indivíduo. Advém-lhe, sócio-historicamente, do processo que mantém os homens na incessante busca do reconhecimento em grupos ou classes sociais devido ao respeito outorgado pela acumulação de bens.

O avanço da economia monetária e da urbanização que se deu a partir do século XIX definiu a lógica de construção das identidades de acordo com as formas de comer, beber, morar, vestir e de contato com os segmentos artísticos. Para Oscar Wilde (apud BUENO, 2008, p. 12) “deveríamos ser uma obra de arte ou vestir uma obra de arte”, noção que traduz a subordinação da quotidianidade à estética.

A vida cotidiana é o grande cenário do consumo. Essa, imediatamente associada à repetição de atos e gestos (necessários para a manutenção da vida em sociedade) abriga uma sistemática de interpretações necessárias em um contexto cujo

indivíduo reorganiza o trabalho, o lazer, a família, as relações, de modo involutivo, aquém do mundo e da história, num sistema coerente fundado no segredo privado, na liberdade formal do indivíduo, na apropriação protectora do ambiente e no desconhecimento (BAUDRILLARD, 2011, p. 27).

Nesse sentido, a crescente expansão do mercado de consumo é vista como verdadeiro marco civilizatório, assumindo o papel de retratar com grande evidência a ascensão socioeconômica do indivíduo.

A problemática se consolida a partir do ponto em que há profunda contradição num cenário cuja popularização dos bens de consumo se sobrepõe à alteração das estruturas sociais, alternativa essa que se mostra como único meio capaz de proporcionar uma maior inclusão social de fato, viabilizando uma vida digna através

da igualdade de oportunidades e liberdade de escolha. Destarte, a satisfação dos postulados de inclusão e igualdade torna imprescindível considerar que:

Uma sociedade de consumidores não é apenas a soma total dos consumidores, mas uma totalidade, como diria Durkheim, “maior do que a soma das partes”. É uma sociedade que (para usar uma antiga noção que já foi popular sob a influência de Althusser) interpela seus membros basicamente, ou talvez até exclusivamente, como consumidores; e uma sociedade que julga e avalia seus membros principalmente por suas capacidades e conduta relacionadas ao consumo (BAUMAN, 2009, p. 108).

## **Conclusão**

Diante da notável posição conferida aos bens de produção na sociedade de consumo, o destinatário final revela-se subordinado à produção de anseios e à consequente exposição de soluções infalíveis oferecidas pelo próprio mercado. A presunção de vulnerabilidade do consumidor baseia-se na limitação que esse mesmo sofre nas relações de consumo, visto que incapaz de determinar e compreender a produção, sua liberdade condiciona-se à mera adesão de códigos construídos.

As diversas manifestações culturais que sobrevivem no imaginário social são transfiguradas em sua essência, pelo mercado. O discurso dominante do marketing que proporciona ao consumidor uma posição soberana esconde o arbitrário. Trata-se de uma indústria de produção de bens que cada vez mais aprimora suas ferramentas e aproxima-se da indústria cultural. Se de um lado o mercado parece nos oferecer todos os insumos para as nossas mais variadas necessidades, de outro é esse mesmo mercado que constrói nossas necessidades pela máquina da propaganda.

As disparidades de estilos e conceitos que simulam contribuir para um processo de individualização, de reforço das identidades individuais, na verdade condicionam o comportamento do consumidor à adequação de nichos pré-estabelecidos pelo mercado. Cumpre ressaltar que o determinismo do mercado ameaça jogar para o lado de fora do veículo opulento do progresso aqueles incapazes de se manter consumindo.



# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

Todavia, a inclusão do indivíduo na sociedade não deve estar adstrita à popularização dos bens de consumo, mas na alteração das estruturas da sociedade que proporcionam uma maior inclusão social de fato.

A construção de um discurso contra-hegemônico é o grande propulsor para o empoderamento dos indivíduos que se subordinam à determinada construção, tornando atual o poder das classes dominadas, resgatando e consolidando as manifestações culturais como um instrumento a serviço de um determinado povo, e não do mercado.

## Referências:

- ANTAS JUNIOR, Ricardo Mendes. Desafios do Consumo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- BAUDRILLARD, Jean. A Sociedade de Consumo. Lisboa, 2011.
- BAUMAN, Z. Globalização: As conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BAUMAN, Z. Vida a Crédito. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- BAUMAN, Z. Vida Líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. O Poder Simbólico. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S.A., 1989.
- BUENO, Maria Lucia; Camargo, Luiz Octávio de Lima. Cultura e Consumo: Estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.
- NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. Curso de Direito do Consumidor. 8ª Ed. São Paulo, Saraiva, 2014.
- SILVA, Daisy Rafaela da. O consumo na pós-modernidade: efeitos nas classes D & E. Campinas, Sp: Editora Alínea, 2014.

## **Análise retórica do discurso de Barack Obama<sup>1</sup>** **Estratégias da campanha eleitoral de 2008**

Hygor Nunes Alves<sup>2</sup>  
Beatriz Ferreira Marques<sup>3</sup>

### **Resumo**

Este trabalho busca analisar a eleição presidencial do ano de 2008 dos EUA, baseando-se na campanha do candidato do partido democrata Barack Obama e objetivando explorar as estratégias utilizadas por esse na divulgação de suas propostas ao público eleitor. Tem como referência o artigo “Estratégias de Eleições Majoritárias” (Aldé, A. 1996) nas categorias “estratégia da campanha”, “construção do discurso” e “apelo e objetivo da mensagem” e “Análise de Discurso” (Gill, Rosalind. 2010). O outrora candidato à presidência e atual presidente americano, através de uma campanha enfatizando a mudança “*Change We Can Believe In*”, alcançou a vitória contra o republicano McCain em uma das eleições mais acirradas da história dos EUA, sendo o primeiro negro a conquistar o comando do país.

### **Palavras-chave**

Barack Obama; Campanha; Discurso; Estratégia; Eleições

### **Contexto Eleitoral**

A gestão George Walker Bush, de duração de oito anos, foi marcada por acontecimentos que acarretaram em um enorme desgaste para o representante, e por consequência, ao partido Republicano. Mais precisamente no ano de 2008, os EUA foi vítima da crise da especulação imobiliária, conhecida como a crise do “*subprime*”, fazendo referência aos empréstimos e hipotecas de alto risco que circulavam no mercado norte-americano. Como consequência dessa “grande bolha” e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduando em Comunicação Social – Jornalismo na Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ. E-mail: [contatohygor@gmail.com](mailto:contatohygor@gmail.com).

<sup>3</sup> Graduanda em Comunicação Social – Relações Públicas na Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ. E-mail: [beatriz\\_ferreiraa@hotmail.com](mailto:beatriz_ferreiraa@hotmail.com).

da crise financeira que não só afetou internamente o país, mas se alastrou por diversos países, Barack Obama fez com que esse contexto fosse a base de seu planejamento de campanha, provocando uma forte identificação e adesão de eleitores.

Dentro de um cenário social, econômico e político delicado, a população norte-americana buscava encontrar as mudanças necessárias em um futuro mandatário que agisse conforme as necessidades e desejos despertados por ela. Pesquisas estimavam que cerca de 80% dos eleitores se sentiam em um país que estava no “caminho errado” ou, até mesmo, “caminhando na direção contrária”, gerando, assim, atuações superficialmente semelhantes de ambos os representantes partidários, republicano e democrata. Dessa forma, no ano de 2008 os EUA presenciavam duas campanhas que tinham candidatos que se intitulavam “agentes da mudança”, sendo essa não apenas enfatizada pela “oposição”, mas também pela “situação”.

## **Análise da Campanha**

A campanha de Barack Obama teve como base propagandas que enfatizavam palavras-chaves como “*values*” e “*work*”. Dessa forma, buscava aproximar e cativar a classe trabalhadora de seus propósitos, inserindo-a como fundamental na eficácia de suas propostas. Através de apelos pragmáticos, emocionais e ideológicos, o candidato de oposição, Barack Obama, usa como estratégia de campanha a motivação à mudança e otimismo quanto ao futuro. A partir da análise de dois vídeos de extrema relevância na campanha do candidato Barack Obama, analisaremos a construção do discurso e as estratégias adotadas por esse na aproximação do eleitor e formulação de sua imagem.



Dessa forma, faremos referência primeiramente ao vídeo “*Plan for change*”, no qual o representante do partido democrata é o próprio orador e tem como retórica de sua mensagem a exposição de seus planos e projetos futuros, utilizando-se, assim, da *crítica* do atual e da *proposição* de um futuro melhor. Em seguida, analisaremos um trecho da composição musical conhecida popularmente como “*Yes We Can*”, com participação de cantores de prestígio e personalidades públicas. Essa foi criada a partir das estratégias linguísticas utilizadas por Barack Obama em seu discurso “*Change We Can Believe In*”, no qual por diversas vezes repetiu a máxima “*Yes We Can*”.

#### “BARACK OBAMA FOR PRESIDENT: ‘PLAN FOR CHANGE’ - SPEECH”

“In the past few weeks, Wall Street's been rocked as banks closed and markets tumbled. But, for many of you -- the people I've met in town halls, backyards and diners across America -- our troubled economy isn't news. Six hundred thousand Americans have lost their jobs since January. Paychecks are flat and home values are falling. It's hard to pay for gas and groceries, and if you put it on a credit card, they've probably raised your rates. You're paying more than ever for health insurance that covers less and less. This isn't just a string of bad luck.



The truth is that while you've been living up to your responsibilities, Washington has not. That's why we need change. Real change.”  
 (“PLAN FOR CHANGE” - SPEECH”, 2008).

No início de seu discurso, Obama faz uma detalhada descrição da situação norte-americana com intuito de enquadrar o eleitor no contexto e o fazer desejar cada vez mais alterações positivas. Como representante da oposição, evidencia o “caos” como estratégia de se auto-intitular “agente” de uma futura mudança. No trecho “*for many of you -- the people I've met in town halls, backyards and diners across America*”, observamos que Obama busca retratar sua visão externa da situação, se enfatizando como isento de qualquer responsabilidade e garantindo, assim, sua imagem de possível solucionador do problema.

Outro aspecto relevante é a forma com que Obama menciona o contexto, pressupondo, implicitamente, uma ideia comum entre os eleitores, como vemos no trecho “*our troubled economy isn't news*”. Nesse recorte, o representante considera os acontecimentos econômicos de conhecimento geral. Assim, a ideia de “acordo prévio” pode ser analisada como estratégia do candidato uma vez que esse inicia seu discurso com uma descrição contextual pré-formulada. Essa, se caracteriza pela noção de uma realidade ou contexto comum na mente dos eleitores, seja essa uma análise real ou fruto da opinião pública. No cenário norte-americano de 2008, as pesquisas demonstravam uma real insatisfação da população com a situação do país, sendo então esse cenário não satisfatório o principal aliado da campanha “*Change We Can Believe In*”, mais conhecida através do “*Yes We Can*” – speech.

A eleição presidencial de 2008 foi, certamente, uma das mais movimentadas em relação ao rápido fluxo de informações e a adaptação das campanhas à demanda do cenário norte-americano. Assim, buscava se adequar rapidamente aos acontecimentos do turbulento contexto. Dessa forma, incitava-se uma das mais “ácidas” e “agressivas” disputas dentre tantas outras anteriores.

Barack Obama, no trecho a seguir, faz alusão ao comportamento de seu adversário indiretamente. Menciona, implicitamente, a falta de maturidade quanto aos ataques pessoais e as distrações em que seu oponente se baseava para atacá-lo. Por vezes, McCain caracterizou Obama como um candidato não preparado ao posto, sendo um democrata liberal que favoreceria o aumento dos impostos. O candidato da oposição, em defesa, alegava que McCain era a sucessão do governo de George W. Bush, por sua vez, desgastado e insatisfatório.

“This is no ordinary time, and it shouldn't be an ordinary election. But much of this campaign has been consumed by petty attacks and distractions that have nothing to do with you or how we get America back on track.” (“PLAN FOR CHANGE” - SPEECH”, 2008).

O conceito de “acima da briga” também pode ser aplicado ao recorte acima. Esse se caracteriza pela manutenção de um posicionamento “neutro” quando o contexto incita agressões verbais, sejam elas estratégias de defesa ou intencionais. Na retórica, o ato de se exaltar ou agredir verbalmente é considerado literalmente um “tiro no próprio pé”. O efeito disso reflete no próprio autor da ação, fazendo com que ele receba todo o descrédito. Afinal, a agressão pressupõe a falta de argumentos ou contra-argumentos.

Logo em seguida no vídeo, Obama expõe suas propostas baseadas nos ajustes necessários para que, nos próximos anos, os EUA retomem o crescimento e desenvolvimento esperado. Em uma proposta, especificamente, podemos observar a predominância do apelo político no trecho em que o candidato menciona a guerra no Iraque, dando a entender que essa gera gastos desnecessários para o governo e propondo um fim sustentável.

*“And yes, bring a responsible end to the war in Iraq so we stop spending billions each month rebuilding their country when we should be rebuilding ours”* (“PLAN FOR CHANGE” - SPEECH”, 2008).

No encerramento do discurso de Barack Obama, observamos, preferencialmente, o apelo emocional, não descartando os traços do apelo ideológico. Assim, Obama faz uso da retórica sedutora, buscando dar ao eleitor a esperança de um porvir melhor. Com frases motivadoras, menciona vitórias anteriores com intuito de encorajar e, mais uma vez, inserir seus eleitores em suas propostas otimistas.

*“Doing these things won't be easy. But we're Americans. We've met tough challenges before. And we can again. I'm Barack Obama. I hope you'll read my economic plan. I approved this message because bitter partisan fights and outworn ideas of the left and the right won't solve the problems we face today. But a new spirit of unity and shared responsibility will.”* (“PLAN FOR CHANGE” - SPEECH”, 2008).

No trecho *“Doing these things won't be easy. We've met tough challenges before. And we can again.”* podemos observar que Obama evidencia o passado buscando exaltar o povo norte-americano e seu espírito nacionalista. Logo em seguida, no trecho *“I approved this message because bitter partisan fights and outworn ideas of the left and the right won't solve the problems we face today.”* o candidato revela seu posicionamento de apelo ideológico fortíssimo. A definição de apelo político é quebrada em seu discurso sendo o próprio Barack Obama o garantidor da escolha eleitoral, se abstendo de partido político como fiel direcionador de seus planos.

Apesar do artigo, “Estratégias de Eleições Majoritárias” (Aldé, A. 1996), não definir, efetivamente, a categoria “exortação” e, de acordo com o contexto, remeter, implicitamente, o termo à sua definição de advertência e aconselhamento, é possível estabelecer uma analogia entre a campanha de Obama e a definição do termo “exortação” como o ato de encorajar. Esse, com grande auxílio do apelo ideológico, faz uso de estratégias persuasivas provocando no eleitor o encorajamento mediante o cenário e o estímulo em relação ao futuro da nação.

