

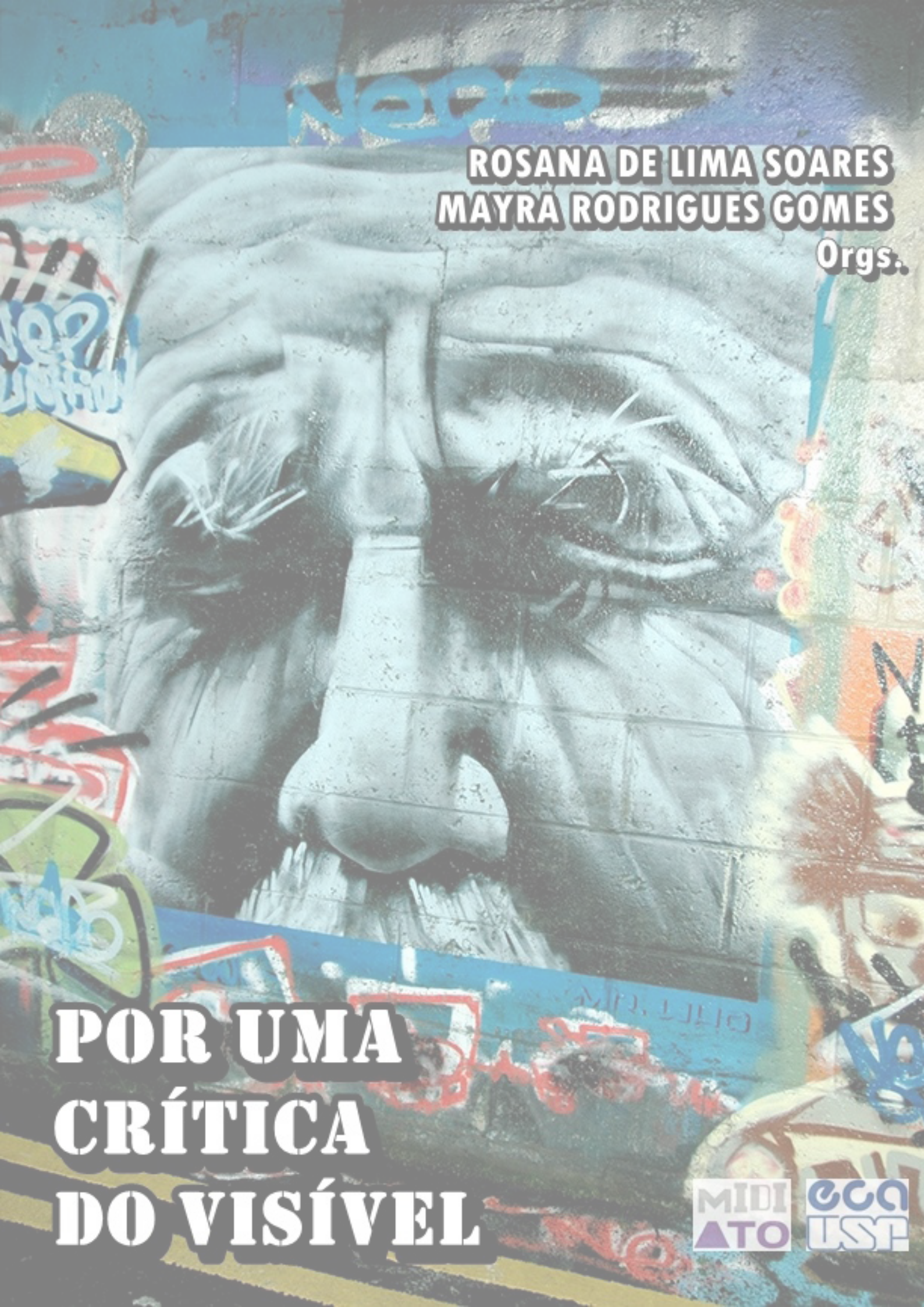


**ROSANA DE LIMA SOARES
MAYRA RODRIGUES GOMES**

Orgs.

**POR UMA
CRÍTICA
DO VISÍVEL**

MIDIATO **ECO**
ATO **USP**



**ROSANA DE LIMA SOARES
MAYRA RODRIGUES GOMES**

Orgs.

**POR UMA
CRÍTICA
DO VISÍVEL**

**MIDI
ATO**

**CCN
USP**

Por uma Crítica do Visível

Rosana de Lima Soares
Mayra Rodrigues Gomes
(Orgs.)

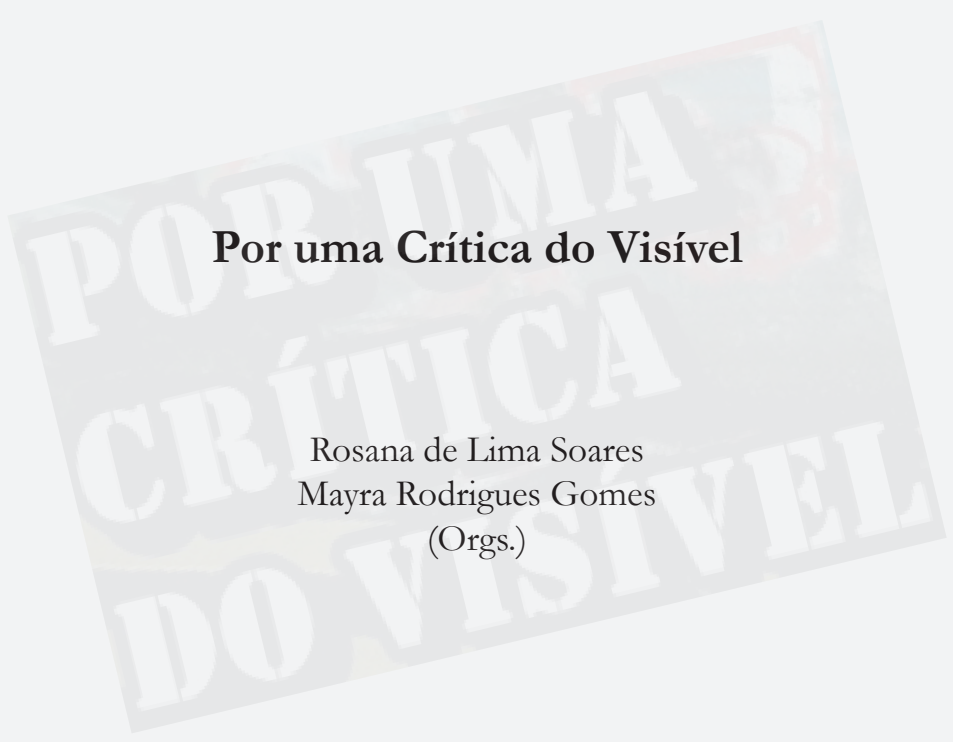
1ª. edição
2015

978-85-7205-146-0



KRITIKOS





Por uma Crítica do Visível

Rosana de Lima Soares
Mayra Rodrigues Gomes
(Orgs.)

Autores

Andrea Limberto, Cíntia Liesenberg, Cláudio Coração, Daniele Gross, Eliza Bachega Casadei, Felipe da Silva Polydoro, Fernanda Elouise Budag, Gislene Silva, Ivan Paganotti, José Augusto Mendes Lobato, Juliana Doretto, Leandro Carabet, Mariana Duccini Junqueira da Silva, Mariane Murakami, Mayra Rodrigues Gomes, Nara Lya Cabral Scabin, Natália Favrin Keri, Renata Carvalho da Costa, Rosana de Lima Soares, Seane Alves Melo, Sílvia Anaz, Sofia Franco Guilherme, Thiago Siqueira Venanzoni, Wania Célia Bittencourt

Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo

2015

EXPEDIENTE

Reitor da USP

Prof. Dr. Marco Antônio Zago

Vice-Reitor

Prof. Dr. Vahan Agopyan

Diretora da ECA-USP

Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch

Vice-Diretor da ECA-USP

Prof. Dr. Eduardo Henrique Soares Monteiro

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais

Prof. Dr. Rubens Machado

Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação

Prof. Dr. Eneus Trindade

Chefe do Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP

Prof. Dr. Dennis de Oliveira

EXPEDIENTE DA PUBLICAÇÃO

Organização: Rosana de Lima Soares, Mayra Rodrigues Gomes

Editora: Escola de Comunicações e Artes da USP (ECA-USP)

Coordenação editorial: Rosana de Lima Soares

Preparação de originais e revisão: Andrea Limberto

Revisão de provas: Nara Lya Cabral Scabin, Juliana Doretto

Diagramação: Andrea Limberto

Capa: Juliana Doretto

Catálogo na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

P832g

Por uma crítica do visível / Rosana de Lima Soares, Mayra Rodrigues Gomes (orgs.) ;
autores Andrea Limberto ... [et al.]. – São Paulo: ECA/USP, 2015. Selo Kritikos.
223 p.

ISBN 978-85-7205-146-0

1. Meios de comunicação de massa 2. Linguagem e comunicação

I. Soares, Rosana de Lima II. Gomes, Mayra Rodrigues III. Limberto, Andrea

IV. Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e Artes V. Selo Kritikos.

CDD 21.ed. – 301.161

SUMÁRIO

Apresentação: visibilidades possíveis para a crítica de mídia	09
Imagens mentais e materiais: em torno das representações <i>Mayra Rodrigues Gomes</i>	13
A imagem do jornalismo nas interações críticas dos leitores <i>Gislene Silva e Wania Célia Bittencourt</i>	27
Metacrítica midiática: reflexos e reflexões das imagens em <i>Black mirror</i> <i>Ivan Paganotti e Rosana de Lima Soares</i>	37
A arena de Viomundo: tensionamentos críticos do acontecimento social e novas visibilidades <i>Cláudio Coração</i>	55
Imagens arquetípicas em <i>Batman, O cavaleiro das trevas</i> <i>Sílvia Anaz</i>	71
Violência e máscara nas imagens do Estado Islâmico <i>Felipe da Silva Polydoro e Thiago Siqueira Venanzoni</i>	85
Ruínas imagéticas do real na arte contemporânea: uma perspectiva crítica <i>Andrea Limberto e Nara Lya Cabral Scabin</i>	99
Crianças em “Sombra e água fresca”: a imagem do ideal contemporâneo de infância na Vogue Kids <i>Juliana Doretto e Renata Carvalho da Costa</i>	113
“Eu sou rolezeira”: um estudo crítico de imagens e imaginários de marcas jovens <i>Fernanda Elouise Budag e Seane Alves Melo</i>	125

Quem são os <i>Superstars</i>? Trajetórias de artistas no <i>reality show</i> da TV Globo	141
<i>Natália Favrin Keri e Sofia Franco Guilberme</i>	
Olhar, experiência e mediação: por uma análise estrutural das imagens de alteridade no espaço televisivo	149
<i>José Augusto Mendes Lobato</i>	
A fotografia entre o autobiográfico e o documental: autoria e referencialidade na crítica de imagem	165
<i>Eliza Bachega Casadei e Mariana Duccini Junqueira da Silva</i>	
Imagens da pobreza como paisagem ideológica: políticas da representação em <i>O contador de histórias</i>	181
<i>Cíntia Liesenberg e Daniele Gross</i>	
Gamificação na educação: quem está no controle?	199
<i>Leandro Carabet e Mariane Murakami</i>	
Sobre os autores	209
Sobre MidiAto	215

APRESENTAÇÃO

VISIBILIDADES POSSÍVEIS PARA A CRÍTICA DE MÍDIA

Coloca-se, hoje, o desafio teórico de pensar a adoção de uma perspectiva crítica em relação às mídias, num momento em que as tradições críticas se aproximam e demonstram entrecruzamentos umas com as outras. E, por sua vez, os objetos também desafiam as teorias instaladas, em seus hibridismos e formas multifacetadas. Eles se apresentam resistentes a classificações genéricas ou definições simples. O desafio que anunciamos de início é, então, aquele de propiciar o encontro entre as tradições críticas e sua tentativa de abrigar objetos privilegiados e bem adequados. Vindo em outro sentido, temos como meta tratar de objetos que resistem a classificações. Haveria um campo intermediário e, se já podemos ousar dizer, intermediático, em que algumas aproximações teóricas acolhem determinados traços de alguns objetos.

Podemos dizer que a combinação entre tradições críticas e seus objetos privilegiados de análise criou um circuito eficiente, quando pensamos na literatura, na filosofia, na crítica de arte, no cinema. No entanto, tal movimento não parece dar conta de alguns dos objetos que escapam a esses campos delimitados, nas características mencionadas de hibridismos e de uma circulação diferenciada. Vemos, então, a necessidade de resgatar argumentos das tradições críticas historicamente fundamentadas para um trabalho que dê conta de objetos decaídos de uma ordem privilegiada do gosto e afeita às variedades. Haveria a possibilidade de reposição de uma perspectiva analítica que desse conta de uma maneira de assumir a dinâmica de um pensamento crítico?

Não podemos pensar tal perspectiva crítica desvinculada de heranças teóricas e de objetos a que se dirige. Ela não pode ser pensada como pura em si, mas nossa aposta é a de que justamente se dá de forma circunstanciada: na relação com teorias-pensamento e objetos visíveis. Mais especificamente, podemos concretizar o que pretendemos neste texto de apresentação, que é um curto exercício de pensar um entrecruzamento possível entre as tradições da crítica de arte, da crítica filosófica e da crítica de mídia. Talvez esses sejam três campos fortes, representativos e que reconhecemos como atuantes na maneira como se olham os objetos da cultura hoje e sua circulação. A possibilidade dessa combinação

em nível teórico e não apenas na tomada de objetos multifacetados aponta também, nessa esfera, para a possibilidade de tomadas variadas. Buscamos um caminho que seja suspenso na relação entre conceito e materialidade do objeto. É dessa forma, também, que só podemos entender esse exercício de forma circunstanciada. Se ficarmos presos aos conceitos deixamos de perceber a variação, se ficarmos presos aos objetos deixamos de mantê-los em relação dinâmica para produção de conhecimento.

Retomando as três tradições críticas às quais prometemos nos ater, destacamos em cada uma características que se atualizam hoje. Pela parte da crítica filosófica, herdamos um senso de indeterminação dos critérios para o exercício crítico, resumido dentro de teorias com uma complexa gama de conceitos específicos. Aprendemos, então, que cada critério está relacionado a uma perspectiva teórica, que desenha um intrincado quadro analítico. Devemos ter isso em mente em todas as empreitadas de categorização, sendo rigorosos nesse desenho formal. Destacamos, ainda, que essa perspectiva, ao mesmo tempo em que especializa as noções propostas, isola-as e evita que sejam explicações unívocas para o mundo.

Pela parte da crítica de arte, temos o descenso do objeto da arte em favor de sua conexão com a circulação mercadológica, cultural e midiática. A cisão que a crítica de arte nos revela é aquela entre a baixa e a alta cultura. Mais do que oferecer conceitos precisos num quadro complexo, temos aqui um processo de marcação e julgamento sobre objetos. O que é específico, detalhado e pormenorizado, nesse caso, é a relação objetual. O julgamento do valor dos objetos é colocado em questão para que eles entrem no âmbito da circulação artística.

Pela parte da crítica de mídia, temos a expansão e a pulverização do trabalho do exercício crítico como opinião. Essa é uma fronteira para a qual devemos atentar. A crítica está longe da dinâmica das ideias, não responde exatamente à valorização do objeto como culturalmente superior. A crítica de mídia acaba por ter de repousar no que se comunica sobre os objetos de circulação popular. Se há privilégio neles, este se refere ao valor agregado pela circulação massiva. Gostaríamos de destacar a relação que está aí implícita e que caracteriza e diferencia a crítica de mídia: a valorização da relação do público com o objeto avaliado através das marcas de apropriação e ressignificação.

Não pretendemos dizer que a crítica de mídia se faz através do exercício da opinião, mas que ela está marcada por esse âmbito de tudo poder dizer no julgamento coletivo. Assim, entre a fundamentação de conceitos interessantes para a análise e a recuperação de características materiais dos objetos da cultura, temos o atravessamento dos traços de sua circulação popular. Não estabelecemos um julgamento na ordem do gosto, mas gostaríamos de nos inserir neste campo, que é o das variações teóricas e dos *shows* de variedades.

Por variedades entendemos o efeito da crítica sobre a tomada dos objetos críticos. Temos sua pulverização, seu multifacetamento. Há vários termos conceituais que apontam para isso: objeto interdisciplinar, impuro, desviado. Estamos no circuito de possibilidades variadas. Por variações, pretendemos pensar o equilíbrio entre o peso dado pelo pensamento crítico às mudanças com relação à tomada do objeto e/ou a instância paradigmática de sua tomada. Gostaríamos de nos situar nesse entremeio. Pensemos como a mobilidade assenta a distância entre modos de olhar e modos de dar a ver. Esse é um circuito sempre em descompasso entre duas esferas, partes de um mesmo processo.