## **“YES WE CAN” – BARACK OBAMA SONG**

A música feita pelo cantor e compositor will.i.am, baseada no discurso “*Change We Can Believe In*”, do candidato à presidência Barack Obama, faz uma alusão ao contexto das eleições de 2008 dos EUA remetendo à sua história de coragem e determinação. A composição dispõe, em suas estrofes, diversos acontecimentos que os norte-americanos vivenciaram e foram capazes de superar, trazendo assim uma imagem de exaltação e valorização do espírito nacionalista. No trecho a seguir, retirado da música, observamos as características mencionadas.

*“It was the call of workers who organized; women who reached for the ballots; a President who chose the moon as our new frontier; and a King who took us to the mountaintop and pointed the way to the Promised Land.” (“PLAN FOR CHANGE” - SPEECH”, 2008).*

O vídeo musical teve participação de artistas como John Legend, Scarlett Johansson, entre outros incluindo o próprio will.i.am. Seu maior intuito era a popularização do slogan “*Yes We Can*”, sendo esse uma máxima muito repetida por Obama durante seu discurso. A canção foi lançada em 02 de fevereiro de 2008, pelo membro do Black Eyed Peas (will.i.am) no Dipdive e também no YouTube. Foi homenageado com o primeiro *Emmy Award de Best New Approaches in Daytime Entertainment*. Dessa forma, o termo “*Yes We Can!*” tornou-se um slogan secundário para a campanha de Obama, vencedora da eleição.

## **Considerações Finais**

Por meio de uma campanha inovadora, Barack Obama não faz o uso da internet como mídia de apoio, mas como plataforma influente, disseminando de suas ideias e ampliando o seu público. Através de vídeos e músicas Obama popularizou sua campanha “*Change We Can Believe In*” contando inclusive com o apoio de cantores e demais artistas.

A mídia pulverizou seus discursos de forte apelo emocional e otimista diante de uma realidade não favorável. Obama faz de sua campanha um exemplo e a análise acima nos mostra o quão elaborado e minucioso é o seu discurso demonstrando a harmonia de suas ideias e as intenções argumentativas em cada trecho.

### Referências bibliográficas

ALDÉ, A e FIGUEIREDO, M. *Estratégias de Eleições Majoritárias*. XXI Encontro Anual da ANPOCS, 1996.

BARBEIRO, Heródoto e LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Telejornalismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

CHAUÍ, Marilena. *Simulacro e poder: uma análise da mídia*. São Paulo: Ed. Perseu Abramo, 2006.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GILL, Rosalind. *Análise de discurso*. In: BAUER, W. Martin e GASKELL, George. *Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som*. Petrópolis – RJ: Editora Vozes, 2002. P. 244-270.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. *Comunicação e Política*. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

THOMPSON, J.B. *O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

VILLELA, Regina. *Profissão: jornalista de TV – Telejornalismo aplicado na era digital*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.

WESTON, A. *A arte de argumentar*. Lisboa: Ed. Gradiva, 1996.



## **Erradicação da extrema pobreza: que notícia é essa?** Análise de discurso das matérias sobre o programa Bolsa Família nas revistas Veja e Carta Capital<sup>1</sup>

Juscilene Alves de Oliveira <sup>2</sup>

Rodolfo Santana <sup>3</sup>

Viviane Patrícia Bento <sup>4</sup>

### **Resumo**

Este trabalho possui como objeto de pesquisa três reportagens em dois veículos de comunicação impressa – as revistas semanais Veja e Carta Capital – que manifestam visões político-ideológicas antagônicas partindo de um mesmo tema. O Bolsa Família, programa do Governo Federal que possui como finalidade reduzir a pobreza extrema, é discutido em sua gênese nas três reportagens selecionadas. O objetivo é verificar a opinião das Revistas sobre o programa, partindo do pressuposto de que os meios são formadores de opinião. A metodologia utilizada foi baseada no uso da análise do discurso da linha Francesa, tendo como autores abordados Bakhtin, Bosi dentre outros, e através desses autores, foi feita a seleção e análise de palavras chaves encontradas nas reportagens que possuem diferentes significados dependendo do lugar da fala.

**Palavras-chave:** ideologias, meio de comunicação, política, discurso.

### **Introdução**

Toda palavra serve de expressão a um em relação a outro.

Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise, em relação à coletividade. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros. Se ela se apoia sobre mim numa extremidade, na outra apoia-se sobre o meu interlocutor. A palavra é o território comum do locutor e do interlocutor. (BAKHTIN, 1995, p.113)

Este trabalho analisará três reportagens em dois veículos de comunicação impressa – revistas semanais – que manifestam visões político-ideológicas antagônicas partindo de um mesmo tema. O Bolsa Família, programa do governo federal que possui como finalidade reduzir a pobreza extrema, é discutido em sua gênese nas três reportagens selecionadas, que possuem os seguintes títulos:

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduação Eca-USP. E-mail: [juscilene21@hotmail.com](mailto:juscilene21@hotmail.com).

<sup>3</sup> Graduação Eca-USP. E-mail: [rodolfosantanta@ymail.com](mailto:rodolfosantanta@ymail.com).

<sup>4</sup> Graduação Eca-USP. E-mail: [vivibenpati@hotmail.com](mailto:vivibenpati@hotmail.com).

**O combate à miséria está no rumo certo:** *O Brasil indica a projeção dos números, reduz a extrema pobreza aos níveis recomendados pelas Nações Unidas.* (Carta Capital: 15/jun/2014).

**Bolsa Família, o maior colégio eleitoral do Brasil:** *Um eleitorado de 40 milhões de pessoas é influenciado pelo programa, que, especialmente no Nordeste, se tornou uma arma eleitoral incomparável.* (Veja: 17/ago/2014)

**Mas, afinal de contas, quem criou o Bolsa Família? Resposta: foi FHC! Afirmar que foi Lula é fraudar a história.** (Veja 15/out/2014).

Buscaremos, na análise destes três artigos, descrever e qualificar o discurso apresentado, tendo como horizonte teórico os autores apresentados na disciplina ao longo do semestre.

Discutiremos, inicialmente, os títulos dos artigos. Ao primeiro olhar, todos eles, em seu argumento principal, exploram o caráter do Bolsa Família– um benefício social – como ferramenta política. As correntes políticas pelas quais as revistas se orientam já podem ser depreendidas nessa etapa. A revista Carta Capital possui o discurso progressista, enquanto o da Veja é conservador e neoliberal. Mesmo de forma implícita, o discurso denuncia seu enunciador, e é carregado de interesses e sentidos. Para Lippmann, “Um relato é o produto conjunto do conhecedor e do conhecido. Os fatos que vemos dependem da posição em que estamos colocados e dos hábitos de nossos olhos”. (LIPPMANN, 1970, 150)

Não podemos deixar de lembrar que os meios de comunicação de massa no Brasil são aliados de corporações, e são mediados em um processo de troca de interesses. A linguagem, que é o veículo pelo qual eles se apresentam diante da sociedade, carrega sempre a ideologia.

### **A representação ideológica do Bolsa Família**

O discurso encontrado na reportagem da Carta Capital procura mostrar os resultados sociais adquiridos pelo Programa Bolsa Família. São apresentados dados, depoimentos de pessoas beneficiadas, especialistas e também pesquisas socioeconômicas realizadas por instituto de pesquisa– foi citado o Ipea.

A seleção das palavras em um discurso é fundamental, pois elas são carregadas de valores e sentidos denotados no contexto das relações sociais, sejam

culturais, religiosas, produtivas ou políticas. Percebemos a força que a palavra transmite quando é empregada na reportagem da Carta Capital: “O milagre de hoje é do ponto de vista social”. A palavra *milagre* é carregada de sentidos, fornece credibilidade e força ao argumento.

Outro ponto importante no discurso é o não dito. Nesse ponto, é preciso realizar uma leitura do “não dito”, e seus desdobramentos. No título da reportagem, de imediato percebemos que se trata de um reforço aos aspectos positivos (exaltação) do programa: “O combate à miséria está no rumo certo”. Não é colocado como pergunta, e sim uma afirmação, defendida em todo o texto, onde se busca evidências produzidas por instituições e pessoas. Enfim, o mote do artigo é convencer, por meio de signos linguísticos, que há constatação das melhorias sociais promovidas pela implantação e posterior remodelação do Bolsa Família. É importante levar-se em conta que a enunciação, na reportagem, é realizada depois do filtro da edição, e o uso fino e preciso das figuras de linguagem é percebido na estrutura dos argumentos.

“As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios [...] A palavra é capaz de registrar as fases transitórias mais íntimas, mais efêmeras das mudanças sociais”. (BAKHTIN, 1981, p. 41)

Vejamos a seguir o infográfico de palavras grifadas, selecionadas pela sua alta incidência no transcorrer do artigo da Carta Capital. Os termos do centro foram os mais encontrados. *Pobreza extrema* e *miséria* são as mais repetidas, seguidas de *pobres* e *mudanças*.



Elas carregam valores implícitos, conteúdo e forma, são palavras que reforçam e dão vida ao discurso, como, por exemplo, *modestíssima* e *inimaginável*. Possuem o sentido de grandeza, enfim, relacionam-se com o *milagre*. As demais

palavras reforçam o sentido positivo, as vantagens do programa para os beneficiados e para o país. Lembrando que o sentido social da palavra, segundo Bakhtin, é a dimensão unificadora da linguagem e da consciência, sendo percebido esse direcionamento social na redação do texto.

Percebemos que se referem a um discurso esclarecedor quando se busca apoio em instituições como o Ipea, e especialistas, como por exemplo Deborah Wetzel, diretora do Banco Mundial para o Brasil. Os personagens têm vozes importantes que dão sustentação ao discurso. A reportagem mostra os resultados positivos, a partir de um ponto de vista construído.

“Esse discurso jornalístico, uma das manifestações do discurso da comunicação, mascara a realidade. No entanto, difunde-se na sociedade e mostra mil faces do mesmo acontecimento. Essa é uma postura dita liberal que afirma: se queremos ter objetividade – já que todo discurso está eivado de subjetividade – basta dar lugar, numa sociedade, a essa pluralidade de vozes que o constitui. Esse “sofisma” aquieta as consciências. Sofisma porque, evidentemente, se uma sociedade tem uma pluralidade de vozes, uma delas exercerá a hegemonia e procurará mantê-la, ou seja, não permitirá que todas as vozes falem com o mesmo caráter de verdade. Isso quando conseguem falar.” (BACCEGA, 1998,p.58)

Partindo das diferentes construções de ponto de vista e motivações ideológicas, passamos à análise das matérias da revista Veja. Há um forte argumento fundamentado em uma visão de estereótipos, preconceitos em relação ao Bolsa Família e aos nordestinos. Define-se o programa por “dar dinheiro para pobre tendo como única finalidade o voto”. O preconceito faz com que o interlocutor não se identifique com os benefícios aos outros cidadãos, mas sim com seus prejuízos individuais. É aplicada um verniz pré-estabelecido sobre essa imagem (demonização) do benefício social. Para Bosi, “O preconceito é um tipo particular de juízo provisório; e, para entender sua origem, temos de considerar uma outra propriedade da estrutura da vida cotidiana”. (BOSI, 1977, p. 45)

Enfim, o preconceito é devido à falta de conhecimento, ou uma atitude política deliberada para se manter em determinado lado do embate social.

As interpretações do discurso variam conforme o conhecimento cultural, social e político do leitor, e também no contexto material (produtivo) em que ele está inserido dentro da sociedade ou grupo. Segundo Motter:

“Nossas opiniões formam-se não só com base no grupo; constroem-se, sobretudo com base no ambiente cultural em que está mergulhado o grupo e onde cada indivíduo considerado isoladamente recebe o influxo dos meios. De qualquer modo, muitos dos ingredientes que entraram nesse caldo carregam influência dos meios. Do que falam, do que mostram, do que silenciam, como falam, mostram e calam sobre temas importantes ou supérfluos, tratando -os com seriedade, manipulando-os, ou pelo menos mostrando visões em geral próprias de segmentos dominantes”. (MOTTER, 2002, p.37)

As reportagens da revista Veja abordam o mesmo tema – Bolsa Família – mas falam de um outro lugar, de um outro ponto de vista. Os interesses são explicitados e podem ser percebidos, por exemplo, no título: “Bolsa Família, o maior colégio eleitoral do Brasil: um eleitorado de 40 milhões de pessoas é influenciado pelo programa, que, especialmente no Nordeste, se tornou uma arma eleitoral incomparável”. A definição dada pela Veja para Colégio Eleitoral adquire sentido múltiplo, de ensinar a população a votar, induzir ao voto e, logo no fim, diz que se trata de uma arma eleitoral “incomparável”. Desde o título já é percebido que serão encontradas no texto declarações pejorativas a respeito do programa, uma visão oposta ao texto da Carta Capital. Abaixo, algumas palavras encontradas na reportagem da Veja. As palavras que estão no centro foram as mais repetidas, as demais só apareceram uma vez.



“A palavra pode ser, simultaneamente, erma e plena de sentidos, dependendo do modo pelo qual é escrita ou falada, bem como lida ou ouvida. Em geral, no entanto, carrega consigo muita experiência, toda uma existência. Nenhuma palavra flutua solta no espaço e no tempo, solitária, carente. Tanto se articula com outras como se enraíza mais ou menos densamente na vida de uns e outros, leitores e ouvintes, escritores e oradores. Esse é o desafio proposto à exegese, paleografia, filosofia ou hermenêutica: desvendar os múltiplos significados presentes e possíveis, atuais e remotos, literais e metafóricos, escondidos na palavra empenhada em desprender-se do limbo”. (IANNI, 2000. p.218)



Percebe-se que os temas mais encontrados na reportagem são completamente opostos aos temas da Carta Capital. Na Veja encontramos um discurso tecnocrático e defensivo, apresentando palavras como *inimigo*, *bloqueio*, *medo*, *arma*, enfim, trata-se de uma crítica assumidamente reacionária. No artigo da Carta Capital, a preocupação maior é definir a pobreza, uma das palavras que mais se repetem no texto; na Veja o foco é a disputa eleitoral. O Bolsa Família, para a Veja, é apenas instrumento político que visa fortalecer grupos (o PT), apresentando um discurso hermético e estereotipado em relação ao programa. Lembrando que o Bolsa Família é visto de forma preconceituosa por boa parte da população, entre as classes médias, que enxergam essa tática apenas como formadora de vagabundos/preguiçosos.

O texto da Veja, além de ser carregado de palavras que representam “perigo”, também apoia-se na fala de um especialista, como o professor da UnB que afirma que o Bolsa Família forma “currais eleitorais fechados”. A palavra *curral* remete a cárcere, controle, quer dizer, quem possui o Bolsa Família é obrigado a votar no PT.