Assim, a visada crítica estaria ligada à determinação do objeto que se critica. Podemos relacionar tal tomada crítica também como parte de uma dinâmica de dar visibilidade para o próprio movimento crítico, o encobrimento de alguns elementos para a insurgência de outros. Como num ambiente relacional, num balanceamento pendular, uma crítica conforma seu objeto. O pluralismo força um anúncio da perspectiva. Diante de uma miríade de possibilidades, há a necessidade de se anunciar os discursos a que se adere para exercer a crítica. A crítica é, de alguma forma, nesse sentido mais geral, uma posição localizada. Ela responde também a uma articulação de cânones que remontam a posicionamentos mais gerais: históricos, sociais, imaginários. E ao colocá-los em crise atende a um espaço vazio lógico que movimenta dinâmicas culturais. Assim, ela pode ser definida, ainda, como um espaço de estranhamento em que a cultura deseja se manifestar.

Depositando um foco maior no objeto imagético, Mayra Gomes pensa o lugar da crítica a partir de um olhar sobre a representação das imagens, observando o caso das representações sociais da obesidade. Entende que o dado a ver é precedido por um dado, e nele residiriam a criticidade e a possibilidade de enxergar as coisas do mundo e o modo como as enxergamos. Problematicando a posição do receptor, Gislene Silva e Wania Bittencourt observam o retorno crítico dos leitores de materiais noticiosos para pensar o consumo de notícias e sua relação com a estruturação de um entendimento sobre a vida cotidiana. Observando o ambiente dos espaços em que a mídia empreende uma crítica de si mesma, Ivan Paganotti e Rosana Soares, por sua vez, procuram organizar o espaço em que esse ambiente comentado surge como uma metacrítica midiática – uma crítica feita na mídia –, tomando como objeto a série televisiva *Black mirror*.

O limiar crítico desestabiliza as relações entre as categorias do ficcional e aquela da realidade. Concentrando-se num material jornalístico, Cláudio Coração pesquisa os tensionamentos críticos nos textos da seção “Opinião do *blog*”, do site Viomundo, observando o debate e a criação de uma esfera pública. Silvio Anaz trilha o mundo da ficção buscando o arquétipo do herói vigilante cruzando os campos da ciência, da tecnologia e da ética. Enquanto isso, numa zona nebulosa do real que ficcionaliza a experiência quase fantástica,

Felipe da Silva Polydoro e Thiago Venanzoni se aproximam do campo das imagens da violência naquelas veiculadas pelo Estado Islâmico, buscando a criticidade nesses objetos. Numa tentativa de comunicação da arte com a realidade, Andrea Limberto e Nara Lya Cabral Scabin observam as obras da Bienal de Artes de São Paulo buscando a criticidade das ruínas imagéticas do real nas obras de arte contemporânea.

Uma faixa social que parece ensejar o acirramento do dilema crítico é a midiaticização da infância e da juventude. Juliana Doretto e Renata Costa voltam-se ao ideal de infância analisando textos de crítica de mídia sobre o caso de um ensaio fotográfico divulgado pela revista Vogue Kids. Fernanda Budag e Seane Alves Melo também olham para a juventude, tomando outra faixa etária, observando o imaginário de marcas jovens valorizadas em depoimentos de “rolezeiras”. Natalia Favrin Keri e Sofia Guilherme, por sua vez, investigam a imagem de jovens artistas participantes do *reality show Superstar*, veiculado pela TV Globo.

Alguns posicionamentos podem ser entendidos como eminentemente críticos ou instauradores por princípio desse olhar desafiador. Podemos dizer do lugar em que colocamos o Outro, caso em que José Augusto Lobato volta-se para as imagens de alteridade como forma de posicionamento crítico olhando o *reality show O mundo segundo os brasileiros*, veiculado pela Rede Bandeirantes. Podemos dizer que também pode ser crítico o olhar sobre si mesmo, caso em que Mariana Duccini e Eliza Casadei analisam as imagens fotográficas no limite entre o autobiográfico e o documental, colocando o ponto crítico na virada do autor que fala da própria obra. Uma discrepância social também pode criar um abismo crítico, como vemos no texto de Cíntia Liesenberg e Daniele Gross voltando-se para as imagens da pobreza e suas políticas da representação no filme *O contador de histórias*. Por fim, assumimos como crítica também a distância entre aquele que detém o saber e quem o recebe. Assim, Leandro Carabet e Mariane Murakami estudam a possibilidade da utilização de *games* na educação como ponto crítico para a autoria na produção de conhecimento.

Tomamos a palavra crítica em muitos sentidos, para querer dizer da necessidade de tomada de posicionamento nos discursos em mediação. Mas, no limite, o que nos interessa é observar que o percurso crítico não para aí. Um posicionamento é o começo de uma história ou um ponto numa história a partir do qual emergem valorações. Todo ponto de vista é válido? Toda a crítica tem o mesmo valor? Como entrar no circuito da crítica? Faremos a crítica da crítica através dos cânones? Podemos dizer que nos capítulos que se seguem procuramos aproximações críticas e seus efeitos a partir de objetos desafiadores e desenquadrados, todos eles em busca de novas estabilizações e deslocamentos.

Andrea Limberto

IMAGENS MENTAIS E MATERIAIS: EM TORNO DAS REPRESENTAÇÕES

Mayra Rodrigues Gomes

Não estou certa de que possamos enxergar as coisas do mundo sem que uma dimensão que propicie esse ato esteja devidamente instalada para nós, em termos de cognição. Em outras palavras, o dado a ver é precedido de um dado. Antes de nos comprometermos, explicitamos que não se trata aqui de afinidade com um idealismo radical. Para nós, a matéria do mundo é sempre um pré-dado que consiste em concretude. Ocorre que sua existência não se segue, necessariamente, por sua apreensão.

Também não se trata aqui de um certo tipo de fenomenologia que tudo reduz ao ato de perceber, com todo o aparato sensório para tanto mobilizado. Percebemos não só porque algo do mundo nos estimula, não só porque poderíamos ser definidos, num outro registro, como seres de percepção mas também porque nossas capacidades mentais estão prontas para perceber, suscitadas pelo trabalho acumulativo do que chamamos de cultura.

Todos os sistemas de classificação, todas as imagens e todas as descrições que circulam dentro de uma sociedade, mesmo as descrições científicas, implicam um elo de prévios sistemas e imagens, uma estratificação na memória coletiva e uma reprodução na linguagem que, invariavelmente, reflete um conhecimento anterior e que quebra as amarras da informação presente (MOSCOVICI, 2003, p. 37).

Para representar o processo, pensemos em enquadramentos. É como se, mentalmente, um compartimento tivesse sido criado e estivesse pronto para captação de determinados conteúdos. Na mesma proporção, deixamos de ver, assim, que falta o compartimento que comporta a coisa a ser vista.

Essa invisibilidade não se deve a nenhuma falta de informação devida à visão de alguém, mas a uma fragmentação preestabelecida da realidade, uma classificação das pessoas e coisas que a compreendem, que faz algumas delas visíveis e outras invisíveis (MOSCOVICI, 2003, p. 31).

Faço tais considerações a propósito dos trabalhos que o MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas – vem desenvolvendo nos últimos anos. Eles versam sobre análise de mídia, enquanto suporte e produto. São estudos críticos que pretendem apreender os movimentos de geração, mutação e formação de cultura e, portanto, dos indivíduos que a vivenciam, tendo a imagem como um dos temas condutores.

E nesse conjunto de imagens em “via de nascer”, Benjamin não vê ainda senão ritmos e conflitos: ou seja, uma verdadeira dialética em obra. Assim devemos retornar ao motivo da imagem dialética e aprofundar aquilo sobre o qual a análise de Die nos havia deixado mais acima. Precisamos doravante reconhecer esse movimento dialético em toda sua dimensão “crítica”, isto é, ao mesmo tempo em sua dimensão de crise e de sintoma – como o turbilhão que agita o curso do rio –, e em sua dimensão de análise crítica, de reflexividade negativa, de intimação – como o turbilhão que revela e acusa a estrutura, o leito mesmo do rio (DIDI-HUBERMAN, 1998, p. 171).

Sob esse aspecto, penso que, para efeitos de estudo, as imagens podem ser consideradas a partir de sua materialidade: tanto a forma quanto a representação das coisas, perceptibilidade e reprodutividade das coisas. Por certo que há uma *ýlê* e uma *empeiria*. Mas elas também podem ser consideradas a partir do que se forma em nossas mentes, desde a imagem que responde a experiências do mundo até as imagens mentais que conformam tal experiência, ainda que sejam da ordem da fantasia.

De qualquer modo, uma imagem é sempre, ao mesmo tempo, material e mental. Ela é mental como compartimento que propicia a visão da imagem material, ainda que induzida por estímulos materiais, enquanto imaginação que vai encontrar sua materialidade no mundo.

As imagens são registro de algo, sem dúvida, mas como e onde registramos? Nos braços da cultura em que vivemos, com os modos, formas e formatos de que dispomos, em dado momento, pontuadas por aquilo que emerge em nosso panorama de referência. Só a linguagem faz isso: atesta uma presença, atestando a ausência do que não está ali. É importante manter o estatuto de linguagem da imagem para que se possa tomá-la, coerentemente, como elemento estrutural nas narrativas da vida. E só podemos dizer que aquilo que as imagens fazem em relação ao mundo é de caráter “mágico” se concedermos às linguagens o estatuto

de grande mágica do humano. O termo “linguagem textual” não está em oposição à imagética, porque todas as linguagens são textuais, ou seja, organizam-se numa forma adequada que veicula o conteúdo pretendido.

É preciso problematizar o estatuto das imagens como “espelho do real”. De que real, a não ser aquele já consagrado como tal? Espelhar é bom termo de exploração, porque os espelhos invertem as imagens, mostrando, assim, tudo que é da ordem da invenção no reflexo devolvido. Isso vale para a questão da tecnoimagética.

Teríamos, com a imagem, mais liberdade por estarmos livres de sequências causais? Sim, estamos livres delas, mas não deixamos de ser conduzidos aos “desenhos de mundo” que determinam o que vemos do mundo. Tanto assim que André Bazin pode falar sobre uma educação do olhar. Lembrar que, quando o *close* surgiu, ele não foi bem visto e parecia estranho a muitos. Hoje, nem nos damos conta de que vivemos em *close* constantemente. Isso sem falar da nossa última mania: as *selfies*. “Se as imagens devem ter uma realidade, nós encontramos uma para elas, seja qual for. Então, como por uma espécie de imperativo lógico, as imagens se tornam elementos da realidade, em vez de elementos do pensamento” (MOSCOVICI, 2003, p. 74).

Num caso, como no outro, as imagens emergem se encaixando no espaço adequado de uma rede de compartimentos que nos permite ver/enxergar as coisas. Nesse sentido, bem lacaniano, somos antes vistos, o tempo todo, pela rede simbólica com suas modulações imaginárias que nos permite, assim, ver coisas no mundo. “Modificando a fórmula que é a que eu dou para o desejo enquanto inconsciente – *o desejo do homem é o desejo do Outro* – direi que é de uma espécie de desejo *ao Outro* que se trata, na extremidade do qual está o *dar-a-ver*” (LACAN, 1995, p. 111, grifos do autor).

Essa assistência de que, em geral, não suspeitamos, a tutela que talvez recusemos, é muito difícil de ser mostrada. Ela é difícil porque, no caso da imagem como ordem material, os parece um dado da natureza e, no caso da imagem mental, nos parece, simplesmente, natural. De um lado e de outro sempre obtemos a resposta calcada na identidade das coisas como confirmadas *per se*: é assim porque é, é claro.

Por exemplo, as ciências, todas elas, escavam de um real sem fundo seus achados. Ora, estes se constituem, são toleráveis, no interior da concepção das coisas que lhes empresta coerência e lhes confere validade. Esse empréstimo é obliterado por um realismo absoluto: cada achado já estava lá, à espera de ser achado.

Para superar essa dificuldade, é preciso manter um pano de fundo de largas temporalidades, mesmo que estejamos tratando de um objeto/tema de nossa

contemporaneidade. Em todo caso, é preciso que tenhamos um objeto/imagem na tentativa de demonstrar o dado que habita um dado a ver.

Para tanto, escolhemos como objeto de teste o tema da obesidade e suas representações, enquanto e como tem sido apresentado nas mídias. Até essa escolha, um acaso, tem sua inspiração: a aluna de graduação Nairim Liz Bernardo Marques e sua apresentação em classe sobre matérias que ilustravam questões de linguagem no jornalismo, tais como *fait divers*, discursos circulantes, a visibilidade nas mídias etc. Entre elas, surgiram notícias sobre obesidade que haviam ocupado bom espaço nos jornais, impressos ou *online*, em virtude de cargos públicos nos quais obesos não haviam podido ingressar.

Grosso modo, o teor das matérias pode ser resumido pelo texto publicado no caderno Cotidiano 2 do jornal Folha de S.Paulo em 17 de maio de 2014, com o título “Perícia barra docente obeso em concurso”. Ele trata do fato de que professores aprovados em seleção para a rede estadual foram considerados inaptos ao cargo devido a condições físicas reveladas no exame de saúde. Ressalta que, entre os 155 candidatos reprovados no exame de saúde, 39 tinham obesidade mórbida e que o sindicato de professores questiona tal critério. Mas faço questão de recuperar aqui outra matéria, “Estado reprova mais duas professoras obesas”, de 13 de março de 2014, escrita por Cristiane Gercina e veiculada pelo jornal Agora. Ela faz referências precisas, indicando dados das pessoas envolvidas e dos órgãos fiscalizadores, tais como:

As professoras Marley dos Santos de Moraes, 37 anos, e Maria Aparecida Lorenzetti da Silva, 53, de Itapevi (Grande SP), foram reprovadas na perícia médica do Estado por serem obesas. Aprovadas no último concurso da Secretaria de Estado da Educação, cada uma delas pesa mais de cem quilos. Marley tem 109 kg e 1,59m. Já Loren, como é conhecida Maria Aparecida, pesa 115 kg e tem 1,65m de altura. Esse é o terceiro caso, neste ano, de professor reprovado para dar aulas no Estado por ser obeso.

A professora Bruna Giorjani de Arruda, 28 anos, de São José do Rio Preto (438 km da capital), também teve sua contratação negada. Ela pesa 110 kg e mede 1,65m (GERCINA, 2014).

Além disso, anuncia a possibilidade de recurso comprovada por nota do Departamento de Perícias Médicas do Estado de São Paulo (DPME).

O órgão afirmou ainda que a obesidade, por si só, não impede a contratação dos professores na rede estadual de ensino. No entanto, o DPME ressalta que, no caso da obesidade mórbida, “faz-se necessária uma avaliação mais detalhada, dadas as doenças oportunistas” (GERCINA, 2014).

Fomos um pouco avante no rastreamento de notícias sobre a obesidade como impedimento para o exercício de funções e encontramos, entre outras, a matéria “Ficha Lipo: candidatos obesos, concursos públicos e o peso da (in)justiça”, de Vitor Guglinski, publicada em setembro de 2013 no *site* JusBrasil. Ela já apontava a restrição e a análise do ponto de vista jurídico.

Transcrevemos, a seguir, parte do texto que explica a ocorrência e as normas do funcionalismo, e se posiciona pela consideração de que há injustiça na exclusão de obesos, dependendo da função a ser exercida.

Notícia do dia 01/09 do corrente ano dá conta de que Tsuwa Watanabe, de 39 anos, candidata ao cargo de Agente de Organização Escolar, foi considerada inapta pela comissão do respectivo concurso público para o exercício da função, pelo fato de, segundo o Departamento de Perícias Médicas do Estado de São Paulo, ser portadora de obesidade mórbida (leia mais em: <http://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/noticia/2013/09/mulher-tem-validacao-de-concurso-negada-apos-ser-considerada-obesa.html>).

Não é a primeira vez que o poder público do estado de São Paulo adota tal conduta. No dia 02/02/2011, o Brasil acompanhou, com perplexidade, o caso envolvendo a eliminação de candidatos a professores da rede pública do Estado de São Paulo, ocorrida durante a realização dos exames de saúde, e motivada pela obesidade que os acomete. Em síntese, referidos candidatos denunciaram que, no momento da avaliação de saúde, foram vetados pelo setor de perícias médicas responsável pelos exames, ao argumento de que a obesidade é oficialmente uma doença, e por isso os portadores desse mal não estariam aptos a integrar o funcionalismo público, em que pese terem demonstrado estar clinicamente saudáveis, através dos resultados de outros exames.