*“É como se nós tivéssemos voltando para o século XIX, com os currais eleitorais fechados”, diz o professor José Matias-Pereira, e continua: “O coronel local está sendo substituído pelo coronel federal. Mas o padrão é o mesmo: o modelo patrimonialista onde indivíduo usa os bens do estado para se beneficiar política ou em benefício próprio”.* (Veja)

Percebe-se o peso das palavras, principalmente no uso da palavra coronel, o que enfatiza mais ainda a ideia de obrigatoriedade. Com esse jogo de palavras, tanto da revista Carta Capital quanto da Veja percebemos a partir de onde são construídos os diferentes pontos de vista. Pela primeira revista o Bolsa Família é visto como solução para erradicar a pobreza extrema, palavra bastante presente no discurso da reportagem; já para Veja, o único mérito do Bolsa Família é garantir o voto, no caso a reeleição do PT, que é apresentada de forma bastante pejorativa. A Carta Capital procura mostrar resultados pós Bolsa Família, mostrando fotos e relatos de pessoas que conseguiram melhorar de vida através do plano, enquanto a Veja se apegou no discurso apenas político eleitoral e classificatório do programa Bolsa Família, visto de um âmbito apenas de luta de partidos políticos. Vejamos os dois trechos abaixo:

*“Na cidade Central do Maranhão, onde Dilma teve 96% dos votos em 2010, é **difícil** encontrar alguém que saiba quais são os adversários da presidente Dilma Rousseff. E a razão principal para o apoio incondicional à petista, seja qual for o oponente, é apresentada pelos próprios eleitores. Como o lavrador Carlos Azevedo: ‘Para mim, a candidata é a Dilma. A gente tem **medo** de tirarem o Bolsa Família’, diz ele, ao lado da mulher, a dona de casa Marinete Viana”.* (Veja)

*“Para viver na **modéstissima** casa em Formosa, interior de Goiás, Bárbara paga 150 reais de aluguel. É o valor que o antigo companheiro costuma enviar à mãe solteira para **contribuir** com a criação do filho Kauã Lukas, de 1 ano e 8 meses. Todas as demais despesas são custeadas com os 300 reais ganhos com o emprego de babá. O trabalho não lhe garante, porém, **segurança** alimentar. ‘Nem sempre dá para comprar o leite dos meus filhos. Não posso contar com o pai de Ana Beatriz, de 2 anos e 5 meses, que sumiu no mundo. Agora, com o Bolsa Família, espero que não falte nada em casa’”.* (Carta Capital)

Vejam os relatos procedem do mesmo público, que são pessoas beneficiárias do programa, porém adquirem diferentes sentidos de acordo com a linha editorial (ideológica) do veículo. Será que a revista Veja colocaria uma entrevista de alguém elogiando a Bolsa Família?

### **Discurso e temporalidade**

A terceira matéria, de Reinaldo Azevedo, pode ser exemplificada para mostrar que o discurso é temporal, ele varia e muda dependendo do contexto em que se vive e conforme sua finalidade. O discurso da revista Veja, que no mês de agosto critica o Bolsa Família como ferramenta petista para a reeleição, no mês de outubro traz outra abordagem. O título sugestivo da notícia é: “Mas, afinal de contas, quem criou o Bolsa Família? Resposta: foi FHC! Afirmar que foi Lula é fraudar a história”.

Trata-se de um texto irônico trazendo citações de Shakespeare. Ainda com foco na crítica ao PT em relação ao Bolsa Família, porém não critica o programa em si, mas sim quem é o idealizador, quem foi o “pai” do programa. Porque isso seria importante? Já que se trata de um programa que visa apenas o voto, por que agora é interessante dizer que FHC foi o criador do programa? O discurso apresentado nesse artigo mostra um interesse em mostrar os benefícios do Bolsa Família para a

sociedade, e não apenas isso. Busca dizer que quem criou foi o PSDB, e que o PT adaptou a ideia do projeto. Logo, o “crédito” – na forma de voto para o seu candidato – do Bolsa Família, tendo este sido criado pelo FHC, deve ser para o Aécio Neves, em vez de Dilma. Isso é visto nas entrelinhas do discurso de Veja.

“A linguagem continua a participar decisivamente da construção das coisas, gente e idéias. Revela-se produto e condição das formas de sociabilidade e dos jogos das forças sociais, constituindo-se como componente essencial das configurações histórico-sociais de vida, trabalho e cultura”. (IANNI, 200,p. 228)

O título da reportagem faz a pergunta e logo a responde, pois é de interesse que o leitor saiba de imediato o que eles querem dizer, e o decorrer do texto apenas traz “evidências” que comprovam o fato, tais como vídeos e documentos.

O texto também vem carregado de uma visão estereotipada do Bolsa Família, resgata a seguinte fala do Lula que se deu em 2002: “Segundo Lula, como vêem, ‘antigamente, quando chovia, o povo logo corria para plantar o seu feijão, o seu milho, a sua macaxeira, porque ele sabia que ia colher, alguns meses depois. E, agora, tem gente que já não quer mais isso porque fica esperando o vale-isso, o vale-aquilo, as coisas que o Governo criou para dar para as pessoas’.”

Isso nos mostra que o discurso possui temporalidade, seus sentidos dependem da cultura, do momento político e do contexto em que se vive. Porém, naquele momento ele é apropriado pelo colunista, pois reforça a ideia de que quando o Bolsa Família foi criado, Lula achava que pobre teria que trabalhar e era vagabundo. Quem depende do Bolsa Família é vagabundo? Esses são, sem dúvida, lugares-comuns, preconceitos impostos nas publicações, e que são reverberados por muitos meios de comunicação de massa. O Bolsa Família apenas dá o direito ao cidadão de não ter sua subsistência comprometida pela miséria – um direito de inclusão social.

Na vida cotidiana, onde as coisas acontecem, são revelados os diversos tipos de preconceitos e os estereótipos que carregamos e aprendemos no decorrer da nossa vida. Basta sabermos se podemos abraçá-los ou abandoná-los, e para isso necessitamos de uma boa base de conhecimento crítico. Nesse caso, verifica-se que, com relação à revista Veja, existem dois públicos que “abraçam” sua opinião: as elites por enxergarem na revista Veja sua aliada, que divulga suas convicções e ideologias;

e as classes médias, que são escolarizadas, mas apenas o suficiente para engolir a credibilidade do veículo sem possibilidade de aprofundar a reflexão.

### Considerações finais

Finalizamos a análise sobre as duas revistas com a afirmação de Baccega e Citelli no artigo *Retórica da Manipulação*:

“linguagem não é usada apenas para transmitir informações, mas, e, sobretudo, para firmar interesses, estabelecer níveis de dominação, fazendo do mundo dos signos uma arena onde são travadas as mesmas batalhas encontradas no mundo dos homens [...] ou seja, mostrar que o comportamento analítico dos recursos retóricos deve ser, prioritariamente, concebido à luz do entrelaço concreto da linguagem com o mundo, da linguagem com seus usos.” (BACCEGA, 1989, p. 29)

Consideramos que a Carta Capital, em seu discurso apresenta uma opinião apoiada nos ganhos sociais do programa Bolsa Família, mostrando sua importância para o fim da miséria do país, apresenta relatos de experiência e conquistas das pessoas que recebem o benefício, além da fundamentação estatística e dos relatórios das instituições internacionais pelos direitos humanos. A Veja, por sua vez, simplifica essa questão da experiência baseando-se em opiniões pinçadas, por exemplo, quando um beneficiário do programa diz que tem medo de perder o Bolsa Família se não votar no PT. Isso é uma opinião dele, não um conhecimento. Para Bosi, opinião não é conhecimento, e nos diz que “a sua opinião se substitui à verdade do fato”. (BOSI, 1977, p. 101)

A revista Veja possui interesses voltados para a classe dominante, enquanto a Carta Capital é mais progressista. Sobre as questões de classe e preconceito, Heller nos relata o seguinte: “Quem provoca tais sistemas de preconceitos? São revocados pelas interações sociais nas quais vivem os homens e, dentro dessas interações, sobretudo pelas classes sociais.” (BOSI, 1977, p. 101)

O Bolsa Família voltou a ser o tema do momento com a reeleição de Dilma. Nas redes sociais os nordestinos estão sofrendo diversos tipos de perseguições e o fundamento maior em relação ao preconceito contra eles se dá pela visão estereotipada, reforçada ideologicamente, com recursos linguísticos empregados sistematicamente, pelos veículos conservadores como a Veja e a Globo. Esses veículos reforçam os discursos alternativos, pois como diz Lippmann:

“Na maior parte das vezes, não vemos primeiro para depois definir, mas primeiro definimos e depois vemos. (...) Do mundo exterior colhemos o que nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a perceber o que colhemos na forma estereotipada, para nós, pela nossa cultura”. (LIPPMANN, 1980, p. 51)

Definimos visão estereotipada como uma opinião sem conhecimento da matéria. É reproduzido o discurso que os nordestinos votaram na Dilma porque são preguiçosos e vivem do Bolsa Família. Esse preconceito não possui fundamento, pois o Bolsa Família não é plenamente conhecido, tampouco o cotidiano do nordestino. O programa permitiu apenas ao pobre, principalmente ao nordestino, a liberdade de escolha, poder dar valor a sua mão de obra e ter direito ao consumo; logo, em nossa sociedade capitalista, direito à cidadania.

### Referências bibliográficas

- AZEVEDO, Reinaldo. Mas, afinal de contas, quem criou o Bolsa Família? Resposta: foi FHC! In: Revista *Veja*, São Paulo: 15 de outubro/2014.
- BACCEGA, M. A. & CITELLI, A. “Retórica da manipulação: os sem-terra nos jornais”. In: *Comunicação e Artes*. São Paulo, (20) 23-29. abril 1999.
- BAKHTIN, M. (VOLOSCHINOV). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1981.
- BOSI, E. “A opinião e o estereótipo”. In: *Revista Contexto*, no 2, mar. 77, p. 97-104.
- CANNITO, Newton. “Sobre os conceitos de TV e mídia digital”. In: *A televisão na era digital. Interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Summus, 2011. p.31-66.
- CASTRO, Gabriel e Borges, Laryssa. Bolsa Família, o maior colégio eleitoral do Brasil. In: *Revista Veja*, São Paulo: 17 de Agosto/2014.
- ECO, U. *Seis passeios pelos bosques da ficção*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- HELLER, A. “Sobre preconceitos”. In: *O cotidiano e a história*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1985.
- IANNI, Octávio. “A palavra mágica”. In: IANNI, Octávio. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2000. (p. 207-232).
- LIPPMANN W. “Estereótipos”. In: STEIMBERG, Ch. (org.) *Meios de Comunicação Massa*. Rio de Janeiro: Cultrix. 1980.
- MARQUES, G. G. *Me alugo para sonhar*. Rio de Janeiro: Casa Jorge Editorial, 2001.
- MARTINS, Rodrigo. O combate à miséria está no rumo certo. In: *Revista Carta Capital* :Paulo: 15 de Junho/2014.
- MORIN, E. “A Indústria Cultural”. In: *Cultura de massas no século XX – O espírito do tempo I. Neurose*. Rio de Janeiro: Forense. 9ª. edição 2005.
- MOTTER, M. L. “O Carteiro e o Poeta: a força da poesia”. In. *Comunicação & Educação*, nº 8, jan-abr/1997. p.83-89.
- \_\_\_\_\_. Consciência Lingüística de Fabiano e A linguagem como traço distintivo do humano. In: *Revista Princípios*, 1994.



# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

\_\_\_\_\_. *Ficção e história: imprensa e construção da realidade*. São Paulo: Arte & Ciência-Villipress, 2001.

\_\_\_\_\_. Campo da comunicação: cotidiano e linguagem. In: BACEGGA, M. A. *Gestão de processos comunicacionais*. São Paulo: Atlas, 2002.

## **O Serviço Social no Âmbito da Mídia** Desafios da democratização da comunicação e da informação <sup>1</sup>

Larissa Campos Concílio <sup>2</sup>

Carla Paolucci Sales <sup>3</sup>

### **Resumo**

O presente trabalho buscou lançar um olhar voltado para a relação da profissão do Serviço Social com os meios de comunicação, em especial a mídia televisiva brasileira. Ao longo do processo de elaboração do trabalho foi utilizada da pesquisa bibliográfica, e da análise do conteúdo de dois programas televisivos. Pode-se inferir que a relação entre Serviço Social e Comunicação pauta uma absoluta necessidade da categoria debater mais sobre o tema. Diante da pesquisa e fatos apresentados, pôde-se constatar que cotidianamente a imagem da profissão vem sendo exibida pela mídia televisiva de maneira contrária a imagem que a categoria hegemônica do serviço social luta por construir.

**Palavras-chave:** Democratização da Comunicação e da Informação; Mídia; Serviço Social.

### **Introdução**

#### **Serviço Social, comunicação e o direito à mídia**

A realidade social foi projetada com a ideia de exaltação das classes dominantes vistas como generosas para com as classes subalternas, e por outro lado, os defensores da existência das lutas de classes afirmam que a classe proletária e a classe dominante são inimigas. Dentro desse âmbito é necessária a construção de um Estado constituído por uma defesa que amenize os conflitos existentes na sociedade, especificamente entre as classes sociais (CASTEL, 2003).

A mídia junto ao capitalismo tornou-se dona de um poder global na sociedade contemporânea. Os meios de comunicação, principalmente a televisão, influenciam

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduada em Serviço Social pela Universidade Cândido Mendes. E-mail: [larissaconcilio@gmail.com](mailto:larissaconcilio@gmail.com)

<sup>3</sup> Docente do Curso de Serviço Social da Universidade Cândido Mendes. Mestre e Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde/ ICICT/ FIOCRUZ. Graduada em Serviço Social pela UFRJ. E-mail: [carlaps09@gmail.com](mailto:carlaps09@gmail.com).

milhares de indivíduos a seguirem padrões sociais e a se encaixarem em diferentes grupos para não serem excluídos socialmente (CHAUÍ, 2006). Com base na política nacional de comunicação (2010), embora aparente muitas ambiguidades, a comunicação e seus meios, é uma das mais importantes características da sociedade moderna e vem crescendo em uma estreita relação dialética com as relações sociais no sistema capitalista de produção. Sendo assim, a comunicação é um processo em constante transformação gerado pelas relações sociais que a mercantilizam. A busca por formas de resistência à manipulação em massa é um processo desafiador. A produção midiática se infiltra na sociedade e exerce sua persuasão através de artifícios subliminares em propagandas ideológicas, gerando vítimas que acreditam em falsas ideologias veiculadas por meio da mídia (FREITAS, 2006).

Discussões que envolvem a garantia de direitos dos cidadãos fazem parte do campo de atuação do Serviço Social. No caso do direito a comunicação não é diferente; porém, o desconhecimento desta questão e de suas consequências sociais, impossibilita que os profissionais da categoria se apropriem dessa luta. Sabe-se hoje que o direito à comunicação de qualidade é um dos direitos mais violados (BAIÃO, 2013). O Código de Ética do Assistente Social de 1993 apresenta nos seus princípios fundamentais o empenho na eliminação de todas as formas de preconceito, incentivando o respeito à diversidade, à participação de grupos socialmente discriminados e à discussão das diferenças. Diante disso, quando se observa que no Brasil o poder da mídia encontra-se concentrado entre “cinco grupos empresariais que decidem o que 180 milhões de pessoas irão ver e ouvir” (BOSCHETTI, 2009, p. 22), percebe-se a necessidade de assegurar à população a possibilidade de manipular meios de comunicação, a luta pela democratização da comunicação, a criação de meios e estratégias que viabilizem a elaboração de um novo marco regulatório para as comunicações no Brasil e no mundo todo.

De acordo com Roso e colaboradores (2002) o sistema, através da mídia e de outros recursos, procura transformar o “diferente” (minoridade) em “igual” (maioria). Quanto mais pessoas agirem de forma massificada, mais pode se vender em uma sociedade de consumo. Para ter um maior entendimento de como a influência dessa

maioria se dá, é importante ter em mente os conceitos de cultura e ideologia. A cultura, de acordo com a ideia de Chamon (2007) é:

[...] a compreensão de valores compartilhados, hábitos, usos e costumes, códigos de conduta, tradições e objetivos que são aprendidos das gerações passadas, impostas por membros atuais da sociedade e passadas sucessivamente para as gerações posteriores (p.6).

A ideologia, conforme Freitas (2006) pode ser definida como “representações transmitidas pelo grupo social dominante que é incorporada como se fosse de toda a sociedade” e existe porque também há exploração de um grupo sobre o outro.

Com base nas duas definições acima citadas conclui-se que a mídia desperta na sociedade uma falsa consciência coletiva, pois os meios de comunicação de massa transmitem uma imagem distorcida, fazendo com que a ideia de quem tem o poder perpetue no poder e para que a classe dominada continue vivendo submissa em meio à alienação. A maneira de como a mídia é utilizada, como mecanismo de padronização cultural, influencia comportamentos preconceituosos e, mesmo de forma indireta, estimula a frustração dos excluídos ao mesmo tempo em que revela a irresponsabilidade moral e ética.

### **A representação da imagem do Assistente Social na mídia**

Devido o tema “Mídia e Serviço Social” ter uma insuficiência considerável de pesquisas e trabalhos elaborados, é necessário um olhar mais atento para sua temática, que traz em seu contexto a importância da profissão no imaginário popular e sua competência ao longo de sua trajetória na sociedade. Até bem pouco tempo era incomum ver referências ao Serviço Social na mídia.

O debate gerado pelo tema do Serviço Social e sua imagem dentro dos meios de comunicação vem sendo discutido pelos órgãos responsáveis pela regulamentação da profissão. O Serviço Social como classe trabalhadora e como categoria profissional que tem por ferramentas principais de trabalho o conhecimento e a linguagem precisa compreender sua relação com os meios de comunicações (ABREU, 2002).

No ano de 2009 em diante, a profissão vem aparecendo em jornais de grande visibilidade, em personagens de novelas e filmes nacionais e internacionais, em programas humorísticos, nas peças de teatro, enfim, em espaços importantes da grande mídia e da mídia alternativa. A profissão passou a ter uma maior visibilidade dentro dos meios de comunicações, que está ligada ao crescimento do mercado de trabalho referente à área do Serviço Social. Essa maior visibilidade da profissão na mídia, trata-se, sem dúvida, de um desafio contemporâneo, que é o de identificar as contrariedades nos meios de comunicação social e usá-las a favor da luta social e do fortalecimento dos valores que constituem o projeto ético-político da profissão e seu código de ética. Segundo Ortiz (2009, p.6): “A capacidade de sustentar o projeto ético-político é o que poderá definir o fortalecimento da imagem de um assistente social comprometido com os direitos da população”.

Na sociedade contemporânea, a mídia, através de filmes, novelas etc., assume uma conduta muito importante na divulgação de um discurso onde é destacado o papel do assistente social, trazendo para os profissionais o compromisso de contribuir para a garantia e efetivação da democracia social atual. De acordo com Sales (2011), apud Ferreira & Almeida (2014): [...] um dos objetivos teóricos políticos do profissional do Serviço Social consiste em proporcionar a participação ativa, a atitude crítica na vida, tornando-se essencial, a resignificação das palavras e a adequação da linguagem numa perspectiva emancipatória (p.96). Verifica-se que o papel do assistente social transmitido em algumas obras não condiz com a realidade e acaba por distorcer a imagem dos profissionais, todavia, algumas obras certificam a visibilidade em que os assistentes sociais aos poucos têm saído do anonimato. Barreto, (2011), descreve: “Por outro lado, requer que sejamos profissionais e cidadãos, vigilantes a tudo que possa envolver a mídia, (...) dada à complexidade de forças sociais e poderes de disputa e em confronto neste circuito”, aperfeiçoando sua imagem através do projeto ético-político profissional e de seu Código de Ética Profissional de 1993 e a Lei 8.662/1993 que dispõe sobre a profissão do Serviço Social (FERREIRA & ALMEIDA, 2013).



As discussões da democratização dos sistemas de comunicação estão em pauta e a sociedade civil e organizada busca o direito fundamental à informação, bem como a liberdade do cidadão de poder se expressar e ter voz através dos meios de comunicação. Trata-se de construir um sistema institucional que impeça ou, pelo menos, dificulte seriamente a monopolização dos meios de comunicação de massa pela classe empresarial. Para tanto, é preciso coibir que os veículos de comunicação sejam explorados por organizações capitalistas; o que significa vedar a utilização das formas societárias mercantis, pois em todas as sociedades comerciais o poder de controle pertence aos detentores do capital (COMPARATO, 2001).

Os elementos que fazem parte da mídia têm uma influência constante na vida cotidiana das pessoas. Essa influência é tendenciosa, pois alimenta a indústria cultural do país e fortalece os conceitos vigentes do capitalismo. Assim, subestimar o poder da mídia é fazê-la crescer de forma inconsequente e ignorar a importância que ela tem quando é utilizada de forma mais ética, respeitosa e consciente, tornando-se instrumento de transformação social.

Quando se percebe que a televisão, a internet, o celular, o tablete e tantos outros recursos midiáticos estão presentes no dia a dia da população mundial, é necessário que haja uma reflexão sobre o bombardeamento que as pessoas estão expostas e vulneráveis, pois o objetivo da mídia é vender alguma coisa: um produto, uma ideia, um comportamento e até mesmo uma identidade social, pois a mídia estimula a criação de demandas, dita moda e estilos de vida, padrões de beleza, faz surgir ídolos, que são endeusados e rotulados pelo público. A mídia bombardeia a população com regras e valores, que geralmente não são questionados de forma crítica e consciente pelo espectador.

A função primordial dos elementos da mídia deveria estar voltada para a contribuição da diversidade cultural, a promoção dos direitos humanos, a formação de uma sociedade democrática. A luta pelo direito à comunicação está inserida no âmbito de projetos e ações que integram o projeto ético- político da profissão do Serviço Social (CFESS, 2012). Discutir comunicação como direito humano e bem público significa defender um projeto social livre e democrático, especialmente em uma

realidade de alta concentração dos meios de comunicação nas mãos de poucos e poderosos conglomerados midiáticos, como acontece historicamente no Brasil.

### **Breve análise do conteúdo referente à imagem do assistente social exibida na TV brasileira**

Devido a atual atenção da mídia televisiva com a profissão, a fim de aprofundar essa temática, foi realizada uma análise de conteúdo, como procedimento metodológico, referente à primeira temporada da série Conselho Tutelar, que é composta por cinco episódios, exibidos pela Rede Record em 2014 e do programa Zorra Total, com o quadro: “E você, vai querer o que?”, exibido pela Rede Globo de Televisão. Para uma melhor descrição e comparação dos dois programas estudados partimos da descrição dos dois universos do programa e da sua análise de conteúdo.

O assunto foi escolhido devido à preocupação quanto à influência da mídia sobre a formação de opiniões na sociedade, e a imagem que esta passa a respeito de determinadas categorias profissionais.

A deturpada visão sobre a profissão não se limita às páginas noticiosas, alcançando também o entretenimento. Exemplo disso são as recentes retratações de assistentes sociais em programas televisivos de âmbito e repercussão nacional, como novelas e seriados, que provocam a elaboração de notas públicas do CFESS, em repúdio às formas deturpadas e agressivas de caracterização do (a) profissional, ainda que em obras fictícias, conforme defesa das emissoras (CFESS, 2012, p.155).

### **A série Conselho Tutelar**

Inspirada em fatos reais a série tem como tema principal o universo dos Conselhos Tutelares, foi exibida pela TV Record em 2014, em cinco episódios, e em cada um deles foi detalhadas situações diversas que envolvem algum tipo de violência contra as crianças e adolescentes, preservando a quem assiste cenas explícitas de maus tratos. Em cada episódio é apresentada uma situação do cotidiano vivido nos Conselhos Tutelares do R.J, e a resolução do caso de conflito da situação exposta,

permite ao telespectador visualizar o final da trama sem ter que obedecer a uma sequência de capítulos.

**Quadro 1: Análise do conteúdo dos episódios do programa Conselho Tutelar**

Episódio	Problemática Institucional	Demanda do usuário	Comportamento/atuação profissional da assistente social	Encerramento da situação/caso
1	Falta de estrutura da Instituição	Jovem menor de idade grávida na “Cracolândia” e mãe que agride a filha adotiva.	Ignora o acontecimento e encaminha o caso para a psicóloga da Instituição. Ela encaminha os casos para a psicóloga com bastante frequência.	A adolescente volta pra a “Cracolândia”. A mãe acusada de agredir a filha perde a guarda da criança e é detida
2	Assistente Social exercendo funções que não lhe competem.	Mãe mantém uma das filhas amarrada embaixo da cama.	A assistente social não fez a escuta do caso; sempre reclama do Conselho, dos usuários, dizendo que não aguenta mais o lugar.	A mãe perde a guarda de suas duas filhas.
3	Profissional do Serviço Social em grande parte do tempo omissa perante as demandas.	Recém- nascido que sofre agressões pelo pai e adolescente que é submetido a treinos pesados pelo pai.	Assistente Social ao telefone resolvendo problemas pessoais com frequência. Ela trata com descaso os usuários, sempre dizendo que tudo ali é urgente, que todos têm problemas etc.	O pai que submete o filho a treinos pesados é proibido de vê-lo com frequência e o pai que agredia a filha é detido.
4	Influência de um caso amoroso no contrato da profissional do Serviço Social.	Criança na “Cracolândia” e filha adotada que é agredida pelo tio e namorado da mãe; era molestada pelo porteiro.	Assistente Social ao telefone, novamente, tratando de assuntos pessoais e navegando na internet.	A criança é resgatada da “Cracolândia” e a mãe perde a guarda da menina violentada.
5	A assistente social exercendo funções que não lhe cabem.	Exploração infantil e condições impróprias de sobrevivência para uma adolescente com problemas respiratórios.	Tratamento desagradável da assistente social para com os usuários.	A menina é emancipada ao completar dezesseis anos e as crianças exploradas são levadas para um abrigo.

Fonte: Elaboração própria

A análise da personagem no universo pesquisado aponta que em 90% dos episódios o comportamento da profissional do Serviço Social é de omissão diante das situações de violência sofridas pelas crianças e pelos adolescentes. Em 60% das situações de reunião interdisciplinar e no horário de serviço a profissional estava ao telefone. Em 70% das vezes tratou os usuários com arrogância. Em 50% das vezes demonstrou não acreditar no poder da Instituição, referindo-se ao Conselho Tutelar como “aquele lugarzinho”. Analisando a postura da assistente social Lídia, percebe-se uma postura deturpada e negativa, a qual coloca em questionamento a importância do papel do profissional do serviço social em situações reais, semelhantes as da ficção.

Na série Assistente Social Lídia tem 33 anos e somente conseguiu exercer sua profissão no Conselho Tutelar depois de se envolver intimamente com um homem com poder de influência dentro do órgão. A personagem pouco se destaca na série; raramente tem quatro ou cinco falas por episódio, mas sempre que aparece demonstra omissão e indiferença diante das situações de conflitos apresentadas. A imagem da profissional aparece relacionada à preocupação com seus problemas pessoais, e indiferença com o usuário, e com as coisas fúteis não relacionadas a problemáticas que surgem na instituição. Suas atitudes revelam uma descrença e descaso que ela tem quanto às ações do Conselho Tutelar e dos usuários que são atendidos.

### **O Programa Humorístico Zorra Total**

O quadro “E você, vai querer o que?” do programa humorístico Zorra Total, estreou no final do ano de 2013 e foi ao ar até o ano de 2015, transmitido pela Rede Globo de Televisões.

**Quadro 2: Análise do conteúdo dos episódios do programa Zorra Total, no quadro: “E você, vai querer o que?”**

Episódio	Problemática Institucional (Zorra Total)	Demanda do usuário	Comportamento/atuação profissional da assistente social	Encerramento da situação/caso
----------	--	--------------------	---	-------------------------------

1	Assistente Social exercendo funções que não lhe competem.	Habitação/moradia	Falas sarcásticas de deboche com o usuário como: “Vocês são gente quase que como nós” e “eu sou assistente social voluntária porque amo os pobres.”	Caso não resolvido
2	Ausência do prefeito na Prefeitura.	Cadastro no programa bolsa família	Deboche com os nomes dos filhos do usuário e com sua situação de vida	Caso não resolvido
3	Uso incorreto de ferramentas do Serviço Social.	Más condições de alimentação e miséria	Menosprezo e deboche da situação, sempre repetindo os mesmos jargões.	Caso não resolvido
4	Uso incorreto de ferramentas do Serviço Social.	Más condições no ambiente de trabalho	Descaso com os trabalhadores e deboches referente aos acidentes de trabalho enfrentados por eles	Caso não resolvido
5	Ausência do prefeito na Prefeitura.	Questões de cidadania e saúde	Deboche da aparência dos usuários e descaso com a demanda	Caso não resolvido

Fonte: Elaboração própria

Em todos os episódios analisados a personagem da Assistente Social teve um comportamento debochado com os usuários. Em 90% dos casos foi omissa diante das demandas populacionais apresentadas. Em 95% se mostrou desconhecadora da Lei de regulamentação da profissão e do Código de Ética Profissional de 1993. Em 100% dos episódios mostrou descomprometimento com seu exercício profissional.

O quadro retrata a figura de uma assistente social que se diz voluntária porque “ama os pobres”. Esse jargão usado pela personagem descaracteriza o Serviço Social como profissão. A personagem chamada Umberlinda atende as pessoas de poder aquisitivo desfavorecido, que procuram seus direitos, de forma debochada e eschachada. A personagem ficou famosa pelo jeito irônico com que trata os moradores, que vão a prefeitura, local onde se passa o quadro, trazendo questões polêmicas de habitação, saúde, educação, condições de trabalho etc. Além disto, a personagem ficou marcada pelos bordões quando refere-se aos atendidos: “Vocês são



gente ... quase como que nem a gente”, “É verdade, é verdade sim. Humm”, “Sou voluntária para servir todos os pobres. Eu amo os pobres, eu amo todos vocês” (*sic*). Todos os episódios se passam no mesmo cenário e sempre são mencionados os mesmos jargões, o que muda são as situações, as demandas dos usuários que vão até a prefeitura em busca de esclarecimentos.

## Resultados parciais e considerações finais

A análise do conteúdo pode contribuir no entendimento de como as personagens das assistentes sociais são representadas pelos programas ao analisar suas palavras e ações mais recorrentes, a forma como estas se expressam com a população usuária dos serviços, e como se comunicam com os outros personagens da ficção. Tanto na série Conselho Tutelar, quanto no quadro “E você, vai querer o que?” do programa Zorra Total, ambas as profissionais são retratadas como omissas, indiferentes, intolerantes e preconceituosas, dentre outras características inadmissíveis, diante das situações expostas pela população usuária dos serviços sociais.