A questão acende, então, fértil discussão acerca da constitucionalidade da eliminação de candidatos a esse tipo de função, por motivo de obesidade.

Analisando as implicações jurídicas envolvendo o tema, é possível extrair alguns fundamentos jurídicos que permitem concluir que esse ato por parte do Poder Público encontra-se totalmente divorciado das diretrizes traçadas pelo Estado Democrático de Direito. (...)

Como parâmetro a ser utilizado para afiançar os argumentos aqui expendidos, a Lei nº. 8112/90 disciplina o Regime Jurídico dos Servidores Públicos Civis da União, das autarquias e das fundações públicas federais, sendo que os requisitos

básicos para a investidura em cargo público estão dispostos no art. 5º, e incisos, do diploma legal supra citado, a saber:

“Art. 5º São requisitos básicos para investidura em cargo público:

I – a nacionalidade brasileira;

II – o gozo dos direitos políticos;

III – a quitação com as obrigações militares e eleitorais;

IV – o nível de escolaridade exigido para o exercício do cargo;

V – a idade mínima de dezoito anos;

VI – aptidão física e mental.” (...)

A obesidade, em suas diversas causas, consoante a Classificação Internacional de Doenças (CID), de fato é considerada uma doença. Entretanto, se esse mal for considerado um óbice à ocupação do cargo de Agente de Organização Escolar, também deverão ser inadmitidos no serviço público tantos quantos forem os portadores de outras doenças, tais como os portadores de doenças visuais (miopia, astigmatismo, hipermetropia etc.), os diabéticos, enfim, os portadores de diversos outros males que também são internacionalmente classificados como doenças. Nesse sentido, inclusive, deverão ser inadmitidos no serviço público os portadores de necessidades especiais, que hoje, aliás, são cotistas em concursos públicos, por expressa determinação constitucional constante do art. 37, VIII da CF/88 (GUGLINSKI, 2013).

Diante dessas matérias, assim como diante da menção feita pela aluna em classe, me acometem questionamentos semelhantes. Todos evocam, ou melhor, se colocam com base nos escritos de Michel Foucault e de Gore Vidal. Essas reminiscências se alçam a partir de perguntas concretas. Em primeiro lugar, por que, dentre 155 casos de inaptidão, ressaltar, como a primeira matéria jornalística o fez, aqueles 39 que dizem respeito à obesidade? Será porque há controvérsias? E, nesse caso, como elas se configuram?

É certo que tanto as ações restritivas quanto as matérias jornalísticas correspondentes só podem ensaiar acontecer porque há uma categoria, a da obesidade, atravessada por interdições. Mas é, sobretudo, a existência de uma categoria, um compartimento, que é reforçada por sua saliente expressão na primeira matéria. Ao lado disso, está o fato de que a categoria, com seus significados adjuntos (a obesidade mórbida e a inaptidão), gera polêmicas. Como é explicado muito bem no artigo de Vitor Guglinski, há disputas sobre o assunto, pois ele revela um embate com nosso ideário de direitos humanos. Tal ideário procura expurgar

toda forma de exclusão, preconizando o distanciamento dos preconceitos e incentivando as ações pró-integração social.

Tanto a segunda quanto a terceira matéria por nós selecionadas mostram que essa categoria e esses confrontos não são de agora e têm pautado nosso horizonte desde algum tempo, modificando modos de ver e ser. Assim sendo, é quase impossível passar por cima de algumas das observações de Michel Foucault. A primeira delas é justamente sobre a eleição de um novo compartimento, enquadramento ou categoria, ainda que tal categoria seja vista como nova somente sob o ponto de vista de uma modulação, pois não é de agora que o compartimento “obesidade” se coloca.

A afirmação de Foucault, “O sodomita era um reincidente, agora o homossexual é uma espécie” (FOUCAULT, 1997, p. 44), pede uma réplica. No contexto do que examinamos, é como se ela estivesse à espera de nossa afirmação: a obesidade era uma condição, era modo de vida; agora ela é uma doença.

Há, certamente, uma nova imagem do obeso que se distancia de tradicionais associações: comilão, bem-humorado e de bem com a vida. Onde foram parar nossas formações imaginárias? Onde foi parar o gordo brincalhão, maroto, degustador de todas as iguarias, com sorriso contagiante? Aliás, o que será, daqui para frente, de Papai Noel? Para além da gordura excessiva, agora as imagens do gordo portam o manto da enfermidade, assimilando-o ao quadro vasto dos estados doentes.

É preciso perguntar, então, quando o rótulo “enfermidade” foi imposto à obesidade. Não é preciso ir muito longe, pois a Classificação Internacional de Doenças (CID) tem seu próprio *site*:

A CID 10, Classificação Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde, é uma publicação oficial da Organização Mundial de Saúde (OMS) com o objetivo de padronizar a codificação de doenças. A CID 10 utiliza esquema de código alfanumérico que consiste em uma letra seguida de três números a nível de quatro caracteres (BANCO DE SAÚDE, *online*).

Ela segue a International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems (ICD), publicação que orienta, internacionalmente, a classificação de doenças. Tal classificação é atualizada periodicamente. A 10ª Revisão da CID, em 1989, marca o início dos processos de reavaliação e atualização. A partir de então foram criados grupos de especialistas e mecanismos precisos para atualizações adequadas. Sua última versão é de 2007, disponível no site da OMS, e sua próxima revisão está prometida para 2017.

A Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados com a Saúde, frequentemente designada pela sigla CID ou ICD (do inglês *International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems*) fornece códigos relativos à classificação de doenças e de uma grande variedade de sinais, sintomas, aspectos anormais, queixas, circunstâncias sociais e causas externas para ferimentos ou doenças. A cada estado de saúde é atribuída uma categoria única à qual corresponde um código, que contém até 6 caracteres. Tais categorias podem incluir um conjunto de doenças semelhantes.

A CID é revista periodicamente e encontra-se, à data (Novembro de 2006), na sua décima edição. A CID-10, como é conhecida, foi desenvolvida em 1992 para registrar as estatísticas de mortalidade. Atualizações anuais (menores) e tri-anuais (maiores) são publicadas pela OMS. (CID10, *online*).

No caso da obesidade, a CID apresenta os seguintes códigos e categorias:

- E660 Obesidade devida a excesso de calorias;
- E661 Obesidade induzida por drogas;
- E662 Obesidade extrema com hipoventilação alveolar;
- E668 Outra obesidade;
- E669 Obesidade não especificada.

A obesidade é definida pela CID como doença crônica multifatorial, caracterizada pelo aumento da reserva de gordura ao ponto de gerar problemas colaterais. Ela mina a saúde, fato que contribui para sua presença expressiva no quadro das causas nas avaliações das taxas de mortalidade.

A obesidade é pensada como efeito de alimentação inadequada, do sedentarismo e de condições hormonais. Como sua ocorrência tem tido substancial aumento, passou a ser considerada, pautada por novas interpretações, como um problema de saúde pública. Nos casos mencionados pelas matérias jornalísticas, a obesidade considerada mórbida é vetor para que se declare inaptidão para o exercício das funções relacionadas aos cargos concursados.

Nomeia-se um caso como obesidade mórbida quando o peso de uma pessoa ultrapassou o valor 40 dentro do índice de massa corporal, segundo definição do National Institute of Health (NIH¹). Isso representa 20%, ou mais, acima do peso adequado para a

1 <http://www.nih.gov/>.

pessoa, por isso implicando riscos para a saúde². A obesidade mórbida, grave ou de grau III, foi apontada como doença pela Organização Mundial de Saúde em 1984.

A causa da obesidade é desconhecida. Estudos recentes mostraram um forte componente genético entre 25 e 50% dos obesos. Outros estudos confirmam a influência genética das proteínas produzidas pelas células de gordura no controle da saciedade. Estes dados confirmam que a obesidade mórbida é uma doença e não um distúrbio determinado pela falta de força de vontade, como às vezes implícita. A obesidade grave é uma doença complexa determinada por vários fatores, ou seja, é uma doença multifatorial. Entre as causas que contribuem para a obesidade grave incluem a herança genética, os fatores ambientais, culturais, socioeconômicas e, em uma grande parcela, os fatores psicológicos. (...)

Segundo a Organização Mundial de Saúde, a obesidade grave ou obesidade grau III é a principal causa de morte evitável do mundo. Há alguns anos superou o tabagismo. É uma importante e grave causa de redução da expectativa de vida na população mundial. Até a data de hoje, a doença obesidade não tem cura. Porém, existem ferramentas poderosas para o controle e a estabilização da doença. A ferramenta atualmente mais segura e efetiva para o tratamento da obesidade grau III é a cirurgia contra a obesidade (cirurgia bariátrica) (ICAD, *online*).

A esse novo enquadramento, àquilo que passamos a ver no mundo – a obesidade com certo contorno –, correspondem estratégias, modos de ser, que implicam supervisão (a medicina com substancial presença), contenção, políticas públicas idealizadas e normas correspondentemente lavradas. De novo, nos lembramos de Foucault a propósito de poder e supervisão:

(...) o surgimento progressivo da grande medicina do século XIX não pode ser dissociado da organização, na mesma época, de uma política da saúde e de uma consideração das doenças como problema político e econômico, que se coloca às coletividades e que elas devem tentar resolver ao nível de suas decisões de conjunto (FOUCAULT, 2001, p. 194).

Não é à toa que o novo enquadramento, a saber, o da obesidade como doença, é, desde sua colocação, desenhado em termos de um problema de saúde pública. Não é por nada que a cirurgia bariátrica passa a ser recomendada como solução do problema, de outra forma não solucionável. Não é por acaso que Vitor Guglinski nos apresenta as normas para admissão no funcionalismo público, a dimensão em que a obesidade mórbida implica inaptidão, os recursos cabíveis e os casos de exceção.

2 <http://www.who.int/classifications/icd/updates/en/>.

Mas podemos nos perguntar por que só agora a questão da obesidade impeditiva alcança notoriedade nas mídias, já que ela foi declarada com doença desde a década de 90. Resta-nos notar que, só agora, as medidas de contenção e exclusão estão sendo postas em vigor. Só agora, a partir do momento em que associações de saúde batem o martelo sobre a questão.

Notícia publicada em 20 de junho de 2013, pelo *site* ISaúde, nos revela esse ponto de virada a partir do qual se pede intervenção.

Associação Médica Americana reconhece a obesidade como doença

Declarar a obesidade como uma doença vai ajudar a mudar a forma como a comunidade médica aborda esta questão complexa.

A obesidade foi reconhecida oficialmente como uma doença pela Associação Médica Americana (AMA), ação que poderia colocar mais ênfase na condição de saúde por médicos e companhias de seguros, a fim de minimizar seus efeitos. A nova decisão foi tomada na reunião anual da AMA na terça-feira pelos delegados em Chicago.

“Reconhecer a obesidade como uma doença vai ajudar a mudar a forma como a comunidade médica aborda esta questão complexa, que afeta aproximadamente um em cada três norte-americanos”, afirma Patrice Harris, membro do conselho da associação.

A mudança irá auxiliar na luta contra as doenças relacionadas à obesidade, como diabetes tipo 2 e doenças cardíacas, e pode melhorar o financiamento de medicamentos contra a obesidade, cirurgia e aconselhamento.

Se a obesidade deve ser rotulada como doença tem sido historicamente debatido. Em 2008, a Obesity Society anunciou oficialmente o seu apoio para classificar a obesidade como uma doença.

A votação atual da Câmara dos Delegados da AMA rebateu as conclusões do Conselho de Ciência e Saúde Pública, que tinha examinado o assunto ao longo do último ano.

O conselho declarou que a obesidade não deve ser classificada como uma doença, porque a medida que é usada para categorizar obesidade (índice de massa corporal, IMC) é falha. Estudos separados sugerem que o IMC não mede o conteúdo de tecido gordo ou magro geral.

Muitas pessoas que têm um IMC mais elevado do que o nível que é considerado obeso são saudáveis, enquanto os outros abaixo do índice podem ter problemas metabólicos e perigosos níveis de gordura corporal.

“Dadas as limitações existentes de IMC para diagnosticar a obesidade na prática clínica, é claro que reconhecer a obesidade como uma doença, ao contrário de uma ‘condição’ ou ‘desordem’, resultará em melhores resultados de saúde”, afirma o conselho.

Uma razão para a AMA decidir em favor da obesidade como uma doença é que isso vai diminuir o estigma da obesidade, que vem do pensamento generalizado de que é apenas o resultado da ingestão excessiva e da falta de exercício. Os médicos dizem que algumas pessoas não tem o controle completo de seu peso.

Além disso, o conselho reconhece que a obesidade se encaixa em alguns critérios médicos de uma doença, como a invalidez da função do corpo.

Aqueles que não concordam com a mudança de classificação afirmam que classificar a obesidade como uma doença iria categorizar um terço dos norte-americanos como estando doentes, e que isso pode levar a mais uso de medicamentos e cirurgias, que são caras, em vez de mudanças de estilo de vida.

A resolução foi apoiada pelo Colégio Americano de Cardiologia e a Associação Americana de Endocrinologistas Clínicos.

“A sugestão de que a obesidade não seja uma doença, mas sim, uma consequência de um estilo de vida escolhido, exemplificado pelo excesso de alimentação e/ou inatividade, é equivalente a sugerir que o câncer de pulmão não é uma doença, porque foi provocada pela escolha individual de fumar cigarros”, afirma a resolução” (ISAÚDE, 2013, *online*).



Imagem 1. Fonte: SXC/Foto Stock.

Com certo espanto, vemos o retorno dos processos de exclusão em nome do interesse público. Com um tanto de surpresa, vemos delinear-se processos persecutórios, em nome de uma nova imagem, mental, do obeso. Ela encontrará sua materialidade nesse menino fotografado em posição de passividade. Atônitos, lemos as elegias tecidas em torno da medida tomada pela AMA, mas vemos, também, a mudança, favorável aos obesos, que ocorrerá em termos de saúde pública, de planos de saúde, de facilitação em várias circunstâncias da vida.

A notícia “Associação Brasileira de Nutrologia comemora decisão da Associação Americana de Medicina (AMA)”, de 26 de junho de 2013, nos indica essa direção.

A classificação oficial da obesidade como doença feita pela Associação Americana de Medicina (AMA) na semana passada foi comemorada pela Associação Brasileira de Nutrologia (ABRAN). A entidade acredita que trata-se de um grande passo para a evolução dos tratamentos da agora doença, considerada um “problema de saúde pública”.

Segundo o Ministério da Saúde, o excesso de peso e a obesidade têm aumentado no Brasil. Nos últimos 20 anos, o índice de crianças obesas aumentou 300%. Em 2006, 47,2% dos homens e 38,5% das mulheres estavam acima do peso, enquanto em 2011 as proporções passaram para 52,6% e 44,7%, respectivamente.

Assim como a AMA, os médicos da ABRAN consideram que a obesidade é uma doença a ser diagnosticada no País. A classificação ajuda, segundo os profissionais da entidade, a eliminar a ideia de que o excesso de peso reflexo (sic) somente de maus hábitos alimentares e falta de exercícios. Essas ações podem não ser suficientes para que alguém deixe de ser obeso e é preciso recorrer ao auxílio de medicamentos (ABRAN, *online*).

Ainda no registro do benefício aos obesos, encontra-se no horizonte a cirurgia bariátrica, agora sem ônus. Não obstante, isso também pode ser visto como registro do dispositivo disciplinar em sua máxima eficácia, porque internalizado como procedimento natural, ou registro do novo modo de ser que acompanha o novo modo de ver a obesidade.

Aumenta número de cirurgias bariátricas realizadas pelo SUS

(...) A assistência aos portadores de obesidade grave é integral – inclui exames (...), serviços de assistência de Alta Complexidade ao Indivíduo de Obesidade), os gestores locais ficaram responsáveis (...) por organizar e implantar em sua região a Linha de Cuidado do Sobrepeso e Obesidade (JUSBRASIL, 2014, *online*).

O conjunto das matérias que selecionamos para exploração neste artigo dá conta, implicitamente, de Foucault. Dá conta do enquadramento, da supervisão e do controle, do poder que se revela no exame e descrição minuciosa de casos, das regulações, das normas, das políticas públicas e por sua vez, também, das formas de controle. Dá conta de um mercado de bens, materiais e simbólicos, que se entranham no enquadramento, das imagens e visões das coisas aí empenhadas.