A profissão do Serviço Social por várias vezes tem sido retratada em programas de televisão e telenovelas, com cenas que ilustram equivocadamente a intervenção profissional de assistentes sociais. Pouco abordado pela mídia há algumas décadas, o Serviço Social passou a ter destaque pela mesma nos últimos anos. Acontece que mesmo sabendo que os programas e telenovelas são obras fictícias, a imagem da prática do assistente social recorrentemente aparece na mídia carregada de representações negativa. Apesar de esta profissão estar pautada em um projeto político profissional transformador, hegemonicamente conquistado desde década de 1980, que possui um código de ética profissional, normas curriculares de formação profissional crítica e órgãos de regulamentação e fiscalização dos profissionais, vêm tendo seu ideal ferido pela mídia, pela imagem representada na televisão (PRUDÊNCIO, 2012).

No caso, por exemplo, do quadro do programa Zorra Total, retratam a personagem Umberlinda como uma profissional preconceituosa, assistencialista,

princípios esses conservadores e que remetem muitas vezes ao início da profissão, pautada em uma moralidade, na caridade. Diferentemente da ideia contemporânea do profissional que compreende os direitos sociais, que deve se envolver com os direitos da classe trabalhadora, dos sujeitos coletivos. Essa imagem do profissional criado pela mídia acaba dando ênfase a uma postura profissional que há anos vem sendo combatida pela profissão do Serviço Social, além de criar no imaginário da população um modelo de profissional que não condiz com o projeto ético político profissional, que fere seus princípios estabelecidos no código de ética de 1993.

Podemos constatar que enquanto a categoria luta para consolidar um tipo de profissional transformador, buscando cada vez mais se distanciar do profissional hora visto como “caridoso” ou “punitivo”, a mídia reforça o contrário, reforça uma imagem estereotipada e equivocada da profissão. Essa mídia tem um poder de persuasão ideológica com um grande alcance na sociedade brasileira. O que é passado ao telespectador é a imagem de uma profissional descomprometida e desconhecadora dos princípios e valores que pautam a profissão do Serviço Social no Brasil. Os jargões utilizados pela personagem, como “vocês são quase gente como a gente”, referindo-se aos usuários atendidos, transmitem ao telespectador e consequentemente a sociedade, uma caracterização da assistente social como uma profissional preconceituosa e de caráter duvidoso, equivocadamente distinto da realidade hegemônica do profissional no Brasil. Sem considerar que os assistentes sociais fazem um juramento na sua formação, que devem atuar conforme preconiza a Lei que regulamenta a profissão, bem como o Código de Ética, na defesa de equidade, da justiça social, dos direitos humanos, com base no respeito e na liberdade, numa perspectiva não discriminatória por classe social, etnia, nacionalidade, orientação sexual, identidade de gênero, idade e condição física (CFESS, 2013).

Embora sejam programas fictícios, a imagem que estes passam estigmatiza a população usuária dos serviços sociais e também os próprios Assistentes Sociais. População esta que vive todos os dias profundas desigualdades sociais e discriminações de diferentes formas, bem como a categoria profissional de assistentes

sociais, que tem um compromisso com a classe trabalhadora e com o acesso aos direitos humanos para esta população (CFESS, 2013).

Na série Conselho Tutelar pode-se observar uma assistente social descompromissada com a profissão e descrente no poder de mudanças da instituição em que trabalha, diante disso é necessário refletir a importância do profissional acreditar na capacidade e nas ações da sua profissão.

O desafio que se impõe para a categoria profissional do Serviço Social vem sido colocado diante das relações complexas que estão presentes na realidade social contemporânea, que consiste em proporcionar uma formação política, ética e crítica que compete aos assistentes sociais para que continuem no cotidiano da prática profissional atendendo com sucesso as demandas que lhe são colocadas. Todavia, o profissional não deve apenas limitar-se a respondê-las, e sim compreendê-las criticamente, para que através desta compreensão tome decisões cabíveis para efetivação da sua intervenção na realidade apresentada, enfrentando-a de forma eficiente e correta. Diante deste contexto, torna-se indispensável que o profissional possua um conhecimento teórico e interventivo para atuar diante das reais demandas presentes na sociedade atual. Executando atividades através da prestação de serviços sócio assistenciais, planejando e operacionalizando programas e projetos ligados as políticas públicas, tendo domínio da situação com a qual está lhe dando, como uma perspectiva metodológica para o desenvolvimento e a execução de seu exercício profissional.

Assim, o presente trabalho buscou realizar um olhar sistematizado da relação da profissão do Serviço Social com os meios de comunicação e compreender como a categoria vem sendo retratada com mais frequência e intensidade na mídia nos últimos anos. Ao longo do processo de pesquisa bibliográfica e análise do conteúdo de dois programas televisivos para a elaboração do trabalho, pode-se inferir que a relação entre Serviço Social e comunicação pauta uma absoluta necessidade da categoria debater mais sobre o tema.

Os estudos foram embasados em autores e pesquisadores que discutem o tema Serviço Social e a Comunicação. Diante das pesquisas e fatos apresentados, pôde-se

constatar que cotidianamente a imagem da profissão vem sendo exibida pela mídia televisiva de maneira contrária a real imagem que a categoria hegemônica do serviço social luta por construir, mesmo diante dos desafios enfrentados no decorrer dos anos em seu exercício profissional.

Durante o desenvolvimento do trabalho muitas questões foram surgindo, pondo-se que a discussão da relação entre mídia e Serviço Social não se basta em si só. No âmbito desse tema incluem-se diversas questões como a imagem do profissional, a linguagem, as demandas e conflitos trazidos pelo desenvolvimento tecnológico, à luta pela liberdade de expressão, pela democratização dos meios de comunicação etc. A disseminação desses valores e sua propagação na sociedade, todavia, compõem um desafio teórico- político tanto dos assistentes sociais, quanto dos órgãos responsáveis pela profissão.

Existe uma imensa dificuldade da introdução da profissão na mídia brasileira, e quando ocorre, na grande maioria das vezes, perpetua a imagem do profissional da caridade, como a imagem de uma profissão assistencialista e desconhecadora de seu próprio projeto ético- político, ou um profissional punitivo que fere os direitos do cidadão.

Durante o processo de desenvolvimento do trabalho foi possível fazer uma breve análise da relação entre mídia e Serviço Social, no entanto é preciso mais estudos sobre o tema. Pode-se considerar que tal relação na contemporaneidade é fundamental para um profissional que se compromete com uma transformação societária. E esclarecer os embates e conflitos do tema, possibilitando uma experiência mais significativa para a construção de reflexões referentes à importância de se discutir o Serviço Social e a comunicação na sociedade brasileira contemporânea.

Percebe-se diante disso, que a profissão do Serviço Social segue a linha contrária daquilo que é quase exclusivamente retratado pelos meios de comunicação. No âmbito disso existe um profissional crítico e propositivo que cotidianamente está na luta por uma sociedade justa, sem perder a esperança em cada uma de suas práticas

e na totalidade do seu processo de trabalho pautado em seu projeto político profissional.

## REFERÊNCIAS

- ABREU, M.M. **Serviço Social e a organização da cultura: perfis pedagógicos da prática profissional**. São Paulo: Cortez, 2002.
- APOLINARIO, M. & LEE, J. **Mídia, questão social e serviço social**. 3. Ed. São Paulo: Cortez, 2011.
- \_\_\_\_\_. **Sobre a Política Nacional de Comunicação**, 2009.
- ARAÚJO, F. **Era da TV no Brasil**. Disponível em: <http://www.infoescola.com/comunicacao/era-da-tv-no-brasil/>, acesso em: 22/02/15.
- BARBOSA, Bia. **Democratização da Mídia**. PALMA, Isis de (Org). *Diálogos J- Aliança*. São Paulo: 2012.
- BOSHETI, I. **Mídia, Questão Social e Serviço Social**. São Paulo: ED. Cortez, 2009.
- BRANDÃO, Elizabeth. **Comunicação pública**. Texto apresentado no XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, mimeo, 1998.
- CAPPARELLI, S. & LIMA, V. **Comunicação e Televisão. Desafios da Pós-Globalização**. São Paulo. Hacker, 2004.
- CASTEL, Robert. **As metamorfoses da questão social: uma crônica do salário**. 4ª edição – Petrópolis: ed. Vozes, 2003.
- CHAUÍ, M. **Simulacro e poder: uma análise da mídia**. São Paulo. Ed. Fundação Perseu Abramo, 2006.
- CÓDIGO DE ÉTICA PROFISSIONAL DOS ASSISTENTES SOCIAIS**, 1993. Disponível em: [http://www.cfess.org.br/arquivos/CEP\\_1993.pdf](http://www.cfess.org.br/arquivos/CEP_1993.pdf). Acesso em: 04 Jun. 2015.
- COMPARATO, Fábio Konder. (2000-2001), **A democratização dos meios de comunicação de massa**. In: BUCCI, Eugênio. *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.
- CONSELHO REGIONAL DE SERVIÇO SOCIAL. **Zorra Total: a baixaria da mídia comercial**, 2013. Disponível em: [http://www.cressrj.org.br/2noticias\\_res.php?recordID=1593](http://www.cressrj.org.br/2noticias_res.php?recordID=1593). Acesso em: 02 Jun. 2015.
- CONTENTE, C. & RUIZ, J. **Visibilidade do Serviço Social no século XXI: uma das estratégias para consolidação do projeto ético- político profissional**. In: SALES, M. & RUIZ, J. *Mídia e Questão Social* 3º ed. – São Paulo: Cortez, 2011.
- CORREA, R. **Democratização e regulamentação dos meios de comunicação**, 2013. Disponível em: <https://midia crucis.wordpress.com/2013/02/27/democratizacao-e-regulamentacao-dos-meios-de-comunicacao-serao-prioridades-afirma-correa/>. Acesso em 6 de Jun. 2015.



- CRESS, **História do Serviço Social no Brasil**. Disponível em: <http://www.cress-ms.org.br/historia-do-servico-social-no-brasil.html>, acesso em: 22/02/15.
- FERREIRA, T. & ALMEIDA, W. **Artigo: A imagem do serviço social no cinema**, 2014.
- FIGUEIREDO, K. **O assistente social na era das comunicações**. In: SALES, M. & RUIZ, J. *Mídia e Questão Social* 3º ed. – São Paulo: Cortez, 2011.
- \_\_\_\_\_. **O assistente social na era das comunicações**. In: SALES, Mione Apolinário; SOUZA, Jefferson Lee de. *Mídia, Questão Social e Serviço Social*. São Paulo. Cortez. 2009.
- FREITAS, W.D. de. **Ideologia, mídia e reprodução social**, 2006.
- GUERRA, Yolanda. **A instrumentalidade do Serviço Social**. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2011.
- IAMAMOTO, M. **O serviço social na contemporaneidade: Trabalho e Formação Profissional**, ed. Cortez, 2004.
- \_\_\_\_\_; CARVALHO, R. **Relações Sociais e Serviço Social no Brasil**, 9ª edição, 1993. Ed. Cortez
- \_\_\_\_\_. **O Serviço Social na contemporaneidade: Trabalho e formação profissional**. 19 Ed – São Paulo. Cortez, 2010
- MAIA, M.T. **Comunicação Social na prática do assistente social**. Disponível em: <http://www.ebah.com.br/content/ABAAAaCIAC/comunicacao-social-na-pratica-assistente-social>, acesso em: 18/02/15.
- MARTINELLI, M. & KOUMROUYAN, E. **Um novo olhar para a questão dos instrumentais técnico-operativos em Serviço Social**. Revista Serviço Social & Sociedade. N.º 54. São Paulo: Cortez, 1994.
- NETTO, J. P. **Capitalismo Monopolista e Serviço Social**, 2º edição, São Paulo: Cortez editora, 1996.
- \_\_\_\_\_. **Ditadura e Serviço Social: uma análise do Serviço Social no Brasil pós-64**, ed. Cortez, 2006.
- ORTIZ, F.G. **O Serviço Social ganha mais espaço na mídia**. Revista Práxis, ano V - Nº 50 - agosto/setembro, 2009.
- PRUDÊNCIO, Juliana. **O adolescente e a mídia: uma crítica a malhação**. In: SALES, M. & RUIZ, J. *Mídia e Questão Social* 3º ed. – São Paulo: Cortez, 2011.
- QUEIROZ, M.G. **A incorporação das tecnologias de informação no âmbito do Serviço Social**, Serviço Social em Revista, 2008.
- ROSO, A. et al. **Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero**. Pontifícia Universidade Católica de Porto Alegre. Psicologia & Sociedade vol. 14 nº 2, 2002.
- RUIZ, Jefferson. **Comunicação como direito humano**. Trabalho apresentado ao curso “Mídia, Questão Social e SS”. Rio de Janeiro: UERJ, 2005.
- SERRA, J. P. **Manual de Teoria da Comunicação**. Livros Labcom, Covilhã, 2007.
- SHERMAN, M., BURGER, V. & MIRANDA, E. CFESS, 2013. TV Globo, Zorra Total. Disponível em: <http://www.cfess.org.br/arquivos/oficio-tv-globo-zorra-total-.pdf>. Acesso em: 01 Jun. 2015.

# 8º CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

YASBEK, M.C. **O serviço social como especialização do trabalho coletivo.** In: Capacitação em Serviço Social e Política Social. Reprodução social, trabalho e Serviço Social. Brasília, DF: UnB, Centro de Educação Aberta, Continuada a Distância, módulo 2, p.87-99, 2000.

ZANETTI, Moara. **Mídia e disputa de hegemonia: uma análise da cobertura da ação do MST na Aracruz Celulose/ RS.** In: SALES, M. & RUIZ, J. Mídia e Questão Social 3º ed. – São Paulo: Cortez, 2011.

## **Rede Globo e o sistema de afiliadas** **Análise das alianças políticas locais <sup>1</sup>**

Leonardo Botelho Dória <sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente artigo tem como finalidade estudar a estrutura de afiliadas da Rede Globo, uma das maiores redes de televisão comercial do mundo e que possui o maior alcance no território brasileiro. Procuramos mapear as suas influências políticas nos diversos estados do país, a fim de compreender as peculiaridades do desenvolvimento dos meios de comunicação do Brasil, caracterizado, sobretudo, pelo distanciamento com o sistema comunicacional global. Dessa forma, a análise panorâmica do quadro de relações políticas apresenta-se como fundamental para avançarmos na percepção sobre o papel político da Globo no país.

**Palavras-chave:** Rede Globo; Coronelismo Eletrônico; Sistema Afiliadas; Política.

### **Introdução**

A discussão sobre o sistema comunicacional brasileiro, embora traga consigo uma considerável importância, é alvo de muitas polêmicas e desacordos, tendo em vista as implicações sociais, políticas e econômicas que estão envolvidas em todo o processo. O Brasil, em específico, além de possuir políticas de comunicação com elementos peculiares, apresenta também um modelo que se distancia do sistema global e agrega variadas características, dentre as quais Suzy dos Santos (2007) destaca quatro principais: a lógica clientelista que torna as concessões de radiodifusão como instrumento político; a centralidade do interesse político em detrimento do econômico; a existência de marcos regulatórios distintos para novas e antigas tecnologias de comunicação; a falta de clareza e transparência na estrutura dos proprietários e afiliados da radiodifusão nacional.