E onde entra Gore Vidal, invocado ao lado de Foucault? Gore Vidal, escritor já famoso, escreveu, em 1981, *Creation*. A obra extensa trata do mundo pré-cristão, das ocorrências em torno do século V a.C. Através de seu personagem principal, Ciro, neto do profeta Zoroastro, que transita por vários países orientais como embaixador da Pérsia, *Criação* pergunta pela origem do mundo, pela natureza do bem e do mal e clama pelo sentido da vida.

Em suas peregrinações, seja em busca da fama ou em busca da fortuna, Ciro sempre ocupa posição de destaque na alta escala social dos lugares a que chega. Sempre interagindo com o estranho, sempre o apontando enquanto diferente, dá mostras de incrível flexibilidade, adaptando-se ao bizarro de cada cultura. Estacionado junto a comunidades da Índia, ele toma contato com uma ideia de obesidade que o afronta e de cuja existência não suspeitava. Nesses territórios, a obesidade era sinônima de abundância, da fartura em que vivem os ricos, vale dizer, para esses tempos, em que vivem os nobres.

Por extensão, a obesidade se torna, nesse enquadramento, imagem que representa, ou em que se representam as mais altas qualidades de espírito: da inteligência, da cultura, do refinamento até chegar à dignidade e justeza. Em muito pouco tempo, Ciro se torna, até para si mesmo, ridiculamente obeso: gordo de estalar é gordo feliz. E só volta a emagrecer quando retorna à Pérsia.

Para Ciro, quando comenta o estatuto da obesidade, ficam muito patentes os enquadramentos diferentes de cultura a cultura. Na realidade, todos os seus comentários, a respeito de cada território que visita, colocam diferentes enquadramentos para uma mesma coisa do mundo. Ciro mostra, o tempo inteiro, ao longo do relato de sua errância, as imagens a serem vistas no mundo, com seus valores agregados, conforme o dado as colocou para serem vistas. *Criação* trata da criação de imagens mentais que indicam o que deve ser visto nas coisas do mundo, por se encarnarem em suas materialidades. Afinal, isso não é o mesmo que indicar, a rigor, o que se dá a ver?

Penso que, desse modo enviesado, podemos demonstrar um ver que é, no sentido de poder ver e no sentido de qualificação do visível, criação das imagens, literalmente, daquelas que podem ser vistas.

Referências

- BANCO DE SAÚDE. CID 10 Classificação Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde. Disponível em: <http://cid10.bancodesaude.com.br/cid-10/capitulos>. Acesso em: 23 Jan. 2016.
- CID. Busca do CID 10. Disponível em: <http://www.cid10.com.br/>. Acesso em: 23 Jan. 2016.
- DIDI-HUBERMAN, G. *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- FOLHA DE S.PAULO. “Perícia barra docente obeso em concurso”. *Folha de S.Paulo* (Cotidiano 2, página 4). São Paulo, 17 de maio de 2014.
- FOUCAULT, M. *História da sexualidade*. Vol. I. A vontade de saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1997.
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2001.
- GERCINA, C. “Estado reprova mais duas professoras obesas”. *Agora*. Disponível em: <http://www.agora.uol.com.br/trabalho/2014/03/1424670-estado-reprova-mais-duas-professoras-obesas.shtml>. Acesso em: 23 Jan. 2016.
- GUGLINSKI, V. “Ficha Lipo: candidatos obesos, concursos públicos e o peso da (in) justiça”. *JusBrasil*, 2 Set. 2013. Disponível em: <http://atualidadesdodireito.com.br/vitorguglinski/2013/09/02/ficha-lipo-candidatos-obesos-concursos-publicos-e-o-peso-da-injustica>. Acesso em: 23 Jan. 2016.
- ICAD. Instituto de Cirurgia do Aparelho Digestivo e Obesidade. Disponível em: <http://www.icadgoiania.com.br/aparelho-digestivo-goiania/54-o-que-%C3%A9-obesidade-m%C3%B3rbida-ou-obesidade-grave>. Acesso em: 23 Jan. 2016.
- LACAN, J. *Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise*. Livro 11. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.
- MOSCOVICI, S. *Representações sociais. Investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- VIDAL, G. *Criação*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

A IMAGEM DO JORNALISMO NAS INTERAÇÕES CRÍTICAS DOS LEITORES

Gislene Silva

Wania Célia Bittencourt

Ao mesmo tempo que a experiência de recepção e circulação de materiais noticiosos nos ajuda a pensar o consumo de notícias e sua relação com o entendimento da vida cotidiana, ela também nos permite observar as imagens sociais que se tem do próprio jornalismo. Pois, uma vez que jornalistas compartilham com a sociedade enquadramentos e compreensões de mundo em seu exercício de noticiar, a sociedade também organiza seu entendimento sobre a própria prática jornalística ao receber notícias. Em situações específicas de interações críticas dos receptores, o jornalismo é tensionado pela imagem social que se tem da imprensa e de seus profissionais. Isso reafirma ou coloca em crise fundamentos da divulgação de notícias.

Conjugamos reflexões teóricas com o estudo empírico do acontecimento jornalístico “polêmica do livro didático”, ocorrido na imprensa brasileira em maio de 2011. Esse acontecimento se refere a notícias publicadas em diferentes veículos que denunciaram o uso de um livro de língua portuguesa¹ por supostamente “ensinar errado” o português nas escolas públicas brasileiras. Delimitamos como empírico, inicialmente, o dossiê *Por uma vida melhor – intelectuais, pesquisadores e educadores falam sobre o livro*, organizado pela ONG Ação Educativa², que questionou a qualidade das notícias publicadas sobre o assunto.

1 O capítulo do livro didático criticado pode ser acessado em: www.acaoeducativa.org.br/downloads/V6Cap1.pdf.

2 Sediada em São Paulo, a ONG Ação Educativa foi fundada em 1994, desenvolvendo atividades de formação e apoio a educadores, jovens e agentes culturais em níveis local, nacional e internacional. Com relação ao livro didático, atua assessorando secretarias de Educação no que se refere à Educação de Jovens e de Adultos. Mais informações podem ser obtidas em <http://www.acaoeducativa.org.br/>.

Interessa-nos discutir a crítica de mídia em diferentes instâncias³, mas, nesse momento, ativemo-nos a uma modalidade particular: justamente esta em que receptores, em interações críticas específicas, revelam imagens sociais que têm da imprensa e dos jornalistas, reafirmando ou questionando o processo jornalístico. Pressupomos que a ação do público de analisar e criticar as publicações noticiosas seja baseada nessa imagem social, nesse entendimento coletivo a respeito do que é a atividade jornalística.

A esse tipo de crítica produzida pela sociedade sobre a mídia, J. Braga (2006) dá o nome de interações críticas. De acordo com o autor, dentro do processo comunicacional, além do sistema de produção, que cria conteúdos como as notícias, e do sistema de recepção, formado por leitores, espectadores e ouvintes dispostos a receber e consumir tais conteúdos, haveria o sistema de resposta social – ou, ainda, sistema de interação sobre a mídia. Este, ao lado da produção e da recepção, completaria o ciclo comunicacional, correspondendo a “atividades de resposta produtiva e direcionadora da sociedade em interação com os produtos midiáticos” (BRAGA, 2006, p. 22).

Seriam produtivas porque a sociedade, ao se relacionar com os produtos que assiste, lê e ouve, produziria novos significados sobre os conteúdos, muitas vezes, publicando suas opiniões, divergências e colocações na própria mídia. Seriam direcionadoras porque abrem caminho, de certa forma, para a circulação dos conteúdos produzidos pela mídia, gerando novos sentidos entre os próprios produtores e outros receptores, possibilitando diferentes leituras sobre um mesmo processo ou produto midiático. Inúmeras formas de interação existiriam dentro desse terceiro sistema, entre elas, a interação crítica sobre a mídia. Tal interação está voltada para a interpretação e/ou julgamento dos produtos midiáticos, incluindo as notícias. O jornalismo seria, então, constantemente observado pela sociedade, alvo de comentários tanto por parte de seus receptores diretos quanto por profissionais do ramo e, é claro, pelos pesquisadores do meio acadêmico.

Se a crítica faz parte do próprio processo comunicacional, era de esperar que os primeiros questionamentos sobre as práticas jornalísticas tivessem ocorrido ao mesmo tempo que o nascimento dos primeiros jornais. Naquela época, entre os séculos XVII e XIX, o público leitor já fazia a avaliação, ainda que informal, dos jornais (TRAQUINA, 2005, p. 45-46). Portanto, desde os primórdios do nascimento da imprensa, há um processo de construção da imagem social que se tem do jornalismo e dos jornalistas. Conforme Braga, “a sociedade, suas instituições e pessoas não apenas se *comunicam*, mas pensam sobre isso e organizam largas partes do seu comportamento e seus processos sociais conforme o entendimento que

3 Primeiras discussões sobre a crítica de mídia podem ser encontradas no artigo *Para pensar a crítica de mídias*, de Gislene Silva e Rosana de Lima Soares, e também na dissertação *Critérios de crítica de mídia noticiosa: uma investigação a partir da polêmica do livro didático*, de Wania Célia Bittencourt, sob orientação de Gislene Silva..

têm a respeito” (BRAGA, 2012, p. 27). De maneira simples, significa dizer que as pessoas trocam opiniões sobre os produtos midiáticos, incluindo as notícias, atribuindo-lhes sentido social, gerando interpretação. Essa interação do público com as mídias tem sido, cada vez mais, objeto de estudo de pesquisas ligadas a novas tecnologias. Mar de Fontcuberta, ao se interessar pelo problema, enfatiza que o público “recebe e processa os conteúdos dos meios de acordo com sua trajetória pessoal, o contexto em que recebe, e suas necessidades como usuário, de forma que produz uma interação com a mensagem, que leva muitas vezes a modificar os propósitos do emissor” (FONTCUBERTA, 2006, p. 21, tradução nossa)⁴.

Paralelamente ao jornalismo, outras áreas do campo da comunicação também pesquisam as interpretações do público em relação aos produtos. J. Martín-Barbero, ao propor estudar a interação como uma forma de recepção – ainda que conceitualmente de maneira diferente de Braga (2006; 2012) –, busca entender o sentido que os conteúdos midiáticos adquiriam no processo de troca social.

Quem levou anos investigando a telenovela sabe que o sentido dela tem muito mais a ver com a circulação da significação do que com a significação do texto. É contando a novela uns aos outros que se constrói o seu sentido (...). É nessa circulação de discursos que se constrói o sentido que finalmente vai ter a novela para um grupo social determinado (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 58).

Assim como Martín-Barbero observa que a compreensão da telenovela se dá em interação social, podemos também admitir que o significado das notícias depende da circulação de discursos sobre elas. Ou, nas palavras de Braga, “o produto não é apenas uma coisa que circula, é um resultado (variável) das interações” (BRAGA, 2012, p. 33). Mas todas essas interações não são, é claro, necessariamente críticas.

A interação crítica com a mídia, de acordo com Braga (2006), é a face mais visível do sistema de interação sobre a mídia. É por meio do processo crítico que a sociedade deixa mais evidente que não apenas consome os produtos, mas reflete sobre eles e, inclusive, compartilha pontos de vista. Assim, podendo gerar dúvidas e esclarecimentos para os produtores e outros receptores. Porém, o sistema é difuso, e as falas críticas sobre a mídia, quando leitores/telespectadores/ouvintes questionam, são encontradas de maneira dispersa na sociedade. Fontcuberta afirma que o leitor cada vez mais pergunta, interpreta, interpela, por fim, critica.

4 Do original: “recibe y procesa el contenido de los medios de acuerdo a su trayectoria personal, el contexto en que los recibe, y sus necesidades como usuario, de forma que se produce una interacción con el mensaje, que lleva muchas veces a modificar sustancialmente los propósitos del emisor”.

[Este leitor] abomina a trivialidade como se publicam fatos não triviais; se dá conta de que há fatos que nunca se convertem em notícias e notícias que nunca merecerão sê-las; se enoja ao constatar isso; não se contenta com uma única versão dos fatos; critica os diários, mas não pode viver sem eles; se pergunta por que não estão melhores, por que às vezes estão mal escritos; se indigna quando aparecem casos flagrantes de incompetência ou, pior, de desonestidade profissional entre os jornalistas; mas também é capaz de apreciar uma boa reportagem, um bom título, uma boa cobertura noticiosa, a qualidade de uma investigação e de suas fontes, e o rigor com que se constrói uma denúncia de jornal (FONTCUBERTA, 2006, p. 17, tradução nossa)⁵.

Dentro dessa perspectiva, entendemos que é pertinente estudar os dispositivos de interação crítica com a mídia e, conseqüentemente, a própria imagem do jornalismo a partir dos discursos críticos sobre determinado acontecimento jornalístico. Por tais falas, provavelmente baseadas nas expectativas que a sociedade tem para com o jornalismo, podemos perceber como a sociedade vê as práticas jornalísticas e como avalia e critica seus processos e produtos jornalísticos. Supomos, assim, que o caso midiático que ficou conhecido como “a polêmica do livro didático” seja objeto fértil para as discussões aqui propostas.

A polêmica do livro didático

A “polêmica do livro didático” foi um acontecimento noticioso ocorrido na imprensa brasileira em maio de 2011, com desdobramentos midiáticos e sociais nos meses de junho e julho do mesmo ano. O caso se refere a notícias publicadas em diferentes veículos jornalísticos brasileiros que denunciaram o uso de um livro de língua portuguesa⁶ por supostamente “ensinar errado” o português nas escolas públicas brasileiras. A acusação recaía sobre a publicação *Por uma vida melhor*, da Coleção Viver e Aprender, da Editora Global, e seus responsáveis, como o Ministério da Educação, que distribuiu o livro, e a autora Heloísa Ramos⁷.

5 Do original: “abomina de la trivialidad con que se publican hechos no triviales; se da cuenta de que hay hechos que nunca se convierten en noticias y noticias que nunca merecieron serlo; se enoja al constatarlo; no se queda con una sola versión de los hechos; critica a los diarios pero no puede vivir sin ellos; se pregunta por qué no son mejores, por qué a veces están tan mal escritos; se indigna cuando aparecen casos flagrantes de incompetencia o, peor, de deshonestidad profesional entre los periodistas; pero también es capaz de apreciar un buen reportaje, un buen título, una buena cobertura noticiosa, la calidad de una investigación y sus fuentes, y el rigor con el que se construye una denuncia periodística”.

6 O capítulo do livro didático criticado pode ser acessado em: www.acaoeducativa.org.br/downloads/V6Cap1.pdf.

7 O livro didático *Por uma vida melhor* pertence ao Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), projeto do governo federal que, por meio do Ministério da Educação, busca garantir a distribuição gratuita de livros didáticos de diferentes disciplinas a alunos de ensino fundamental e médio das escolas públicas brasileiras. A escolha do livro é feita pelos professores de universidades e pelos próprios professores das unidades escolares. Sobre o livro criticado, de acordo com o MEC, foram distribuídos exemplares para 4.236 escolas públicas, destinados à Educação de Jovens e Adultos (EJA), no ano de 2011.

As notícias e a repercussão do caso permaneceram na mídia nos meses que se seguiram à publicação das primeiras notícias. Para além das notícias divulgadas, interessa-nos, no momento, a análise que o público dos veículos em foco fez sobre a condução da imprensa nesse caso. Muito em função do tom acusatório das notícias, o acontecimento noticioso gerou uma reação da sociedade ao material jornalístico publicado em diferentes veículos. Ou, conforme termo utilizado por Braga (2012), as notícias geraram uma resposta – uma interação – por parte do público.

À medida que as notícias e as opiniões contrárias ao livro eram publicadas, pesquisadores do campo da linguística e da educação, e também profissionais de outros campos, começaram a se manifestar contra a cobertura midiática, considerada por eles deturpada. Para os críticos, houve uma confusão na diferenciação do uso dos termos “língua falada” e “língua escrita”. Houve também desconhecimento sobre um campo particular da linguística, a sociolinguística, que estuda o uso social da língua. Essa resposta produzida pelo público é o cerne de uma crítica de mídia noticiosa formulada pela própria sociedade e, ao mesmo tempo, ajuda a entender qual é a imagem que a sociedade tem sobre o jornalismo.

Conforme explica Braga (2006), a resposta da sociedade, ou as interações críticas da sociedade sobre a mídia, são apresentadas, em geral, de maneira dispersa. Ou seja, a sociedade, quando se propõe a manifestar a sua visão sobre determinado produto, o faz em diferentes veículos de comunicação, de diferentes formas. Não há, portanto, um lugar ideal onde apareçam essas interações críticas.

No caso da polêmica do livro didático, os linguistas, os educadores e os outros profissionais que emitiram sua opinião o fizeram em seus *sites* pessoais. Eles usufruíram dos recursos das redes sociais e também usaram a própria imprensa na qual as notícias foram publicadas, especialmente as seções de cartas e de artigos opinativos abertos ao público, para publicar essa resposta do público.

Pela ampla repercussão do caso, esses textos foram reunidos no dossiê *Por uma vida melhor – intelectuais, pesquisadores e educadores falam sobre o livro*, organizado pela ONG Ação Educativa, responsável pela orientação da proposta pedagógica do livro didático *Por uma vida melhor*, da Coleção Viver, Aprender, pertencente à Editora Global. O objetivo da publicação *online* do dossiê era reunir “manifestações favoráveis à publicação e aos autores e responsáveis pela publicação”, produzidas por associações educacionais, linguistas, pesquisadores, educadores, jornalistas, intelectuais e outros membros da sociedade civil, especialmente após o amplo debate sobre o assunto que circulou na grande imprensa⁸.

8 Dossiê disponível em: www.acaoeducativa.org.br/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=2620&Itemid=2.

Importa saber que a ONG não convocou esses autores para escrever especificamente sobre o assunto, mas coletou, nos mais diversos meios, as opiniões em defesa do livro. Duas versões do material podem ser encontradas: uma preliminar, datada de maio de 2011, e outra de junho de 2011, com uma gama maior de artigos sobre o tema. Foi utilizada esta última como objeto empírico neste nosso estudo.

A versão final do dossiê contém 101 páginas, com um total de 47 textos. Apesar de a maioria dos textos serem categorizados como artigos de opinião, há também a compilação de notas públicas sobre a polêmica do livro didático, produzidas por associações educacionais diversas, além de reportagens e entrevistas sobre o assunto, publicadas na própria imprensa. Do ponto de vista dos organizadores do documento, elas ajudariam a esclarecer a polêmica. Como a intenção, por agora, é identificar qual imagem a sociedade tem do jornalismo, optou-se, nesta análise, por observar as passagens da publicação que criticam, de maneira explícita, a cobertura da imprensa sobre o assunto.

Desta forma, foram identificadas falas nas quais os autores do dossiê fazem alusão à cobertura da mídia por meio das palavras-chave: (a) mídia; (b) imprensa; (c) jornalismo; (d) jornalistas; (e) colunistas; (f) críticos; (g) notícias; (h) entrevistador; (i) revistas; (j) noticiário. Na análise prévia do material coletado, observou-se que parte dele fazia apenas uma alusão ao caso na mídia, não necessariamente abordando-o de forma crítica. Fez-se, portanto, uma seleção das passagens que apresentavam uma conotação crítica sobre a imprensa. Ao todo, foram encontrados 48 fragmentos nos quais há crítica explícita.

Após a localização de fragmentos sobre a polêmica do livro didático nos textos do dossiê com referências diretas ao jornalismo e à cobertura do caso e o agrupamento dessas mesmas passagens por temas, seguido de descrição e análise, foi possível inferir algumas imagens, que nomeamos *critérios de crítica de mídia noticiosa*. Neste *corpus*, foram identificadas 6 noções-chave que motivaram a crítica, tomadas aqui como critérios: (1) opinião x informação; (2) ausência de fontes; (3) desinformação; (4) ausência de contexto; (5) interpretação da realidade; e (6) omissão de informações.

A identificação desses 6 critérios nas falas críticas publicadas no dossiê sobre a polêmica do livro didático permite a confirmação daquilo que já havia sido exposto por Braga (2006): quando a sociedade se expressa sobre os produtos midiáticos, incluindo as notícias, ela faz uso de alguns critérios para avaliar esses produtos. Esses critérios, no entanto, não são necessariamente utilizados de maneira sistematizada. Como foi possível observar, eles estão dispersos nas diferentes falas. Algumas críticas utilizaram todos os critérios aqui observados para analisar as notícias, enquanto outras se ativeram apenas a um deles em suas avaliações.

Além disso, mesmo que a maioria das falas críticas integrantes do dossiê pertença a intelectuais especializados em determinada área, inclusive colunistas de jornais e revistas, estes podem ser tomados não como produtores midiáticos, mas integrantes da sociedade midiaticizada. Assim, reagem, interpretam e refletem sobre aquilo que recebem a partir das condições sociais, econômicas e culturais em que vivem. As motivações que os levaram a questionar a produção jornalística, embora já explicitadas, não são o que mais interessa à nossa discussão. Importa-nos, sim, compreender quais aspectos das notícias esses leitores, ainda que especializados, observam para identificar problemas na produção de notícias. Os critérios, portanto, expõem uma visão que a sociedade tem sobre o que é ou o que deveria ser o jornalismo.

Esses critérios não sistematizados de crítica de mídia podem ser chamados de *impressões*, impressões que as pessoas têm sobre o que é o jornalismo na sociedade atual. Ou, como afirma M. Benetti (2008, p. 23), os leitores acionam o conhecimento prévio que têm sobre aquilo que supõem ser o jornalismo e, a partir desse conhecimento, avaliam e legitimam ou não determinado produto como tal. Esse entendimento sobre o jornalismo, gerador das impressões no momento da crítica às notícias, é composto de expectativas com relação à profissão e à produção desses profissionais.

É nesse processo que se legitima a notícia, ou, em outros termos, que se consolida a credibilidade do produto jornalístico. Baseando-se nas críticas analisadas, dizemos que a sociedade presume que o jornalismo pode oferecer informações novas e verídicas, sem se deixar levar por influências pessoais ou de terceiros. Ainda, presume que a imprensa pode ser capaz de apresentar os diferentes lados da mesma história e explicar, de maneira clara, aquilo que não é do conhecimento do público. Importante salientar que boa parte dessas impressões e expectativas é compartilhada entre diferentes públicos, leitores de diferentes veículos.

Fazem parte, portanto, de uma espécie de entendimento coletivo sobre o jornalismo na sociedade. Para usar um termo de S. Hall (1999), esse entendimento funcionaria como um “mapa cultural” sobre a própria atividade jornalística. Por isso, muitas vezes, os critérios aparecem repetidamente em diferentes críticas e podem, em determinados casos, recair sobre os estereótipos da própria profissão.

Essas críticas ajudam a compor um mapa cultural sobre o que é a prática do jornalismo para a sociedade. Em geral, tais críticas discutem o descumprimento de fundamentos básicos do jornalismo, como omitir informação, não ouvir outras fontes, não dar informação correta, não contextualizar, não interpretar bem o acontecimento, entre outros. Logo, podemos afirmar, pela extensão do caso analisado, que a sociedade considera que o jornalista deve se ater aos fatos, deve ouvir os vários lados da mesma história, deve observar a informação

correta, não deve ser superficial, deve esclarecer a realidade e não deve omitir informações do público. Essas imagens que circulam na sociedade trazem uma visão positiva e, ao mesmo tempo, negativa do jornalismo, compondo um imaginário social da profissão jornalística.

Críticas de leitores, parâmetros do próprio objeto criticado

Observamos, por meio da análise empírica das interações críticas referentes ao acontecimento noticioso conhecido como a “polêmica do livro didático”, que os critérios utilizados pelo público para criticar as notícias se sustentam nos próprios valores da profissão. Estes são amplamente enfatizados nos cursos de jornalismo, na literatura da área e dentro das redações. Ou seja, a imagem que a sociedade tem a respeito do jornalismo está em consonância com a própria visão que os jornalistas têm da sua profissão. Os argumentos defendidos pelos profissionais da notícia sobre a própria profissão, para o público em geral, propõem relação direta entre o texto da matéria e o acontecimento, oferecendo essa referencialidade como valor de credibilidade e, consequentemente, de expressão da verdade.

Há, portanto, um compartilhamento de imagens sobre o jornalismo entre produtores e receptores de notícias, e essas impressões estão baseadas em um conhecimento mínimo sobre a profissão. Logo, tais impressões e expectativas fazem parte não apenas do universo dos profissionais da área, mas compõem certo imaginário coletivo sobre o jornalismo. Trata-se de um imaginário social compartilhado entre todos, jornalistas e receptores, e, ainda, fontes e entrevistados. E, como diz M. Maffesoli, “não é a imagem que produz o imaginário, mas o contrário. A existência de um imaginário determina a existência de um conjunto de imagens. A imagem não é o suporte, mas o resultado” (MAFFESOLI, 2001, p. 76).

Com o objetivo e, de certa forma, necessidade de legitimar a imprensa como instituição na sociedade, os jornalistas reforçam esse imaginário junto ao público leitor. Por isso, tais impressões compartilhadas, baseadas em expectativas e opiniões, apresentam, por vezes, aspectos de ordem técnica. Elas são compostas desse compartilhamento entre a produção e a recepção, como vimos anteriormente no dossiê em relação aos critérios que observam quantidade de fontes, omissão de informações, parcialidade do jornalista, entre outros fatores. O fato de a sociedade utilizar os valores considerados pelos próprios jornalistas como fundamentais para a produção de notícias faz com que, quando um jornalista não cumpre com o que é esperado, surjam as críticas.

Paradoxalmente, essas críticas podem trazer, ao mesmo tempo, tanto uma carga benéfica para imagem da profissão quanto uma carga desfavorável. Ela pode ser considerada

benéfica porque demonstra que os ideais propagados pela profissão ainda são dignos de crédito e agem como marcos, tendo em vista que são usados para cobrar uma atitude ética dos jornalistas. Mas ela se mostra também bastante desfavorável à imagem do jornalismo, pois revela, cada vez mais, que esses fundamentos não estão sendo praticados. Isso quer dizer que os jornalistas não cumprem aquilo que, no discurso de legitimação da profissão, dizem que fazem ou prometem fazer.

Tais críticas, por estarem inseridas dentro da lógica dominante do discurso jornalístico, apenas conseguem, indiretamente, colocar em xeque esse discurso e o seu *modus operandi*. Elas mais reforçam o jornalismo como “guardião da sociedade e da verdade” do que questionam se seria esse ainda seu lugar social nos tempos contemporâneos. Pode-se pensar que essa crítica proveniente das interações da sociedade com os produtos jornalísticos se configuraria como uma “crítica de conformidade”, conformada ao jornalismo instituído. Portanto, seria limitada em seu potencial para colocar em crise o jornalismo praticado e seus fundamentos e, assim, abrir para novos modelos. Ou seja, estaria diminuída em sua capacidade de efetuar aquilo que se espera de uma crítica.

Essa conformidade da crítica acaba por ressaltar a fragilidade do material do dossiê analisado. Os critérios encontrados podem ser considerados úteis para analisar o jornalismo, mas a forma fragmentada e não sistematizada como eles foram localizados no *corpus* expõe a dificuldade de praticar a crítica de mídia noticiosa. Não foi possível identificar, por exemplo, um único texto crítico que reunisse os principais erros e acertos da cobertura midiática sobre a questão do livro didático.

Para buscar uma compreensão mais abrangente sobre o caso, foi preciso identificar as 48 passagens que tratavam em específico de jornalismo (BITTENCOURT, 2014). Alguém interessado na leitura crítica da mídia praticada pelos leitores precisa assumir a tarefa de reunir fragmentos para alcançar a compreensão sobre os produtos e coberturas da mídia noticiosa. Essa fragmentação da crítica indica que não há, em circulação, textos críticos sistematizados, modalidade crítica que muito interessa ao estudo acadêmico. Essa modalidade pode também interessar ao campo de produção de crítica de mídia noticiosa, não como artigos de opinião geral sobre coberturas jornalísticas, mas como gênero textual particular.

Ao final, este exercício realizado aqui sobre a imagem do jornalismo expressa nas críticas dos leitores deixa em suspenso mais uma questão: se, por um lado, a imagem que a sociedade tem a respeito do jornalismo está em consonância com a própria visão que os jornalistas têm de sua profissão, por outro, as críticas dos leitores, ao cobrarem dos jornalistas afinidade entre imagem e ação, estariam deixando em aberto, para eles mesmos e para todos nós, a possibilidade de colocar em crise a própria imagem idealizada do jornalismo.

Referências

- BENETTI, M. “O jornalismo como gênero discursivo”. *Galáxia*, São Paulo, n. 15, 2008.
- BITTENCOURT, W. C. *Critérios de crítica de mídia noticiosa: uma investigação a partir da polêmica do livro didático*. 2014. 162 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.
- BRAGA, J. L. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006, 2009.
- BRAGA, J. L. “Interação como contexto da Comunicação”. *Matrizes*, São Paulo, ano 6, n.1, p.25-42, Jan. 2012.
- FONTCUBERTA, M. “El periódico como sistema”. In: FONTCUBERTA, M.; BORRAT, H. *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujfa, 2006. p. 15-150.
- HALL et al. “Mito, registo e ‘estórias’: explorando as qualidades narrativas das notícias”. In: TRAQUINA, N. *Jornalismo: questões, teorias e histórias*. Lisboa: Veja, 1999. p. 263-277.
- MAFFESOLI, M. “O imaginário é uma realidade (entrevista)”. *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, Porto Alegre, v. 1, n. 15, p. 74-82, ago. 2001.
- MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, M. W. de (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- ONG AÇÃO EDUCATIVA. *Dossiê Por uma vida melhor: intelectuais, pesquisadores educadores falam sobre o livro*. Disponível em: http://www.acaoeducativa.org/images/stories/pdfs/dossie%20%20por%20uma%20vida%20melho%20final_30_06_2011.pdf. Acesso em: 23 Jan. 2016.
- SILVA, G.; SOARES, R. “Para pensar a crítica de mídias”. *Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, Porto Alegre, v. 20, n. 3, p. 820-839, Set-Dez. 2013.
- TRAQUINA, N. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Editora Insular, 2005.

METACRÍTICA MUDIÁTICA: REFLEXOS E REFLEXÕES DAS IMAGENS EM *BLACK MIRROR*

Ivan Paganotti

Rosana de Lima Soares

A crítica “da” mídia (a crítica sobre objetos midiáticos) também deve ser encarada como crítica “na” mídia (a crítica realizada pelo meio de comunicação), ou “metacrítica midiática”, muitas vezes desconstruindo processos comunicativos por meio de plataformas discursivas (textuais ou orais). Este artigo pretende avaliar como imagens podem criticar suportes e produtos midiáticos. Para isso será analisado o episódio “Fifteen Million Merits”, da série inglesa *Black mirror* (2011). Ao pensarmos o estatuto da imagem na contemporaneidade, marcado sobretudo por práticas midiáticas cada vez mais hibridizadas, torna-se imperativo fazê-lo em perspectiva crítica.

Nesse sentido, uma questão se coloca: se não estamos mais situados no campo da literatura e do cinema enquanto *artes modernas*, qual o lugar da crítica frente a objetos diversificados, em que modos de produção e circulação passam a fazer parte dos próprios discursos difundidos? Como reunir elementos dispersos da crítica – seja ela autorizada, especializada ou informal – para estabelecer critérios e valores que possam dar conta do universo multifacetado das mídias?

Para além da compreensão da crítica de mídia como a avaliação sistemática e permanente dos meios em relação à cultura (social e profissional) na qual se inserem,

propomos pensar a crítica como uma desconstrução não apenas dos objetos sobre os quais se volta mas também das condições de possibilidade que engendram sua materialidade.

Desse modo, ampliamos a proposição de que a crítica se volta apenas para o estabelecimento de juízos de valor, mais ou menos adequados, sobre a mídia, realizando uma espécie de “dobra” em que não há origem possível para a interpretação, posto que esta é rastro de algo para sempre inapreensível. No caso da televisão, em que os espectadores também tomam parte de seus processos de codificação e decodificação, para além da mera transmissão de conteúdos buscamos articular uma visada externa capaz de, ao mesmo tempo, distanciar-se da crítica produzida no interior de seus relatos e dialogar com ela.

Ainda que o acervo de críticas publicadas sobre a programação não seja sempre aceito, nos meios acadêmicos, como uma fortuna crítica televisiva, faz-se necessário reconhecer a constituição de um repertório próprio, em que a análise expressiva dos programas aponta para inovações técnicas, estéticas, narrativas e, mais do que isso, para certos modos de endereçamento de públicos específicos. À medida que a formação de uma cultura televisiva se consolida, os embates entre elitização e popularização, a relevância dos índices de audiência, a definição da grade e de padrões de qualidade, bem como os desafios éticos pressupostos nesse debate, são problematizados, possibilitando que surja, assim, uma crítica da mídia engendrada nela mesma.

Sobre o conceito de “metacrítica”, Fuchs nos oferece uma interessante contribuição ao afirmar que a crítica não se dá apenas nos enunciados de um discurso – seus conteúdos –, tampouco exclusivamente de modo direto. Ao contrário, o autor argumenta que também o formato de determinado produto pode conter, na maneira como é feito – em sua enunciação –, um discurso alternativo crítico. Nesse sentido, a crítica de mídia feita na/pela mídia seria, primeiramente, uma “metacrítica”:

Critical media, in contrast, are characterized by critical form and content. There is oppositional content that provides alternatives to dominant repressive heteronomous perspectives that reflect the rule of capital, patriarchy, racism, sexism, nationalism, etc. Such content expresses oppositional standpoints that question all forms of heteronomy and domination. (...)