Nesse contexto, a questão da regulação dos meios de comunicação vem sendo discutida desde meados da década de 90, quando o surgimento da internet e da TV a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria Coneco Júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup> Graduando em Comunicação Social na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ECO/UFRJ. E-mail: [leobotelho95@gmail.com](mailto:leobotelho95@gmail.com).

cabo tornou necessária a criação de novas leis que os regulamentassem, tendo em vista que o Código Brasileiro de Telecomunicações em vigor é o mesmo desde 1962, quando nem se imaginava a existência desses novos meios. A lei 8.977, de 1995, por exemplo, passou a regular os serviços de televisão a cabo, chegando a ser considerada uma das mais completas de todo o mundo. Esta, por sua vez, foi revogada recentemente pela lei 12.485, de 2011, aprovada após 5 anos de discussão, trazendo um estímulo à produção nacional e à concorrência no setor.

É notório que o marco regulatório do Brasil é arcaico e traz algumas incoerências para com a realidade, permitindo que muitos empresários se aproveitem dessas falhas para expandir os seus negócios, na medida em que a inexistência de um órgão regulador eficaz facilita o processo. Nos Estados Unidos, o marco regulatório existe desde 1930, criando medidas para coibir a propriedade cruzada e em 1996 foi completamente reformulado. O país também possui um órgão regulador, a *Federal Communications Commission* (FCC), criada em 1934 com o objetivo de supervisionar os meios de comunicação do país. Como exigido pelo Congresso, a FCC revisa as leis descritas pelo marco a cada 4 anos, com objetivo de sempre aprimorar e modificar quando se faz necessário. Além disso, existe a Divisão Antitruste do Departamento de Justiça que elabora leis voltadas para a concorrência, coibindo a prática de medidas anticompetitivas.

A Constituição Federal de 1988, vigente no Brasil até os dias atuais, também trouxe algumas normatizações no que tange a Comunicação Social no país. Destacamos os quatro principais artigos de maior relevância para a nossa discussão, sendo eles: Art. 54 – deputados e senadores não poderão firmar, manter contrato ou ser proprietário de empresa concessionária de serviço público; Art. 220 – os meios de comunicação não podem ser objeto de monopólio ou oligopólio, seja direta ou indiretamente; Art. 221 – emissoras de rádio e televisão devem promover a cultura nacional e regional, estimulando a produção independente; Art. 223 – observar o princípio da complementaridade dos sistemas privados, públicos e estatais (BRASIL, 1988). Podemos perceber que muitas destas normas são desrespeitadas e isso se

justifica exatamente pela falta de um órgão que fiscalize e aplique as devidas punições, inibindo tais práticas ilícitas.

A radiodifusão brasileira é caracterizada por um mercado oligopólico e com uma intensa presença de políticos radiodifusores. Portanto, daremos um maior enfoque nos art. 54 e 220, trazendo como objeto de análise a Rede Globo, que possui um alcance de aproximadamente 99,5% dos potenciais telespectadores no país. Procuraremos mapear as influências e relações políticas da empresa a fim de entender o papel político que a mesma exerce no país e como isso se reflete na sociedade.

### **Rede Globo e o sistema de afiliadas**

A Rede Globo foi criada em 1965, com o CBT já em vigor por três anos, o que não foi suficiente para inibir a rápida expansão do grupo. Bolaño (2004) considera que, de maneira geral, a história da televisão no Brasil vai se dividir em dois períodos: antes e depois da entrada da Globo. O seu surgimento vai ser marcado pela transição de um mercado concorrencial para um mercado oligopólico, pois, apesar do Diários Associados ter sido o grupo dominante durante quase toda a década de 60, não existia um mercado nacional unificado. Esse cenário, por sua vez, permitia que houvesse uma concorrência pela liderança, que se tornava bastante disputada e inconstante.

O ano de criação da Globo vai se apresentar como um fator estratégico e que beneficiou a sua ascensão, tendo em vista a implementação da recém inaugurada Rede Nacional de Telecomunicações, um investimento do governo militar em infraestrutura nos serviços de comunicação como uma maneira de integrar todo o país:

A Rede Globo é apontada como o principal grupo beneficiado por esta política de integração nacional. Era uma relação de parceria, enquanto o Estado investia em infra-estrutura para possibilitar a distribuição massiva de programação, a Rede Globo tornou-se uma espécie de porta-voz do regime militar (SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio, 2005, p. 79).

Dessa forma, tornou-se uma emissora pioneira operando em rede nacional e, apresentando um caráter mais popular, conseguiu conquistar a liderança de audiência inicialmente nas praças principais, mas posteriormente – ao longo dos anos 70 –



liderou também o mercado nacional. Surgia, então, a hegemonia da Rede Globo que, apesar das diversas mudanças no cenário interno e externo, se mantém na atualidade.

Um obstáculo parecia surgir para a próspera emissora quando, em 1967, o decreto-lei nº 236 trouxe complementos e modificações para a lei 4.117/1962, aquela que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações. Dentre as mudanças, podemos destacar a limitação de estações radiodifusoras de som e imagem para cada entidade, sendo permitida somente 10 em território nacional e 2 por estado (BRASIL, 1967). Isso impediria que a Globo conseguisse se expandir para todos os estados brasileiros, portanto, como solução, passou a fazer associações políticas regionais, dando origem ao sistema de afiliadas que apresenta-se até os dias atuais.

A nova conjuntura na comunicação brasileira, especificamente na radiodifusão aberta, possibilitou uma concentração dos meios às famílias e chefes políticos locais, mantendo uma relação direta com o oligopólio nacional. Essa intensa rede de relações possui interesses comuns, sobretudo no âmbito político e econômico, apresentando, segundo Bolaño (2004), “uma falha importante da estrutura democrática do Estado brasileiro”. O vínculo existente entre a cabeça de rede e as emissoras afiliadas é, em grande parte, basilar para a compreensão do fenômeno do coronelismo eletrônico, que se torna característico na comunicação brasileira das últimas três décadas:

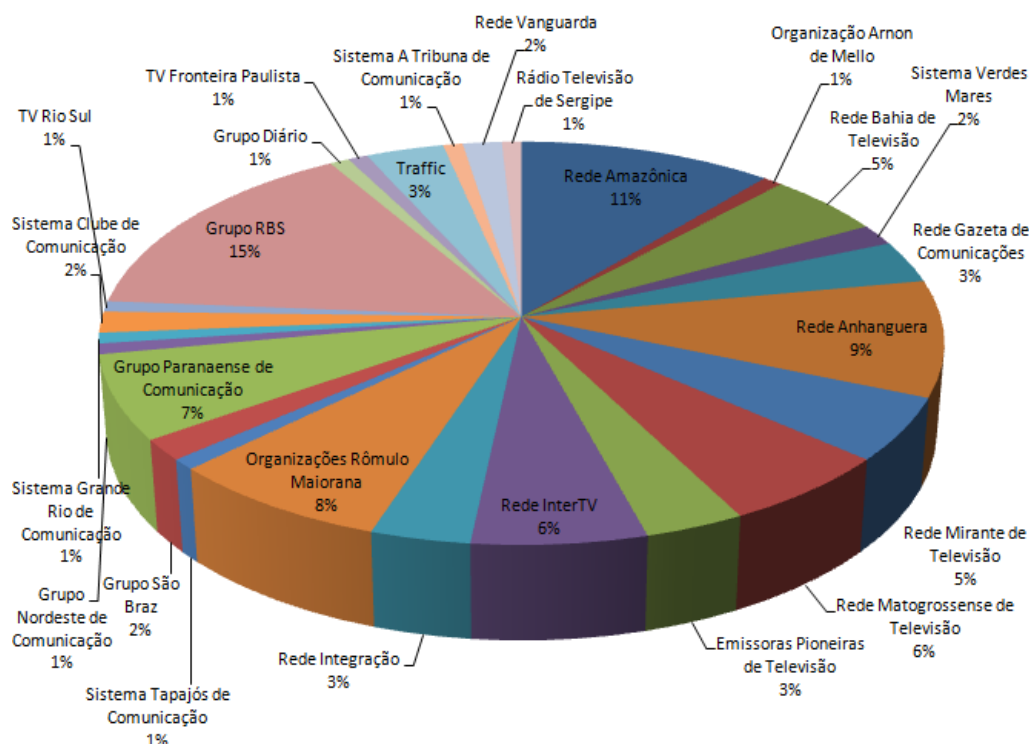
Chamamos de coronelismo eletrônico o sistema organizacional da recente estrutura brasileira de comunicações, baseado no compromisso recíproco entre poder nacional e poder local, configurando uma complexa rede de influências entre o poder público e o poder privado dos chefes locais, proprietários de meios de comunicação (SANTOS, Suzy, 2007, p. 2).

É notório que essa situação acaba por intensificar a concentração do mercado e estimular o cenário oligopólico, não existindo uma força ou um apoio suficiente que garanta a manutenção dessa estrutura. Cria-se uma espécie de parceria mútua onde se consegue uma considerável influência política, bons índices de audiência e lucro para ambas as partes. O poder público, por sua vez, não intervém, seja pela falta de autonomia ou por simplesmente se beneficiar com a atual situação.

## Análise de dados

O atual sistema de afiliadas da emissora é composto por 26 grandes grupos de comunicação distribuídos por todas as regiões do Brasil. Segundo o Atlas de Cobertura da Rede Globo (2015), totalizam-se 118 emissoras afiliadas, 2 geradoras e 3 filiais, que são capazes de abranger cerca de 98,56% dos municípios brasileiros e 99,51% da população, dando-lhe a segunda colocação entre as maiores redes de televisão comercial do mundo, perdendo apenas para a norte-americana ABC. O gráfico a seguir apresenta como estão distribuídas as emissoras afiliadas por cada grupo de comunicação:

**Distribuição de emissoras afiliadas da Globo por grupo de comunicação**



**Fonte:** Elaboração própria através de dados extraídos do Atlas de Cobertura Rede Globo (maio/2015).

A análise dos grupos descritos no gráfico acima servirá de pontapé inicial para o objetivo do nosso estudo, pois permitirá descobrir o envolvimento ou não de políticos – bem como de seus familiares – nas concessões de televisão aberta, além

das relações políticas que podem estar envolvidas e relacionadas com o coronelismo eletrônico, uma vez que, como descreve Santos e Capparelli (2005):

A expressão “coronelismo eletrônico” inclui a relação de clientelismo político entre os detentores do poder público e os proprietários de canais de televisão, o que configura uma barreira à diversidade representativa que caracterizaria uma televisão na qual o interesse público deveria ser priorizado em relação aos interesses particulares (SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio, 2005, p. 80).

A ANATEL e o Ministério das Comunicações disponibilizam, através de seus portais na internet, bancos de dados contendo informações recentes sobre as entidades outorgadas e também sobre os sócios e diretores que detêm outorgas nas mais diversas empresas de radiodifusão do Brasil. Através desses recursos, conseguimos ter acesso aos nomes das pessoas envolvidas nos 26 grupos de comunicação mencionados anteriormente, possibilitando uma pesquisa destas nas ferramentas de busca a fim de encontrar algum tipo de envolvimento político. As informações obtidas foram analisadas e organizadas na tabela a seguir, que traz um panorama geral das alianças políticas locais envolvidas no sistema de afiliadas da Rede Globo:

ESTADOS	GRUPO DE COMUNICAÇÃO	ENVOLVIMENTO
AC, AM, AP, RO e RR	Rede Amazônica	Não foi encontrado envolvimento político direto através da busca pelos sócios e diretores do grupo.
AL	Organização Amon de Mello	Fundada por Arnon de Mello, ex-governador e senador de Alagoas. Atualmente diversos políticos integram o grupo, dentre os quais, destaca-se o ex-presidente e atual senador Fernando Collor de Mello.
BA	Rede Bahia de Televisão	Fundada por Antônio Carlos Magalhães, ex-governador e senador da Bahia. Dentre os diversos parentes da família Magalhães no quadro societário, destaca-se Antônio Carlos Magalhães Júnior, ex-senador da Bahia e pai do atual prefeito de Salvador.
CE	Sistema Verdes Mares	Fundada por Edson Queiroz, pai do já falecido e ex-deputado federal Edson Queiroz Filho. Dentre os sócios, destaca-se Renata Queiroz Jereissatti, filha de Edson Queiroz e esposa de Tasso Jereissatti, ex-governador e atual senador do Ceará.
ES	Rede Gazeta de Comunicações	O maior grupo de comunicação do Espírito Santo é comandado pela família Lindenberg, cujo patriarca - Carlos Fernando Monteiro Lindenberg - foi um dos organizadores do PSD, do qual foi eleito deputado federal, governador e senador.
GO e TO	Rede Anhanguera	Não foi encontrado envolvimento político direto através da busca pelos sócios e diretores do grupo.

MA	Rede Mirante de Televisão	O grupo foi criado por José Sarney, ex-presidente e ex-senador do Maranhão e Amapá. Seu nome não consta mais entre os sócios, mas, em contrapartida, seus três filhos - Roseana, Fernando e José Sarney - integram o quadro societário, sendo ambos políticos.
MG	Rede Integração	Tubal de Siqueira Silva é o responsável pelo grupo, sendo filho do ex-prefeito de Uberlândia Tubal Vilela da Silva. Rogério Nery de Siqueira Silva, seu filho, é um dos sócios e assumiu em 2014 a Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais.
MG e SP	Emissoras Pioneiras de Televisão	A EPTV foi fundada por José Bonifácio Coutinho Nogueira, filho de ex-deputado e chegou a se candidatar para governador de São Paulo. Atualmente o grupo é comandado por seus filhos.
MG, RJ e RN	Rede InterTV	A InterTV Cabugi e Costa Branca tem como seu fundador Agnelo Alves, ex-prefeito de Natal. Hoje as duas emissoras são comandadas por Henrique Eduardo Lyra Alves, ex-deputado e presidente da Câmara, exercendo no momento o cargo de Ministro do Turismo.
MT e MS	Rede Matogrossense de Televisão	Não foi encontrado envolvimento político direto através da busca pelos sócios e diretores do grupo.
PA	Organizações Rômulo Maiorana	Não foi encontrado envolvimento político direto através da busca pelos sócios e diretores do grupo.
PA	Sistema Tapajós de Comunicação	Possuía como um de seus sócios o ex-senador e governador Jader Barbalho, que detinha 50% das ações da empresa desde 2001, sendo somente descoberto em 2011. Após o escândalo, repassou as ações para as filhas de Joaquim da Costa Pereira, fundador da emissora, mas ainda não descarta-se o seu envolvimento com a TV Tapajós. Jader é também dono do Grupo RBA de Comunicação, tendo a RBA TV, emissora afiliada da Rede Bandeirantes.
PB	Grupo São Braz	O grupo foi fundado pelo empresário José Carlos da Silva Júnior, ex-senador e governador da Paraíba. Vale lembrar que a TV Cabo Branco, que hoje integra o grupo, foi criada também por um ex-governador da Paraíba: Milton Cabral.
PR	Grupo Paranaense de Comunicação	Não foi encontrado envolvimento político direto através da busca pelos sócios e diretores do grupo.
PE	Grupo Nordeste de Comunicação	A TV Asa Branca, emissora pertencente ao grupo, traz como principal nome o do deputado federal Inocêncio Gomes de Oliveira, que exerce o seu 10º mandato consecutivo no estado de Pernambuco. Apesar de seu nome não constar no quadro societário, o de sua esposa (Ana Elisa) e de suas filhas (Sheila, Shely e Shirley) estão presentes.
PE	Sistema Grande Rio de Comunicação	Osvaldo de Souza Coelho é o proprietário do Sistema Grande Rio de Comunicação, ex-deputado e irmão de diversos políticos do estado de Pernambuco. Além de seu nome, no quadro de sócios consta também o de Patricia Coelho Medeiros, sua filha e diretora da empresa.
PI	Sistema Clube de Comunicação	Dentre os grandes nomes da empresa, pode-se destacar o de João Calisto Lobo e Segisnando Ferreira de Alencar. O primeiro foi deputado estadual e senador pelo Piauí, falecido recentemente no ano de 2013. O segundo é pai de Segisnando Filho, recém nomeado para cargo no governo de Wellington Dias, governador do Piauí.