There are forms of presentation that are not onedimensional, but are demanding and challenging the recipients in order to advance their imagination and complex thinking (e.g. Brecht's concept of dialectical form in epic theatre, radical discontinuities that shock people) (FUCHS, 2010, p. 179).

A exemplo de programas televisivos que propõem inovações estéticas, estilísticas e narrativas, o documentário *Um dia na vida*, de Eduardo Coutinho, oferece caminhos para pensarmos tal definição. Tomando como base 19 horas de gravação contínua e aleatória de diversos canais abertos da televisão brasileira, o filme, realizado em 2010, é construído no momento da montagem: a seleção das imagens editadas, que vemos à nossa frente, embora sejam imagens banais e ordinárias do que vemos na televisão diariamente, ofereceu outra visão sobre esse meio. Por meio de uma ácida crítica à pasteurização e repetição presentes nas imagens da televisão, Coutinho assume uma visada crítica e leva seu espectador a olhar de uma nova maneira o veículo:

Trata-se em certa medida de produzir menos um “retrato do Brasil” do que um retrato da própria TV, que surge ali como um mundo autônomo, vagamente monstruoso, quase diabólico. Ou antes, isso é o que o filme produz, o que está lá. É o mundo-TV que se mostra a nós, tal qual. O diretor interfere o menos possível (queira ou não, ele seleciona, monta). (...) Ao fim nos damos conta de que a TV é o mundo dos demiurgos: algo que não retrata o mundo ou o que somos senão indiretamente, pois mais ruidoso e mais infernal (ARAÚJO, 2010).

O filme de Coutinho realiza uma crítica – não apenas à sociedade, mas à própria televisão, em termos de conteúdo e forma – e, ao mesmo tempo, é objeto da crítica cinematográfica publicada por um especialista em um jornal diário. Nessa perspectiva, a crítica de mídia não seria apenas aquela institucionalmente denominada enquanto tal ou aquela que, para falar dos discursos midiáticos, cria novos discursos sobre as mídias. Ainda que alguns produtos e programas se proponham a fazer a crítica de mídia (a exemplo de observatórios ou programas de debate e entrevistas), a crítica não é feita apenas neles. De modo mais complexo, a produção de novos produtos e programas – pensados sob o viés da inovação – constitui também um espaço para realização da crítica de mídia ao propor mudanças.

Fuchs acredita, justamente, que é de práticas midiáticas alternativas que poderá surgir uma perspectiva crítica mais autônoma em relação às mídias, definindo tal posicionamento como *critical media*, em que os próprios meios empreendem a crítica sobre as práticas midiáticas. Para ele, a inserção da crítica de mídia na/pela mídia acaba por corroborar aquilo que pretende criticar, já que feita dentro de limites impostos pelos próprios meios. Seja a crítica feita por especialistas ou pelo público, haveria certa domesticação de seus alcances por estar submetida a protocolos e códigos previamente estabelecidos. A respeito do público, o autor estabelece papel central na crítica de mídia, apontando três posicionamentos advindos do polo da recepção: a adesão, a contestação, a exacerbação. Ao fazê-lo, problematiza, como vimos em autores anteriormente citados, os papéis tradicionais de produtores e receptores, autores e espectadores.

Ao incluir no próprio cenário midiático aquilo que pretende criticar – reconhecendo de modo autoconsciente sua inclusão nessa cena –, tanto os programas analisados, como seu público, tornam-se parte desse cenário. Ou seja: ao criticar a mídia dentro da própria mídia, temos que o discurso crítico se torna, ele próprio, passível de ser criticado – ou, de modo mais pessimista, coloca-se sob o risco de perder seu efeito crítico. Observando o processo comunicativo por meio da articulação de diferentes momentos – produção, circulação, distribuição, reprodução –, Hall desenvolve, ainda na década de 1970, um modo de interpretação dos processos de codificação e decodificação de programas televisivos:

O processo, desta maneira, requer, do lado da produção, seus instrumentos materiais – seus “meios” – bem como seus próprios conjuntos de relações sociais (de produção) – a organização e combinação de práticas dentro dos aparatos de comunicação. 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. Se o sentido não é articulado em prática, ele não tem efeito (HALL, 2003, p. 388).

Desse modo, ao inserir a recepção no processo de produção, embora reconhecendo nesta última o ponto de partida do discurso televisivo (objeto de seu estudo), Hall estabelece o caráter interdependente entre autor e espectador, apontando, ao final de seu texto, três posições a partir das quais a “decodificação” de um discurso – e sua consequente “recodificação” – pode ser construída: a posição “hegemônica-dominante” (na qual o telespectador decodifica a mensagem a partir de sua referencialidade); a posição do “código negociado” (na qual o telespectador reconhece as definições hegemônicas e as adapta a sua realidade local); e a posição “globalmente contrária” (na qual o telespectador decodifica de modo alternativo o discurso). Essa terceira posição nos parece produtiva para pensarmos a crítica de mídia constituída no espaço intermediário entre produtor e receptor, no entremeio em que o público, por oposição, contesta o discurso hegemônico e o ressignifica (HALL, 2003, p. 402). Entre a materialidade do objeto e a produção de sentido, uma nova possibilidade se vislumbra: estudar o entremeio e não apenas o texto acabado ou o contexto de sua produção. Partindo dessa premissa, discutir os conceitos de “alta” e “baixa” cultura, de forma complexa, em suas interseções com a indústria cultural e a comunicação de massa – tendo como horizonte os contrastes entre a arte moderna e a arte pós-moderna – coloca-se, hoje, como um dos desafios da crítica, especialmente face a uma *cultura midiática* cada vez mais disseminada:

Ao refletir sobre as transformações ocorridas no campo da cultura nesses tempos de economia globalizada, não se pode deixar de considerar que a dicotomia erudito-popular, que balizou o estabelecimento de hierarquias e

valores na modernidade, tornou-se incômoda diante do caráter fronteiro de parte significativa da produção cultural contemporânea. A lógica cultural do capitalismo tardio favorece as hibridizações que, cada vez mais, põem em xeque as categorias puras, os binarismos de que o pensamento ocidental moderno se serviu na sua determinação de tudo classificar, compartimentalizar (FIGUEIREDO, 2004, p. 1).

A série analisada não apenas compartilha dessa cultura mas, além disso, posiciona-se de forma crítica perante o espaço do qual participa e de onde emana sua própria condição de possibilidade. É na interseção obra-público que a metacrítica, conforme buscamos mostrar, assume seu caráter mais perturbador, deslocando sentidos que retornam ao próprio campo da crítica.

No artigo de Figueiredo, a autora aponta o processo de “hibridização” entre o “pólo de produção restrita” e o “pólo de produção ampliada” da cultura – com a importante ressalva de que, na lógica de mercado atual, a segmentação dos produtos culturais funciona, ao mesmo tempo, como determinada pela pluralidade social e determinante dela –, apresentando uma discussão atual sobre o caráter fronteiro da antes rígida divisão entre o erudito, o popular e o massivo, hoje emulados nas mídias. Antigos postulados – como os do chamado “cinema de arte” (ou de autor); o de que *best sellers* (literários) ou *block busters* (cinematográficos) seriam, necessariamente, produtos sem qualidade; e o que apregoava que quanto mais indecifrável um texto literário, maior sua qualidade estilística – já não encontram espaço na discussão da cultura contemporânea por se apresentarem reducionistas demais.

Dessa forma, podemos dizer que, na contemporaneidade, não se trata mais de uma única cultura socialmente compartilhada, mas de várias *culturas* buscando, por meio de seus discursos, a validação de suas supostas *verdades*. A própria questão da segmentação (do mercado, das publicações, dos produtos culturais) pode ser relacionada à percepção da não-homogeneidade da cultura e da sociedade. Se “o processo de transformação dos gêneros literários atinge seu ápice na segunda metade do século XIX, concomitantemente ao surgimento da grande imprensa e ao desenrolar do processo de diversificação dos meios de comunicação de massa” (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 245), o conceito de “gêneros híbridos” pode ser expandido a outras formas narrativas presentes nas mídias. Falar de “hibridismo dos gêneros”, entretanto, não pressupõe uma colagem desregrada em que haveria uma mera fusão ou sobreposição de elementos isolados. Ao contrário, o que vemos é um equilíbrio entre aquilo que se mostra como específico, demarcando fronteiras, e aquilo que é reapropriado, recriando fronteiras:

Nesse sentido, ainda que seja possível localizar a presença de características predominantemente particulares de um gênero ficcional, há que se procurar as demais articulações entre os diferentes territórios; há que se buscar nas

personagens e nas tramas os elementos capazes de responder por esta ou aquela qualificação do gênero, de evidenciar os traços deste ou daquele território e de comprovar, na prática, a fluidez, a variação e a presença múltipla de elementos diversificados no interior de manifestações culturais (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 259).

Em diversos produtos midiáticos, sejam eles de televisão, sejam de cinema (com formatos cada vez mais imbricados), os enredos misturam ação, ficção, romance, mistério, suspense, drama – em personagens tão difusos quanto suas narrativas. Os elementos estéticos e estilísticos apresentados criam uma narrativa polissêmica e fragmentada, ao mesmo tempo hermética e aberta, contundente e fútil, reflexiva e sarcástica. Tanto em termos expressivos como em seu conteúdo, o episódio analisado desafia discursos instituídos sem que, com isso, possamos a ele atribuir o adjetivo de “obra artística” em seu sentido estrito, já que é uma forma híbrida que vemos desfilarmos em suas imagens.

Ainda em relação às produções midiáticas, notamos um borramento dessas fronteiras ou “territórios de ficcionalidade”: “Se, por um lado, deve-se afirmar sua condição de ‘mercadorias’ – mesmo que ‘impalpáveis’, como diria Morin (1984: 14) – por outro, podem ser considerados ‘formas culturais’ (Williams, 1977; 1992) ou ‘territórios’ de ficcionalidade (Calvino, 1984: 49-56) capazes de estabelecer profundas relações de mediação e empatia com os receptores” (BORELLI, 2001, p. 30).

Nas diversas produções audiovisuais – filmes, novelas, séries, *reality shows*, telejornais – e nas publicações impressas – revistas de variedades, de comportamento, segmentadas, informativas – notamos, cada vez mais, o surgimento e o fortalecimento de gêneros híbridos. No campo literário, por sua vez, desde a publicação de *O nome da rosa* (1980), primeiro romance de Umberto Eco, a ideia de um “*best seller* erudito” não nos parece tão incomum. É nesse sentido que podemos perceber, na produção cultural recente, uma transposição entre gêneros ficcionais que, “em permanente estado de fluxo e redefinição, articulam-se, mesclando particularidades, conformando novas sínteses, restituindo velhas histórias” (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 253).

Tais observações nos conduzem a uma questão: ao se romperem os limites entre o erudito, o massivo e o popular e, dessa maneira, configurar-se um momento cultural e artístico caracterizado por uma *cultura midiática*, não estariam também sendo rompidas, do ponto de vista da crítica, as fronteiras entre arte e consumo, antes mais rigidamente estabelecidas?

Ao mesclar tais fronteiras, problematizando-as, é outra realidade que vemos surgir nas telas da televisão, estabelecendo com seu espectador um *pacto* firmado em bases que não pressupõem as dicotomias presentes na arte moderna. Talvez o equilíbrio entre “agradar o

público, obtendo sucesso comercial, e preservar a complexidade, a dimensão crítica da obra (...) permitindo diferentes níveis de leitura, atendendo-se às exigências de um público variado” (FIGUEIREDO, 2004, p. 7), também esteja relacionado ao jogo entre realidade e fabulação ensaiado pela literatura, pelo cinema, pela televisão, de onde advém, em certos produtos, sua potência crítica. Seria esta dinâmica facilitadora do rompimento da dicotomia entre erudito-popular capaz de, ainda assim, preservar o enredo inovador da série, “sem preconceito para com aquele leitor que busca divertir-se com a intriga”, mas oferecendo um mais além da intriga, “uma dimensão metalinguística e reflexiva, reforçada por inúmeras citações, que permite a um outro tipo de leitor contemplar de maneira distanciada e também nostálgica as estratégias narrativas que criam o fascínio da primeira dimensão?” (FIGUEIREDO, 2004, p. 7).

Se as antigas dicotomias do moderno foram questionadas na contemporaneidade – vanguarda/tradição, polêmico/convencional, transgressor/conservador –, assim como o próprio pensamento dual, como refletir sobre o aspecto crítico da arte em diferentes manifestações nas mídias? Falar de hibridismos e impurezas nos conduz a pensar nas margens e brechas da(s) cultura(s). Onde encontrar lugar para aquilo que não está contido nas malhas do discurso instituído ou da ordem constituída? Se costumávamos dizer que o campo erudito era, na arte, espaço de vanguarda e mobilização, enquanto o massivo era visto como lugar de manutenção e conformismo, como pensar hoje essas fronteiras? Na hibridização contemporânea, uma pergunta insiste e retorna em relação àquilo que não se inclui e sobra como resto, falta ou excesso daquilo que não se deixa apreender, vestígios e ruínas da(s) nossa(s) híbrida(s) cultura(s).

Fúria canalizada, forma e conteúdo incômodos: julgamento crítico em *Black mirror*

Como exposto por Fuchs (2010, p. 180), produtos críticos também podem estar inseridos em meios de comunicação *mainstream* desde que adotem formatos ou conteúdos que exponham histórias e pontos de vista alternativos, critiquem limites impostos pela representação midiática tradicional, contestem discursos reproduzidos como consensuais, ou adotem novas propostas de linguagem em formatos que comumente não encontram caminhos nos grandes meios. Entretanto, algumas questões centrais surgem nesse sentido: qual a especificidade do discurso da crítica sobre outros meios de comunicação, que, por ser também midiaticizada por sua publicação, poderia ser chamada de “metacrítica”? Como essa crítica sugere e apoia-se na recepção do público nessa instância intermediária? E, para além dos discursos orais ou textuais, como as imagens por si só podem propor (ou decompor) discursos críticos?

A análise de um objeto midiático na intersecção desses problemas permite avançar essas questões. A série inglesa *Black mirror* é composta de histórias curtas sem conexão

narrativa, como uma antologia, mas que justapostas compõem um panorama trágico sobre a relação da humanidade com suas tecnologias. Criada por Charlie Brooker¹, suas duas temporadas foram exibidas pelo *Channel 4*, canal público britânico, em dezembro de 2011 e fevereiro de 2013, com três episódios de uma hora cada um². O segundo episódio da primeira temporada – “Fifteen Million Merits”, com roteiro do próprio Charlie Brooker e de Kanak Huq – trata de Bing Madsen, personagem solitário em um futuro distópico em que todos trabalham em bicicletas para gerar energia enquanto consomem produtos em plataformas virtuais. O personagem principal procura então canalizar sua revolta contra esse sistema desumano durante um programa televisivo de talentos – paródia de programas de sucesso como *The voice*, *American Idol* ou *The X-Factor*, *reality shows* que visam revelar talentos musicais.

A primeira parte do episódio apresenta o cotidiano dos personagens em constante relação com as telas negras que a todo momento computam seus gastos mais ínfimos, de sabonete líquido e alimentos até a aquisição de programas televisivos, e que também computam seus ganhos em uma contabilidade de “méritos”, gerados pela energia das bicicletas que pedalam. Essas telas também apresentam constantes propagandas de outros produtos midiáticos, como pornografia, *reality shows* ou aplicativos para os avatares virtuais dos personagens que os acompanham pelas onipresentes superfícies midiáticas. Caso optem por adquirir algum dos produtos oferecidos, os “méritos” ganhos são assim consumidos, criando a dupla demanda por consumo e por produção de energia elétrica e mídia eletrônica. Só é possível evitar as propagandas pagando para silenciá-las ou interrompê-las, visto que qualquer tentativa de evitar encarar a tela durante as propagandas é proibida e punida com um apito extremamente agudo, que força os indivíduos a abrirem seus olhos. Uma das publicidades eróticas onipresentes sintetiza essa possibilidade obrigatória em uma dúbia promessa/ameaça: “*You will see it all*” [você vai ver tudo, em inglês], uma oferta tão sedutora quanto irresistível por incentivar o desejo – e também por ser inevitável.

Esse cenário corriqueiro transforma-se quando um dos colegas do protagonista não consegue mais pedalar. Por estar fora de forma, ele é removido da categoria proletária dos geradores/consumidores de riquezas elétricas e é realocado no que parece ser uma função lumpen de limpeza. Essa subclasse se diferencia dos ciclistas, que usam atléticos uniformes de moletom cinza, vestindo roupas amarelas folgadas, e sofrem hostilidade de outros personagens, tanto por estarem esteticamente fora de forma quanto por serem vistos como

1 Em entrevista ao jornal *The Guardian*, em 2011, Brooker afirmou: “O ‘espelho negro’ do título é um que você encontrará em todas as paredes, em todas as mesas, na palma de toda mão: a fria e brilhante tela de uma TV, um monitor, um *smartphone*”. Disponível em: <http://www.theguardian.com/technology/2011/dec/01/charlie-brooker-dark-side-gadget-addiction-black-mirror>. Acesso em: 3 Mar. 2016.

2 Além dos seis episódios, a série contou com um especial de Natal exibido em 2014 (“White Christmas”). Em 2016, uma terceira temporada (com 12 episódios) foi anunciada, ainda sem data prevista de estreia. A nova temporada está sendo produzida pela Netflix e será exibida com exclusividade em sua programação.

preguiçosos que realizam um papel menor, incapazes de realizar o esforço feito pelos outros ciclistas. Não é por menos que programas sensacionalistas têm esses personagens obesos como alvo de escárnio violento, e os jogos virtuais com os quais alguns personagens se divertem em suas telas permitem metralhar e jogar granadas em vilões obesos, vestidos com os mesmos uniformes amarelados desses funcionários de limpeza.

A vaga deixada pelo personagem fora de forma é ocupada por uma jovem que atrai a afeição do protagonista, que se apaixona e procura elogiar a voz da colega, incentivando-a a exibir seu talento como cantora em um dos caça-talentos televisivos. A jovem inicialmente resiste, por não ter o dinheiro suficiente para se candidatar – os 15 milhões de méritos do título do episódio –, e não pode aceitar esse valor supostamente exorbitante como um presente que o protagonista pretende oferecer. Ele insiste, afirmando que não vê sentido em gastar a fortuna acumulada com aplicativos ou programas de tevê que não existem, preferindo investir em algo que ele vê como real.

O diálogo entre o protagonista e sua amada revela uma primeira dobra discursiva na narrativa do episódio. Até o momento, a relação dos personagens com as telas era apresentada pela forma corriqueira com que lidavam com uma realidade que parece chocante, mas que apresenta paralelos hiperbólicos com problemas da nossa vida atual: as relações produtivas que dividem grupos, a necessidade de produzir para consumir e de consumir para produzir, a sedução sensacionalista da mídia onipresente, a demanda por itens produzidos em série, mas que prometem destacar o indivíduo entre seus pares, e a promessa de conforto no consumo e na conformidade na manada de consumidores.

Assim, a crítica apresentada pode ser vista como uma *crítica encenada*, em que a história dá pistas para o público inferir os elementos que criticam o absurdo de nossa própria realidade. Nesses momentos, expressões faciais e gestos de condenação sugerem pontos de crítica sobre práticas ou condutas vistas negativamente, e vale destacar como os primeiros minutos desse episódio são silenciosos, sem diálogos, com poucas intromissões das telas e reações minimalistas dos personagens – um silêncio que revela, talvez, as dificuldades de interações pessoais nessa sociedade. A crítica sugerida pelos autores do programa surge mais no caleidoscópio de imagens exibidas pelas telas dentro da história fictícia, como na composição televisiva feita pelo documentário *Um dia na vida* de Coutinho, mencionada no começo deste artigo.

Já na conversa em que o protagonista convence sua colega a cantar surge um primeiro relance de uma guinada discursiva, quando os personagens implicitamente apresentam sua *crítica dialogada*, apontando a falta de sentido de consumir itens que não existem ou a ausência de realidade em suas vidas. O diálogo é elemento central para esse procedimento crítico,

pois funciona como um contraponto colaborativo entre partes diferentes e complementares, com posições dialéticas oscilando de uma afirmativa para sua negativa ou questionamento, levando a novas afirmações ou questionamentos. Não é por menos que, em todo episódio, essa cena é a única que apresenta um diálogo significativo e que não é constrangido por uma habitual roteirização da cortesia, como ocorre nas interações lacônicas entre os colegas de trabalho nas bicicletas ou entre os apresentadores e os candidatos nos programas de televisão.

A música que a jovem escolhe cantar é a mesma que o protagonista ouvira quando se conheceram, e abre mais uma dobra na camada crítica dessa história. A letra da música sintomaticamente é uma reação à crítica que estaria por vir – ou que é constante e onipresente, como as telas – e por isso deve ser analisada posteriormente. Os nomes dos juízes também antecipam suas funções: Charity é caridosa, Hope dá espaço ou demole a esperança dos candidatos, e Wraith age como um selvagem produtor de canais eróticos.

Após uma reação positiva sobre o talento da jovem, os juízes apontam que a oferta de cantores é muito grande, e que, se pretende destacar-se em um mercado competitivo, seria preferível usar não sua voz, mas sua beleza e inocência em uma carreira como atriz pornô. Contra a recusa da jovem, os juízes argumentam que a função é mais recompensadora que o trabalho nas bicicletas, apontando que qualquer outra pessoa aceitaria a oportunidade que a jovem ousava recusar, vencendo sua resistência.

Nesse momento, temos duas dobras críticas em cena: em primeiro lugar, o julgamento estético dos apresentadores, que criticam a performance e definem o destino dos candidatos, selecionando o que é digno de méritos (tanto a valoração social quanto a contabilidade dessa realidade despótica); em segundo lugar, a letra da canção já antecipava uma recusa da crítica. O single “Anyone Who Knows What Love Is (Will Understand)”, gravado nos anos 1960 por Irma Thomas, canta uma doce vacina contra o contágio de críticas azedas:

You can blame me / try to shame me / and still I'll care for you / You can run
around / even put me down / still I'll be there for you / The world / may think
I'm foolish / they can't see you / like I can (...) I just feel so sorry / for the ones
/ who pity me / 'cause they just don't know / oh they don't know what happiness
or true love can be³.

3 Tradução livre dos autores: “Você pode me culpar / tentar me envergonhar / e eu ainda vou gostar de você / Você pode sair por aí / até me criticar / e ainda vou te ajudar / O mundo / pode achar que eu sou uma tola / eles não podem ver você / como eu posso (...) Eu só sinto pena / de quem / tem pena de mim / porque eles não sabem / oh, eles não sabem o que felicidade e amor de verdade podem ser”..

Assim, a *crítica valorativa* dos juízes (que aponta o que vale a pena ser visto ou feito a partir de seu gosto ou da avaliação do que apresentará demanda do público em relação à oferta de outros artistas semelhantes) tem sua resposta antecipada na letra da música, uma *crítica reativa*, que descarta a legitimidade da fundamentação da crítica devido à incapacidade do seu formulador em avaliar uma realidade que não pode compreender. Entretanto, não podemos (ainda) dizer que é feita a crítica da crítica (ou metacrítica), visto que a canção só nega a validade e o limite dos críticos. Essa dobra final da crítica sobre si mesma só surgirá no final do episódio, após o protagonista passar meses desesperado pela perda de sua colega, forçado a ver as propagandas dos programas eróticos que ela estrela por ter dado todos seus recursos para sua amiga – uma dupla tragédia, pois ela só chegou ao programa de talentos pelo mérito de seu incentivo e pelos “méritos” dele que financiaram a candidatura dela. Seu desespero o leva ao extremo ludista do ataque ao suporte midiático, destruindo uma tela que exibia cenas pornográficas de sua antiga paixão, talvez uma vingança material contra a violência simbólica das imagens que não podia mais impedir.

Após meses de muito suor sobre a bicicleta e drástica austeridade financeira, o protagonista economiza o suficiente para voltar ao programa: com mais 15 milhões de méritos a menos, ele volta a financiar a exploração de sua própria imagem. Entretanto, dessa vez ele mesmo rouba a cena e sequestra a atenção dos juízes ao criar uma “performance” em que ameaça cortar sua própria garganta (com um dos cacos de vidro da tela que quebrou, um suporte televisivo que funciona como canal, alvo e também instrumento de violência) caso os juízes não ouçam o que ele tem a dizer. Nesse cenário insólito, em que o refém de si mesmo exige que ouçam o que está entalado em sua garganta ante a ameaça de cortá-la, os juízes preferem que aflore o jorro de palavras ao de sangue (Figura 1).



Figura 1. Protagonista ameaça cortar sua própria garganta para poder ser ouvido.

Desde o começo titubeante até a explosão final, o monólogo do protagonista é uma fala visceral, expelida como um improviso inesperado, repleto de conteúdos indigestos que só aguardavam uma oportunidade para serem regurgitados:

I haven't got a speech, I didn't plan words, I didn't even try to, I just knew I had to get here, to stand here, and I knew I wanted you to listen, to really listen, not just pull a face like you're listening like you do the rest of the time. A face like you're feeling instead of processing. You pull a face and poke it towards the stage and we la-di-dah, we sing and dance and tumble around and all you see up here is not people, you don't see people up here, it's all fodder. And the faker the fodder is the more you love it. Because fake fodder is the only thing that works anymore. Fake fodder is all that we can stomach. Actually not quite all. Real pain, real viciousness, that we can take. Stick a fat man up a pole and we'll laugh ourselves feral because we've earned the right, we've done cell time and he's slacking, the scum, so ha-ha-ha at him! Because we're so out of our minds with desperation we don't know any better. All we know is fake fodder and buying shit! That's how we speak to each other, that's how we express ourselves is buying SHIT! You know what, I have a dream? The peak of our dreams is a new app for our dopple, an app doesn't exist! It's not even there! We buy shit that's not even there. Show us something real and free and beautiful, you couldn't... yeah, it'd break us. We're too numb for it, we might as well choke. It's only so much wonder we can bare, that's why when you find any wonder whatsoever, you dole it out in meagre portions and only then when its augmented and packaged and pumped through ten thousand pre-assigned filters, till there's nothing more than a meaningless series of lies while we ride day in, day out, going where! Powering what!?! All tiny cells and tiny screens and bigger cells and bigger screens and FUCK YOU! FUCK YOU, that's what it boils down to, is FUCK YOU! Fuck you for sitting there, and slowly making things worse. Fuck you and your spotlight and your sanctimonious faces, fuck you all for taking the one thing that ever came close to anything real, but anything. For oozing around it and crushing it into a bone, into a joke. One more ugly joke in a kingdom of millions, and then... Fuck you for happening... FUCK YOU for ME, for US, for everyone. Fuck You!⁴

O monólogo é o ápice da narrativa do episódio, o momento de confrontação com a vilania dos apresentadores que eram os corresponsáveis – visto que o protagonista também compartilhava a “cumplicidade” (PROPP, 2010, p. 30) por esse ardil – pelo dano causado à colega que amava. E, assim como o protagonista partilhava com os jurados a responsabilidade

4 O monólogo analisado foi mantido na sua versão original em inglês com o objetivo de preservar a força de seus termos de origem. Uma versão da cena com legendagem em espanhol encontra-se disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Bsc1oQ3ECfc>.

por desencaminhar a jovem cantora, no clímax eles também compartilham uma outra função tão essencial para esse episódio: a crítica. O monólogo acima é uma crua e ácida crítica em três camadas: em primeiro lugar, contra os jurados que não sabem julgar corretamente, por não prestar atenção e somente procurar o que podem simplificar e pasteurizar para produção massiva; em segundo lugar, metonimicamente, o alvo das críticas passa das partes para o todo, e pode ser visto também como uma crítica ao sistema de entretenimento e consumismo que só oferece “forragem” [*fodder*] para alimentar um público dependente de falsidade, ressentimento e crueldade; em terceiro lugar, o último alvo da crítica são os traços da nossa própria sociedade, espelhados de forma distorcida na história fictícia, que leva ao extremo traços atuais para assim melhor expor, como uma lupa, que amplifica para revelar o que o olho nu não percebe.

Tanto o instrumento adotado para o monólogo como parte de seu alvo são justamente a crítica, e por isso podemos categorizar essa última dobra como uma volta da crítica sobre ela mesma – ou seja, uma *metacrítica*, uma crítica sobre a crítica. Assim, a fala adota uma posição de analisar e revelar elementos imperceptíveis da realidade e as relações entre seus elementos, denunciando interesses ocultos e suas consequências, apontando contradições entre discursos e práticas (*métodos* da crítica), e para isso toma como alvo justamente os critérios, processos, efeitos e sentidos do julgamento crítico que são adotados pelos apresentadores do programa televisivo de caça-talentos. É por isso que seu monólogo trata da desatenção dos jurados, de sua falsidade, da incapacidade de identificar algo genuíno, da sua responsabilidade em destruir sonhos, talentos e qualquer expressão que seja real, pasteurizada para produção em série, e, finalmente, da passividade cúmplice dos que “ficam sentados aí, lentamente deixando tudo pior”.

Para revelar sua crítica em uma catarse, o protagonista acaba por posicionar-se como o juiz dos jurados, críticos dos que não sabem criticar – ao menos não segundo seus critérios e com seus objetivos em mente. E talvez esse seja o início da liberação (ou armadilha) do protagonista: ao apontar o dedo para os jurados sentados no balcão, ele também cria uma bancada para si mesmo, e sua voz se junta às outras dos que ficam “sentados aí, lentamente deixando tudo pior”. Esse é o risco de tratar da crítica, um processo polarizador entre os que sabem criticar, e são seus agentes, e os que não sabem realizá-la, e são seus alvos:

O adjetivo “crítico” é um termo frequentemente relacionado à divisão entre “nós e eles” – ou seja, as pessoas qualificadas como críticas são muitas vezes, simplesmente, aquelas que concordam conosco, ao passo que as que discordam de nós são tidas como aquelas que não sabem criticar. Isto representa uma versão do que foi chamado de “efeito terceira pessoa” em discussões sobre a influência das mídias: sempre os outros são considerados como não tendo competência crítica (BUCKINGHAM, 2012, p. 52).

Não surpreende que, após ouvir seu monólogo crítico, os jurados esvaziam sua fala de todo seu conteúdo explosivo e elogiem o formato de sua expressão, como algo verdadeiro e genuíno. Como a autenticidade é algo raro em uma sociedade de falsidade e padronização, a fala do protagonista passa a ser vista como um artigo de oferta restrita e grande demanda, abrindo espaço para um interesse mercadológico em suas palavras. Ignorando o sentido de sua denúncia, os juízes oferecem ao protagonista um programa televisivo para que ele possa continuar disseminando sua mensagem, inserindo toda sua crítica no mesmo mecanismo de entretenimento que procurava originalmente denunciar (Figura 2).

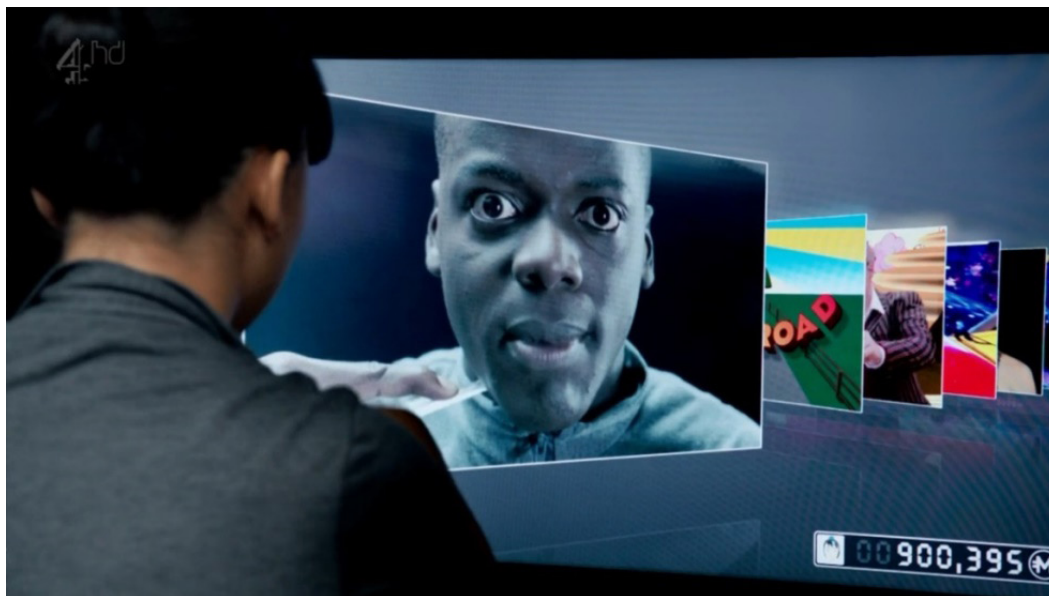


Figura 2. Colega ciclista observa novo canal do protagonista.