RJ	TV Rio Sul	O grupo é de propriedade do famoso comentarista esportivo da Globo Arnaldo Cezar Coelho. Apesar de não ser político, o seu irmão, Ronaldo Cezar Coelho, é ex-deputado federal, foi um dos membros fundadores do PSDB e concorreu a senador 1º suplente nas eleições de 2014, não conseguindo ser eleito.
RS e SC	Grupo RBS	O grupo é pertencente à família Sirotsky, mas não foi encontrado envolvimento direto de seus membros com a política. Entretanto, consultando os sócios envolvidos, os nomes de Afonso Antunes da Motta e Pedro Pullen Parente são encontrados, onde o primeiro é atualmente deputado federal pelo Rio Grande do Sul e o segundo é ex-ministro chefe da Casa Civil, do Planejamento e de Minas e Energia.
SE	Rádio Televisão de Sergipe	O proprietário do grupo é Albano Franco, ex-governador, senador, deputado federal e estadual de Sergipe. Filho de político, possui outros membros de sua família envolvidos com a política, como Walter do Prado Franco Sobrinho, ex-deputado estadual e um dos donos da TV Atalaia, afiliada da Rede Record.
SP	Grupo Diário	Não foi encontrado envolvimento político direto através da busca pelos sócios e diretores do grupo.
SP	TV Fronteira Paulista	A TV Fronteira foi fundada pelo ex-deputado federal Paulo César de Olivera Lima. Concorreu nas eleições de 2014 para o mesmo cargo.
SP	Traffic	Não foi encontrado envolvimento político direto através da busca pelos sócios e diretores do grupo.
SP	Sistema A Tribuna de Comunicação	Não foi encontrado envolvimento político direto através da busca pelos sócios e diretores do grupo.
SP	Rede Vanguarda	Não foi encontrado envolvimento político direto através da busca pelos sócios e diretores do grupo.

**Fonte:** Elaboração própria através de dados extraídos da ANATEL e Ministério das Comunicações. Disponível em: <[http://www.mc.gov.br/formularios-e-requerimentos/doc\\_download/2266-relacao-de-socios-e-diretores-atualizado-em-outubro-de-2014](http://www.mc.gov.br/formularios-e-requerimentos/doc_download/2266-relacao-de-socios-e-diretores-atualizado-em-outubro-de-2014)>. Acesso em: 06 ago. 2015.

Através da tabela acima é possível perceber diversas características peculiares do sistema comunicacional brasileiro na atual conjuntura. O que mais chama a atenção é o fato dos políticos estarem envolvidos em 17 dos 26 grupos afiliados da Globo, comprovando a existência do coronelismo eletrônico no maior conglomerado de comunicação brasileiro. Outro aspecto interessante está na região Nordeste do país, onde todas as emissoras afiliadas são controladas por políticos.

É válido ressaltar que os grupos listados acima que não estão envolvidos diretamente com algum político, não estão isentos de ter algum tipo de relação indireta com estes, pois geralmente possuem contato com personalidades dos mais diversos setores do país, incluindo a política. Analisando a situação do Norte do país, por exemplo, é possível perceber que 5 dos 7 estados dessa região são controlados por



um mesmo grupo de comunicação – a Rede Amazônica – e para conseguir sustentar esse império é preciso, muitas vezes, estabelecer um diálogo com as autoridades dos 7 estados, o que ocasiona, geralmente, no surgimento das alianças políticas. A falta de informações detalhadas a respeito de alguns sócios e a existência dos chamados “sócios laranjas” acabam dificultando a busca por políticos envolvidos nas principais empresas de comunicação. Por isso, é possível sim que haja envolvimento político nos 9 grupos descritos na tabela, embora não tenha sido possível encontrar referências pela simples consulta dos nomes de seus sócios e diretores.

### **Considerações finais**

A estrutura comunicacional do Brasil forma um sistema complexo que requer um estudo mais aprofundado para se entender as relações envolvidas em todo o processo. A existência do coronelismo eletrônico é inegável e torna-se um dos principais agentes para a perpetuação de poder, constituindo um mercado altamente concentrado nas mãos de poucos, com baixa concorrência e composto por oligarquias que monitoram a informação que circula no país. O sistema de afiliadas, por exemplo, se torna um importante instrumento de controle territorial capaz de exercer influências sociais, políticas e econômicas nas mais diversas partes do Brasil. Isso pode ser comprovado na história da própria Globo com os episódios clássicos do boicote às Diretas Já, do apoio notório à Fernando Collor nas eleições presidenciais de 1989 ou até mesmo do seu *impeachment* em 1992.

O desafio atual é reestabelecer a democracia na comunicação e implementar políticas que desconcentre o setor, permitindo a livre concorrência e estimulando a pluralidade nas produções. O atual governo tentar criar um novo marco regulatório no Brasil, mas acaba indo contra os interesses dominantes, uma vez que modificaria toda uma lógica mercadológica, afetando as grandes empresas, bem como empresários e políticos. Além de uma nova legislação, é preciso ter órgãos de regulação eficazes, que fiscalizem o cumprimento da mesma. Trata-se de uma discussão importante e que

precisa ser abordada pelos nossos governantes, pois enquanto a radiodifusão aberta não for regulamentada, os interesses privados sobressairão sobre os interesses públicos e a democracia da mídia estará cada vez mais distante de ser alcançada.

### Referências bibliográficas

ANATEL. *Estudo Comparativo de Modelos Regulatórios Nacionais*. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=207307>>. Acesso em 06 ago. 2015.

BOLAÑO, César. Debate: Concentração da propriedade dos meios de comunicação social, 1ª reunião de 2004. In: BRASIL. *Concentração da Mídia: Debates no Conselho de Comunicação Social*. Brasília: Congresso Nacional, 2004, p. 134-137. Disponível em: <[http://observatoriodaimprensa.com.br/wp-content/uploads/2015/02/CCS\\_Concentracao\\_da\\_Midia.pdf](http://observatoriodaimprensa.com.br/wp-content/uploads/2015/02/CCS_Concentracao_da_Midia.pdf)>. Acesso em 06 ago. 2015.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado 1988.

BRASIL. Decreto nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 28 fev. 1967. Seção 1, p. 2432.

DIREÇÃO GERAL DE NEGÓCIOS DA GLOBO. *Atlas de Cobertura (maio/2015)*. Disponível em: <<http://comercial2.redeglobo.com.br/atlasdecobertura/>>. Acesso em: 06 ago. 2015.

SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio. Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito. In: BRITTOS, Valério; BOLAÑO, César (Orgs.). *Rede Globo – 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

SANTOS, Suzy. Relações incestuosas: mercado global, empresariado nacional de radiodifusão e líderes políticos locais/regionais. In: FILHO, J. F.; HERSCHMANN, M. (Orgs.). *Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos, audiências*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007, p. 121-142.

## **Geração Pugliesi e a voz da experiência<sup>1</sup>**

### **Uma análise do conceito de vida saudável sob a ótica da blogueira versus jornalismo especializado**

Nicole Sanchotene Freire da Costa<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Este trabalho busca analisar a relação entre os valores das culturas terapêuticas com o número cada vez maior de blogs e perfis em redes sociais que informam sobre saúde, bem-estar e beleza, destacando o de Gabriela Pugliesi. Para isso, foca-se em aspectos essenciais que compõem as sociedades ocidentais contemporâneas, como a centralidade do bem-estar e manutenção da vida plena, em especial quando as mulheres representam o sujeito deste cuidado. Busca-se, ainda, observar como as redes sociais deram uma nova dimensão à narrativa e à experiência individual, provocando transformações inclusive na prática jornalística contemporânea.

**Palavras-chave:** Saúde; Beleza; Internet; Redes Sociais; Jornalismo Científico

#### **Introdução**

A blogueira *fitness* Gabriela Pugliesi tornou-se, nacionalmente, uma das personagens principais da internet da atualidade. Formada em desenho industrial, Gabriela largou emprego quando viu a proporção de sua expansão na *web*. Além do blog, atualmente ela é seguida por 1,4 milhão de pessoas no Instagram e a *hashtag* “#geracaopugliesi” acumula cerca de 700 mil compartilhamentos. Ela também é garota propaganda de diversas marcas, lançou um canal no YouTube e um livro sobre a transformação de seu corpo com exercícios e boa alimentação. Gabriela passou a estar cada vez mais presente nas colunas sociais, em programas de televisão e recebeu acusações sobre publicidade velada. A blogueira, no entanto, nos faz refletir sobre um movimento muito maior que acontece nas sociedades ocidentais contemporâneas e, ao menos no Brasil, é uma das principais personagens deste comportamento.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 6 – Discurso, Ciência e Poder do 8º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação, na categoria júnior. PUC Rio, Rio de Janeiro, outubro de 2015.

<sup>2</sup>Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ECO/UFRJ. E-mail: [freire.nicole@gmail.com](mailto:freire.nicole@gmail.com).

Vê-se com frequência reportagens que revelam pesquisas científicas e hábitos que podem influenciar na longevidade, no bem-estar e na aparência. Boa parte dos veículos mais tradicionais já conta com editorias destinadas a tratar especificamente dessas pautas. Mas isso não ficou restrito apenas a eles. Com a expansão do acesso a dispositivos que nos permitem conexão à internet praticamente em tempo integral e com o extenso alcance que as redes sociais passaram a ter com a Web 2.0, a internet tornou-se um campo por onde se busca, compartilha e se produz essas informações.

A relevância e constância com que esses assuntos aparecem nas mídias refletem como as sociedades ocidentais contemporâneas lidam com a vida. Além disso, vê-se nas publicações uma atenção especial aos cuidados do corpo feminino. No Brasil, há uma série de revistas focadas nos cuidados da mulher com a saúde e a aparência. Os blogs *fitness* populares, como o de Pugliesi, são produzidos por mulheres e dedicados a um público majoritariamente composto por elas.

O objetivo deste trabalho é, então, pensar como a centralidade da saúde, da boa vida e da longevidade influi nos comportamentos da nossa sociedade, observando como isso aplica à realidade feminina. Discutiremos sobre como as redes sociais atuam para a abordagem desses temas e como o conteúdo amador tem transformado o profissional neste contexto.

## **Saúde e bem-estar na sociedade contemporânea: da construção de comportamentos**

Diante da presença massiva de informações sobre saúde e bem-estar nos diversos meios de comunicação, torna-se necessário questionar por que nossa sociedade consome tanto este conteúdo e como ele vem moldando comportamentos.

Em “A vida feliz das vítimas”, Paulo Vaz (2010, p. 135) observa que para os indivíduos das sociedades ocidentais contemporâneas a felicidade é tida como um direito e um objetivo maior. Enquanto nas sociedades anteriores as pessoas eram norteadas por um bem comum coletivo, a partir de instituições como a família ou a Igreja, nas culturas terapêuticas o “bem comum” que rege os indivíduos é a felicidade

peçoal de cada um. Portanto, na cultura terapêutica em que vivemos, guiada por características como o narcisismo e o hedonismo, é previsível que todo aparato inventado e aprimorado seja usado em benefício do indivíduo, para que ele tenha uma vida longa, repleta de prazer e com o mínimo de sofrimento – por mais que seja viável usar esse conhecimento para outros fins. A sensação ilusória que o ser humano tem como controlar seu envelhecimento e até mesmo da imortalidade é assim ratificada.

Para o sujeito pertencente a esta cultura, existe uma aparente linearidade no ciclo da vida considerado padrão: a pessoa nasce e vive o máximo de tempo possível buscando sempre a felicidade e evitando como pode os sofrimentos. A morte, apesar de certa, não é esperada. “Quando ela é visível, estamos diante da morte atual, súbita e aparentemente aleatória” (VAZ *et al.*, 2007, p. 146).

Se anteriormente os sofrimentos eram causados pela má conduta moral dos indivíduos em algum momento de suas vidas, na cultura terapêutica – que consola quem sofre – o sujeito passa a ser vítima de uma série de fatores para suas possíveis dores. O pensamento deixa de ser “sofro porque falhei moralmente em algum momento” e passa a ser “sofro porque determinado elemento me faz sofrer”.

Com a evolução da medicina e o controle das doenças infectocontagiosas, os fatores que podem desencadear patologias é que passam a ser o foco de atenção. Surge, então, o conceito de fator de risco.

O conceito de fator de risco, em primeiro lugar, propõe um nexu probabilístico e um intervalo temporal longo entre exposição ao fator e aparecimento do sintoma, da contrapartida subjetiva de uma doença. [...] E, pelo intervalo longo, o indivíduo deve se preocupar com sua saúde mesmo sem experimentar nenhum mal-estar. De fato, o conceito de fator de risco faz dos indivíduos doentes virtuais ou quase doentes, recomendando, portanto, a modificação das práticas tendo em vista a redução das chances de adoecer. (VAZ In FREIRE FILHO, 2010, p. 144)

O conceito de fator de risco e a atenção a essas práticas levam a um cuidado crônico – já não importa mais se o indivíduo é saudável –, cujo sintoma mais evidente “é a crescente indistinção entre o que é alimentação, que é cotidiana, e a medicação, antes temporária.” (Ibidem, p. 148). Enquanto antes a formulação era “sofro, pois falhei moralmente”, hoje ela se baseia em “sofro, pois não soube manter hábitos



saudáveis na minha rotina”, o que sinaliza a manutenção da necessidade de explicações para os males que acometem a vida do homem contemporâneo.

Assim como se acreditava na importância da renúncia aos prazeres pela crença de que a recompensa futura pela boa conduta presente seria mais gratificante, na contemporaneidade o raciocínio se mantém, porém adaptado às transformações culturais, sociais e tecnológicas a que estamos submetidos. A satisfação de uma vida longa no futuro vale mais do que comer um *fast-food*, por exemplo.

Emerge, então, a obediência. Se a palavra de autoridade é do médico, se é o especialista que determina o que é o melhor para cada um, é a vigilância que vai garantir que isto seja seguido. “Para se sentir culpado, um indivíduo precisa olhar para si mesmo, para seus atos e pensamentos, com os olhos do Outro, cindindo-se entre o que deseja e o que deve ser.” (VAZ In PACHECO *et al.*, 2002, p. 133).

Assim, a relação das nossas sociedades com alimentos e medicamentos – cuja indústria trabalha para intensificar ainda mais essa ampliação do conceito de doença – revela uma forma de esperança que temos de encontrar neles, vendidos como a melhor alternativa para nos aliviar ou postergar o sofrimento causado pelas doenças ou uma saída para a morte. “Talvez a redução da vida ao esforço de evitar a morte seja um modo de impedir que habitemos o mistério.” (VAZ *et al.*, 2007, p. 153)

## **Do jejum e da virtuosidade à vaidade feminina**

Como vimos no caso das culturas terapêuticas ocidentais, é possível observar uma relação entre o contexto histórico de uma sociedade e suas características principais. São os valores tidos como centrais que influenciarão os indivíduos.

Em “*The Body Project*”, Joan Brumberg mostra relatos de meninas dos séculos XVIII, XIX e XX para evidenciar suas prioridades e suas relações com o corpo. Segundo o que é apresentado por ela, a menarca, por exemplo, era um assunto a ser evitado pelas mães no contexto ocidental do século XIX. Além disso, as famílias buscavam também direcionar suas filhas para outras atividades, principalmente as que as distanciavam dos assuntos relacionados aos cuidados estéticos.

No entanto, os depoimentos mostrados pela autora apontam que a aparência não deixava de ter seu valor neste período. Ela conta que “entre garotas das classes média e alta, havia uma preocupação em relação a certas partes do corpo.” (BRUMBERG, 1997, p. xix, tradução nossa). As meninas já se preocupavam com a aparência, a diferença era que a autoestima delas não era dependente disso.

As garotas do século XIX frequentemente observavam em seus diários quando elas adquiriam um empolgante embelezamento pessoal [...] mas estes não estavam ligados à autoestima ou personalidade das formas com que são hoje. Na verdade, garotas que se preocupavam com suas aparências eram acusadas de vaidade [...]. Muitos pais tentaram limitar os interesses de suas filhas em coisas superficiais [...] porque o caráter era considerado mais importante que a beleza pelos pais e pela comunidade. E o caráter era construído na atenção ao autocontrole, no serviço ao outro, e na crença em Deus – não na atenção a si mesmo, um projeto de corpo altamente individualista. (Ibidem, p. xx, tradução nossa)

Com a chegada do século XX, a vida da população americana melhorou e a idade do começo da menstruação das meninas caía cada vez mais. Brumberg (p.21) aponta que as mídias ressaltavam a beleza e as virtudes das meninas e revela também uma mudança nestas e em seus diários. Ela explica que, a partir dos anos de 1920, “elas também começaram a escrever sobre seus esforços para desenvolver o fascínio sexual através das roupas e cosméticos e, pela primeira vez, elas tentaram ‘se afinar’, um novo projeto de corpo”. (Ibidem, p. xxix, tradução nossa) Apesar de Brumberg admitir que o movimento inicial de transformação da mulher nos mais diversos âmbitos sociais nesta época foi restrito a uma pequena parcela, essa mudança foi precursora de um comportamento feminino extremamente ligado à sua aparência.

Enquanto nos períodos anteriores o controle sobre o corpo feminino dava-se em relação à sexualidade da mulher e a forma de torná-las virtuosas, este controle na contemporaneidade se dá através das medidas necessárias para a obtenção de um corpo saudável e em forma.

Vale destacar, porém, que a atenção ao corpo e ao comportamento feminino é algo muito anterior ao período ilustrado por Brumberg. Mesmo em estudos relacionados aos séculos IV e V, modificações na alimentação das mulheres já eram frequentes. Theresa Shaw (1998, posição 2029) explica que os regimes feitos pelas

mulheres nesta época também estavam relacionados à apresentação externa delas e à forma com que apareciam perante as outras pessoas. Segundo ela, para a sociedade era preciso diminuir o poder de atração sexual do corpo feminino. De acordo com Basílio de Ancira, citado por Shaw, o Criador deu à mulher o poder de atrair os homens como uma forma de não a deixar indefesa em sua subordinação. Assim, no caso das virgens, é preciso destruir esta capacidade feminina pelas próprias mulheres. “Ela não vai só evitar embelezar-se, ela vai intencionalmente obscurecer sua beleza natural.” (SHAW, 1998, posição 2033, tradução nossa). Shaw revela, desta maneira, que entre os objetivos da prática do jejum estavam o de “esconder” a beleza da mulher para diminuir seu poder de atração. As formas de purificar as mulheres e de “masculinizá-las” através da abstinência alimentar estavam relacionadas, também, ao que a ausência da menstruação poderia representar. A amenorreia decorrente da abstenção de certos alimentos era um sinal de disciplina, mas também uma maneira de “destruir as características femininas marcantes do corpo enquanto ao mesmo tempo em que torna o corpo mais atraente para Cristo, o noivo da virgem” (Ibidem, posição 133).

A obediência feminina, portanto, vem se transformando ao longo dos séculos. Em Shaw, observa-se a necessidade de uma aproximação com Cristo através da prática do jejum. Em Brumberg, há a questão da busca por atividades que exaltavam as virtudes da mulher. Essas formas de disciplina estão adaptadas ao padrão das sociedades ocidentais contemporâneas e hoje existe na busca por um projeto de corpo ideal, mesmo neste aparente cenário de liberdade. A pressão pela adequação a um suposto padrão de beleza e saúde considerado ideal é uma forma de espalho subjetivo, que passa a acontecer cada vez mais cedo nas meninas.

## **O valor da experiência e a internet como elemento-chave**

Se a saúde e o bem-estar são aspectos centrais na contemporaneidade ocidental e se o corpo e a beleza são meios de expressão feminina, é preciso entender os ambientes nos quais esses assuntos são abordados. Como vimos, as informações

sobre esses conteúdos estão nos jornais, revistas e televisão. Ao mesmo tempo, têm invadido as redes sociais e indicando uma nova tendência.

É sabido que uma característica comum entre as diversas redes sociais é a possibilidade de compartilhar de vídeos, fotos, artigos, textos, enfim, qualquer tipo de conteúdo de interesse pessoal. Andrew Keen cita uma notícia do *The New York Times*, que revela que 50% dos blogueiros falam exclusivamente sobre suas vidas pessoais.

Em vez de usá-la [a internet] para buscar notícias, informação ou cultura, nós as usamos para SERMOS de fato a notícia, a informação, a cultura. [...] Eles [os sites] se dizem devotados à interação social, mas na realidade eles existem para que possamos fazer propaganda de nós mesmos: desde nossos livros e filmes favoritos até as fotos de nossas férias de verão, sem esquecer ‘testemunhos’ elogiando nossas qualidades mais cativantes ou recapitulando nossas últimas farras. (KEEN, 2009, p. 12-13)

Nas redes sociais, fala-se sobre muito sobre tudo, mas também se *observa* muito a vida alheia. O curioso disso é que os bisbilhotados não só parecem não se importar com isso, como fazem questão de serem observados. Sibilia (2007, p. 73) aponta que, ironicamente, nossa sociedade se preocupa muito em proteger alguns dados pessoais para evitar as “invasões de privacidade”. Na contramão disso, nossos relatos virtuais remetem exatamente ao oposto deste cuidado, demonstrando uma *evasão de privacidade*.

Milhões de usuários de todo o planeta [...] têm se apropriado de um conjunto heterogêneo de ferramentas disponíveis on-line [...] e os utilizam para expor publicamente a própria intimidade. Gerou-se, assim, um verdadeiro festival de ‘vidas privadas’, que se oferecem despudoradamente aos olhares do mundo inteiro. (SIBILIA, 2007, p. 24)

O que se nota é que fazem parte de todos estes blogs e redes sociais a exposição de si, das opiniões e até mesmo de atividades cotidianas. “Essas narrativas tecem a própria vida; de alguma maneira a realizam” (Ibidem, p. 31). Ou seja, além de fazerem as atividades que registram, as pessoas parecem necessitar dessa exposição para comprovar que aquilo de fato aconteceu em suas vidas.

O que existe é um autorrelato e uma nova espécie de diário. Sibilia compara os antigos diários, marcados pelo desejo de sigilo, e os novos, virtuais e com o propósito de serem públicos. Esta exposição da vida diária seja talvez o motivo principal pela diminuição da idolatria que envolvia os personagens dos relatos tradicionais,

passando a aproximar narrador – também personagem – e leitor. Assim, “o foco do interesse foi desviado, abandonando gradativamente as figuras ilustres, as vidas exemplares ou heroicas que outrora reclamavam a atenção de biógrafos e leitores, para focar as ‘pessoas comuns’”. (Ibidem, p. 32)

O interesse pela história cotidiana e pela “intimidade” alheia é reforçado pelas redes sociais. Nelas, até mesmo figuras consideradas de certo modo heroicas por nossas gerações conseguem mostrar cada movimento do dia-a-dia e se aproximar mais de seus fãs, o que até pouco tempo era acessível apenas através de colunas sociais. Sibília considera que um motivo para que isto aconteça é que estes relatos “estão envoltos em um halo autoral que remete por definição a uma certa autenticidade [...] e implica sempre alguma referência a uma *verdade*, um vínculo com uma vida real e com um *eu* real que assina, narra e vive o que se conta” (2007, p. 37). A ideia de “*gente como a gente*” nas redes sociais, sem dúvida, se confirma através da grandeza e da veracidade que a experiência passa a ter a partir do momento em que é relatada pelo próprio narrador/autor/personagem.

### **Considerações finais**

Observamos que as culturas terapêuticas que marcam as sociedades ocidentais contemporâneas colocam em foco o bem-estar. Esta cultura, marcada pelo narcisismo, pela centralidade da felicidade e das emoções, vem acompanhada de amplo aparato tecnológico e científico. Mesmo os avanços nesses âmbitos demonstram que inclusive a medicina e as ciências colocam o bem-estar humano, a vida longa e boa como os focos de atenção. Paralelamente, se transformou a concepção dos indivíduos sobre os sofrimentos que os acometem. Se num primeiro momento o ascetismo dizia respeito à boa conduta e à salvação divina, na contemporaneidade ele se dá pela prática de bons hábitos em detrimento de uma postura desleixada com o corpo, tendo como recompensa uma vida duradoura e sem percalços.

Vimos que o comportamento das mulheres está diretamente relacionado aos valores que guiam as sociedades e que a ascese, apesar de estar presente na



contemporaneidade, já existe de outras épocas. Nos séculos IV e V, o objetivo era estar próximas a Deus. No século XIX, era preciso que fossem virtuosas e preocupadas com o próximo. Hoje, o corpo é primeira forma com a qual as meninas se comunicam e se expressam, salientando a alta exigência com padrões ideais de saúde e estética como uma das formas de controle sobre as mulheres atualmente. Estes parâmetros ideais de saúde e aparência são apresentados nas principais formas de comunicação, e as publicações sobre esses assuntos vêm se diversificando e abrindo novos espaços, como os de blogs e de redes sociais. Os indivíduos nunca puderam participar tanto da informação que consomem e, com isso, passaram a ter também acesso a uma incrível quantidade de conteúdos alternativos aos que estavam habituados antes da Web 2.0.

A centralidade destes cuidados provocou o surgimento de muita gente interessada em compartilhar suas experiências particulares no novo espaço público. A ascensão de algumas delas evidentemente abriu mercados publicitários e fez com que o jornalismo também tivesse de se adaptar em muitos aspectos. O valor da experiência de alguém comum, distante do glamouroso universo das celebridades, passou a ser valioso e uma fonte de verdade. Enquanto as revistas insistem em capas que estampam atrizes já conhecidas pela boa forma e corpos quase inatingíveis, Pugliesi mostra a vida diária de uma “pessoa comum”, seu dia-a-dia de exercícios e a superação de uma infância acima do peso. O frenesi das seguidoras de Gabriela pode ser explicado pelo valor que a sua própria experiência agrega à informação dada por ela. Se os jornais dependem da apuração do conteúdo junto a médicos e dados científicos, Gabriela necessita apenas do recurso do próprio testemunho para passar veracidade. Sua postura em procurar especialistas para embasar alguns de seus *posts* também a auxilia, mas a própria blogueira ocupa com muita facilidade o lugar da autoridade nos assuntos.

De fato, as redes sociais permitiram que nós, o público, tivéssemos acesso a novos tipos de informação. Também deram uma nova dimensão à experiência individual, que ganhou expressividade e ampliou a concorrência dos veículos tradicionais. Em contrapartida, é preciso questionar quais os critérios que baseiam

essa informação. Quantitativamente, o leitor de fato ganhou uma diversidade de opções infindável, porém quando se fala sobre qualidade é preciso questionar se o que guia esta opinião amadora que vem sendo tão influente é de fato ética, procedente, correta.

O mais importante não é criar uma dicotomia como se todo conteúdo impresso fosse 100% íntegro e correto e o conteúdo amador fosse sempre ruim, já que é crível que existem jornalismo falhos e blogs que de fato apuram e têm uma postura ética. É preciso pensar sobre a importância que a saúde e a estética passaram a ter para nossa sociedade e sobre como estamos consumindo este conteúdo. Se o foco é a saúde e o bem-estar, a palavra da experiência pode ser levada em conta e tem de fato seu valor, mas não deveria substituir a voz de quem se qualificou para informar. Quanto à Pugliesi, ela é apenas um sintoma sobre o que se passa na sociedade, seja pela forma com que utiliza seu corpo para se relacionar com o mundo, seja pela sua capacidade de autocontrole e pela constante busca da melhor forma física e de saúde, e de que isso tudo pode ser percebido como informação e aprendizado em meio a um universo de comunicação em que amadores e especialistas se misturam e se completam.

### **Referências bibliográficas**

BRUMBERG, Joan Jacobs. *The body project: An intimate history of American girls*. Nova York: Random House, p. xvii – 25, 1997.

KEEN, Andrew. *O Culto do Amador*. Zahar, Rio de Janeiro, 2007.

SHAW, Theresa. *The burden of the flesh: Fasting and sexuality in early Christianity*. Minneapolis: Augsburg Fortress, capítulos 1 e 6 (versão para Kindle), 1998.

SIBILIA, Paula. *O Show do Eu: Subjetividade nos Gêneros Confessionais na Internet*. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

VAZ, Paulo *et al.* O fator de risco na mídia. *Interface – Comunicação, Saúde, Educação UNESP*, São Paulo, v. 11, n. 21, p. 145 – 153, jan/abr. 2007.

VAZ, Paulo. A vida feliz das vítimas. In: FREIRE FILHO, João (org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

# 8° CONECO

Congresso dos Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação  
PUC RIO — UFRJ — UERJ — UFF — FIOCRUZ

# XII PósCom

Seminário de Alunos de Pós Graduação em  
Comunicação Social da PUC-Rio

8º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação do Rio de Janeiro  
XII Seminário de Alunos de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Rio de Janeiro, 21 a 23 de outubro de 2015.

\_\_\_\_\_. Um corpo com futuro. In: PACHECO, Anelise *et al.* *O trabalho da multidão*. Rio de Janeiro: Gryphus, v. 1, p. 121-146, 2002.