Por fim, o protagonista grava seu programa para ser distribuído pelas onipresentes telas negras, denunciando o consumismo e o entretenimento industrializado, enquanto ele mesmo insere-se nas engrenagens desse maquinário que denuncia, esvaziando sua mensagem em algo sem autenticidade e até hipócrita, como se pode destacar pela diferença de olhar e postura entre as Figuras 1 e 2. Até mesmo sua ameaça radical de cortar a própria garganta para ter sua voz ouvida torna-se um dos itens que tanto critica: os avatares virtuais agora podem adquirir um pedaço de vidro e tentar cortar suas gargantas virtuais, esvaziando o sentido em uma réplica massiva e inexistente. Assim, uma primeira leitura mais pessimista da conclusão da história pode denunciar que até mesmo a crítica pode ser esvaziada e transformada em uma mercadoria:

O final do episódio evidencia que a “libertação” de Bing em relação ao sistema de bicicletas apenas se resume a outro tipo de “aprisionamento”, em que, com um pouco mais de conforto, ele permanece vigiado pelos espelhos negros que continuam controlando e limitando a sua vida. Ou seja, não há como escapar da técnica (NASCIMENTO; OLIVEIRA; SCHYRA, 2014, p. 37).

Ainda assim, é possível seguir um caminho paralelo, que não refuta essa leitura mais fatalista, mas que a encara de um ponto de vista mais fértil: toda a crítica da mídia, ao ser divulgada, processada e acessada pelo sistema de comunicação que pretende criticar, precisa deixar claro essa incômoda dependência de um hospedeiro com o qual se tem uma relação de proximidade e distanciamento, de denúncia e também dependência. Para sua sobrevivência, essa crítica depende dos canais que ataca, como um parasita, mas pode ser também benéfica, pois a sociedade depende de novos pontos de vista e de questionamentos fornecidos pela crítica para sua evolução – assim como o mecanismo de produção de entretenimento e consumo também se beneficiou do formato inovador criado pelo protagonista em seus monólogos. E sempre é possível que, entre seu público, outros ciclistas comecem a se questionar para onde estão pedalando, e por quê.

À guisa de conclusão

Fuchs (2010, p. 181) caracteriza como crítica uma expressão midiática que não suprima temas ou pontos de vista alternativos, que foque em mudanças e que tenha também um formato inovador ou inesperado, revelando contradições e abrindo espaço para a expressão dos interesses dos dominados em contraposição às posturas hegemônicas. Não só em seu conteúdo, também o formato do episódio analisado foi inovador e “crítico”, com longas sequências em silêncio, intercaladas com breves diálogos e músicas, até longo monólogo final descontrolado, que reflete a saturação do protagonista. Além disso, trata-se de um “conteúdo crítico”, ao tratar de relações sociais problemáticas por trás do consumismo, da divisão de classes e da alienação. O episódio questiona os limites da própria crítica que é “canalizada” na mídia, que pode ser definida como “metacrítica” não só por tratar de outros meios, mas também por refletir sobre o próprio sentido de uma crítica que acaba por ser inserida como engrenagem dentro dos mecanismos que pretende questionar.

A análise dos procedimentos de crítica que se expressam na história encontra um paralelo fértil na análise de Badiou (2002) sobre diferentes processos de julgamento estético de um filme por seu público. Em um primeiro momento, um juízo “indistinto” (BADIOU, 2002, p. 109) vê a qualidade pelo prisma do prazer proporcionado ao público. É o caso dos colegas que apreciam e recomendam programas violentos ou riem do constrangimento alheio, vão a cantores pouco talentosos ou até mesmo o elogio feito pelo protagonista sobre a agradável voz de sua jovem colega cantora.

Em um segundo momento, é possível realizar também um juízo “diacrítico” (BADIOU, 2002, p. 110), que avalia o estilo artístico da obra, sua inserção no contexto social ou suas inovações estéticas. Esse mecanismo é adotado pelos juízes, que destacam

a autenticidade do protagonista como uma marca de estilo autoral e digna de atenção – assim como também avaliaram anteriormente o baixo valor mercadológico de sua colega cantora em um contexto de oferta saturada de músicos, mas que podia ser algo inovador caso sua inocência fosse usada em uma carreira erótica. Finalmente, é possível também realizar um juízo “axiomático” (BADIOU, 2002, p. 111), que questiona os efeitos das obras no pensamento: é o caso da crítica do protagonista em seus monólogos e também da crítica do episódio de *Black mirror* sobre a realidade – ficcional ou não. Como uma tela negra, a história reflete (sobre) nossa realidade.

Nesse sentido, pouco interessa se o protagonista foi cooptado ou não pelo sistema que critica, se sua crítica perdeu ou não a autenticidade ao vender-se hipocritamente como entretenimento para consumo. Ele até pode ser visto como um representante dos autores da série *Black mirror*, que também criticam um aparato midiático de dentro do seu ventre. O que é digno de nota é que os monólogos do personagem – e também os episódios da série – não são só agradáveis (juízo “indistinto”) e inovadores (juízo “diacrítico”), mas também abrem espaço para a reflexão (juízo “axiomático”) sobre as contradições que eles têm a coragem de não esconder. E talvez esse seja o desafio da *metacrítica*: nunca ocultar suas relações contraditórias e seu comprometimento (em todos os sentidos desse termo) com a mídia que dissecar, denuncia e de que depende.

Referências

- ARAÚJO, I. “Eduardo Coutinho inova ao retratar um dia de televisão”. Ilustrada. *Folha de S.Paulo*, 30 Out. 2010.
- BADIOU, A. *Pequeno manual de inestética*. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.
- BUCKINGHAM, D. “Precisamos realmente de educação para os meios?”. *Comunicação & Educação*. Vol. XVII, n. 2, p. 41-60, jul./dez. 2012. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/73536/77235>. Acesso em: 17 Nov. 2014.
- FIGUEIREDO, V. L. F. “Trocas, apropriações e pilhagens: estética e cultura de massa”. In: XIII Encontro da Compós, *Anais*. 2010, São Bernardo do Campo: Umesp, Jun. 2004.
- FUCHS, C. “Alternative Media as Critical Media”. *European Journal of Social Theory*. Vol. 13, n. 2, p. 173-192, 2010. Disponível em: <http://fuchs.uti.at/wp-content/uploads/altmedia.pdf>. Acesso em: 17 Nov. 2014.
- HALL, S. “Codificação/Decodificação”. In: SOVIK, L. (Org.). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção e teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.
- NASCIMENTO, D. F.; OLIVEIRA, A. S. T.; SCHYRA, G. A. C. “Da melancolia à ironia: o discurso dissimulado da contemporaneidade em Black Mirror”. *Texto Digital* (UFSC), v. 10, n. 2, p. 25-40, Jul./Dez. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5007/1807-9288.2014v10n2p25>.
- PROPP, V. I. *Morfologia do conto maravilhoso*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

A ARENA DE VIOMUNDO: TENSIONAMENTOS CRÍTICOS DO ACONTECIMENTO SOCIAL E NOVAS VISIBILIDADES

Cláudio Coração

Existe proposição recorrente de que as visibilidades midiáticas são condicionantes de entendimento do mundo. Não seria inoportuno perceber, então, que os discursos dos diversos meios de comunicação entrosam-se com uma elocução analítica. Partindo dessa premissa, o *site/blog*/portal Viomundo, dirigido pelo jornalista Luiz Carlos Azenha, deixa entrever algo ainda mais inquietante, já que a *crítica de mídia* é feita conforme uma presença compartilhada, cuja tensão é a apreciação jornalística da realidade por meio do combate.

Esses pressupostos não estão dissociados da crítica como agente de mediação das disputas dos acontecimentos sociais. Além de avaliar que há uma espécie de *sistematização crítica* em Viomundo, este trabalho pretende identificar como os textos da seção “Opinião do *blog*” sinalizam tensões de convencimento/entendimento da pauta pública. Mais especificamente, como reverberam o papel atribuído aos dois principais candidatos ao pleito presidencial – Dilma Rousseff (PT) e Aécio Neves (PSDB)–, por meio de recortes discursivos e convocatórios, entre os meses de setembro e dezembro de 2014, marcadamente o momento agudo da cobertura da eleição presidencial.

O debate sobre a esfera pública e as engrenagens da política pode ser caracterizado, em larga medida, como agente “revelador” de realidades escondidas. Com esse processo, Viomundo – o que você não vê na mídia – sustenta-se como vigília do mundo político partidário brasileiro. Mas a ética de Viomundo, é bom frisar, é emoldurada por um princípio de interação social, em que personagens dicotômicos se digladiam. Desse modo, a produção de conteúdos da chamada “mídia tradicional” é reapropriada por meio de uma “explicação de mundo”. Tal ressignificação não deixa de ser irreverente, já que o estofo discursivo de Viomundo se localizaria na contramão da “velha mídia” ou “mídia hegemônica”, notadamente os grupos Globo, Abril, Folha e Estado.

Estabelece-se, com isso, uma *práxis* que impõe a crítica como norte, evidenciada pelo seu estatuto de observação: tanto das estruturas do poder quanto da construção noticiosa da “velha mídia”. Trata-se de uma operação, bem sofisticada, em que há diálogos sociais muitas vezes estilizados, cujas imbricações associam-se ao que Braga (2006) entende como “autonomia interpretativa”, na ligação da atividade crítica com as diversas dinâmicas sociais. São imbricações de Viomundo com seus leitores em contato íntimo, com as possibilidades de difusão nas redes, na crítica ao “modelo” midiático tradicional, a conversa estendida a outros *blogs* e *sites* também “críticos” etc.

Um bom trabalho crítico tem ainda a capacidade de oferecer critérios diferenciados para orientar interpenetrações no nível do senso comum, que possam ser elaboradas pelo usuário “não-escolado”, não-intelectual, mas ainda assim com adequação e serviço de seus próprios interesses e percepções sobre o mundo, o que significa uma ampliação de suas competências [atividade crítica] de autonomia interpretativa e de escolha (BRAGA, 2006, p. 65).

As “percepções sobre o mundo” se estruturam sob uma taxionomia analítica. A *crítica de mídia* é autorreferencial, pois é problematizada na dinâmica social. Por isso, Braga ainda afirma que “nossa concepção de autonomia interpretativa não envolve apenas a capacidade de entender um produto midiático, e, portanto, expressar seus significados em funções de critérios previamente assumidos” (BRAGA, 2006, p. 65).

A lógica crítica-interpretativa de Viomundo, por exemplo, é feita na oposição entre uma realidade dada – o universo político e seus “atores” – e um chamamento ético diante das práticas *ilusórias* da *velha mídia*. Na seção “Opinião do *blog*”, com textos assinados pelo próprio Luiz Carlos Azenha, há interpretações de realidade e de conjuntura política vaticinadas em um *aparato explicativo*. Desse modo, a crítica de fundo de Viomundo precisa passar pela *opinião forte* de Azenha, a descrever os dilemas da disputa política partidária no Brasil. Ela é, basicamente, a peleja do projeto governista do Lulismo e do PT com os setores

oposicionistas, mais arraigados aos anseios conservadores de certa classe média urbana. A partir dessa polarização e de seus desdobramentos conflituosos, Viomundo se estabeleceria como espaço de ação política. A expressão “blogueiros progressistas”, uma autodenominação presente ali, torna-se um *slogan*, cujo sentimento de grupo pode ser aferido em outros *sites/blogs*/portais similares: Escrevinhador, *Blog* da cidadania, Conversa afiada, Diário do centro do mundo, tijoloço, O cafezinho etc.

Tem-se, então, a perspectiva de uma arena, onde o jornalismo é mediador dos diagnósticos da realidade postos à prova. A expressão *mídia progressista* é uma provocação nesse sentido, pois determina uma sensibilidade estética diante da política. Dessa forma, há um tensionamento em Viomundo, mais especificamente na seção “Opinião do *blog*”, ancorado por uma visibilidade inconveniente. Sua abordagem é sistematizada com a percepção da reorganização do espaço público e da crise de representatividade da “mídia tradicional”. Trata-se de uma reorientação da participação política, da modelagem de *novos formadores de opinião*, de novos anseios e pautas na concepção do *debate democrático*.

O dilema da representação: a visibilidade diluída entre o estético e o político

J. Rancière (2012) nos alerta para a questão do *lugar de fala*, ao juntar o pertencimento identitário com a impressão/percepção/adequação política no campo da arte. É possível notar, nos contatos observados por Rancière, que a visibilidade contemporânea, na mídia, é sedimentada por um fluxo de diálogos que ressignifica o *belo*. Funda, assim, anseios de participação e de usos do capital simbólico, por meio de partilhas potencializadoras de comunidade, de espaço público e de identidade de fala. Viomundo sintetiza essa disposição, ao que parece, na medida em que seus códigos de luta são ferramentais de apropriação cultural: o jornalismo de resistência, a crítica constante do “modelo de negócio informativo”, a notação das polarizações políticas, as demandas da participação social e da “democratização da comunicação”. É nesse filão que a ideia de arena se torna pressuposto de jornalismo *visceral*, pois resta a ele se condicionar em vigília estética e em opinião política constante.

Existe (...) na base da política, uma “estética” que não tem nada a ver com a “estetização da política” própria à era das massas, de que fala Benjamin. Essa estética não deve ser entendida no sentido de uma captura perversa da política por uma vontade de arte, do pensamento do povo como obra de arte (...). 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 (RANCIÈRE, 2012, p. 16).

A astúcia do jogo da política como forma de experiência é, evidentemente, um sinal de representação. Por isso, o caldo cultural político nacional é visto como uma alteridade em crise, em Viomundo. A representação midiática se materializa, quase sempre, por meio de *imagens* diluídas pelo sentimento de comunidade, a reforçar os elementos dramáticos da vida política, econômica e cultural. Em consonância com isso, o jornalismo crítico de Viomundo se deixa *contaminar* pela essência semântica da blogosfera. Em trabalho anterior, dissemos que:

O advento do sujobloguismo caminha na direção dos pressupostos colocados por Gomes (2005) acerca das possibilidades da internet, sobretudo no que tange à sua tendência contra-hegemônica, seu suposto descolamento da mídia tradicional e um desprendimento em relação aos atores político-sociais conjugados com essa mesma mídia – “velha mídia”. O sujobloguismo é um forte agente de dispersão da informação política, em fluxos pluridirecionais e em trânsito perene com outras mídias, redes sociais, novas ferramentas em geral. Se, por um lado, possui o caráter que Caio Túlio Costa identifica como “relativismo”, ao se reportar ao papel da internet e das novas mídias, atua também como elemento de contestação do ideário consagrado pelo noticiário “clássico”, permitindo assim uma distinção entre “velho” e “novo” não apenas no quesito técnico, mas também na oposição ideológica (CORACÃO; EDUARDO, 2014, p. 203).

Ou seja, a blogosfera reforça a mística comunitária, mas também lida com questões mais complexas. Para L. Martino:

Um blog se apresenta como uma identidade pública eletronicamente mediada. Tradicionalmente, a intimidade é uma categoria próxima da noção de “visibilidade”. O “íntimo” é exatamente aquilo que não deve ser visto, está fora do alcance dos outros, do “público”, sua categoria oposta. Nesse sentido, a ideia de qualquer diário on-line se funda sobre uma espécie de paradoxo: é uma intimidade para ser vista, espécie de transparência artificial de si mesmo, criada para ser vista (MARTINO, 2010, p. 180-181).

Uma visibilidade de *transparência artificial* demonstra que a crítica é também uma clivagem da realidade, cuja materialidade se reveste de dilema. Tais embaraços podem ser notados em Viomundo. Em “Lula em 2018 é a explicação para o estado febril da direita”, ao relatar as diversas manifestações reacionárias após as eleições de 26 de outubro de 2014, Azenha diz:

No Brasil, apesar da existência do Instituto Millenium, ainda não apareceram os grandes financiadores privados das ideias hiperneoliberais, papel feito nos Estados Unidos pelos irmãos Koch e outros. Será, certamente, nosso

próximo passo para ter uma extrema direita que nos empurre no caminho da radicalização – já vivido, aliás, na Venezuela, Bolívia e Argentina (AZENHA, Viomundo, 3 nov. 2014).

A mesma desconfiança em relação à *velha mídia* e seus agentes financiadores – Instituto Millenium – pode ser sentida em “Vitória por pequena margem impõe governo que busque apoio nas ruas”:

No domingo da apuração, na Globonews, antes mesmo do anúncio oficial dos resultados os comentaristas já “escolhiam” o futuro ministro da Fazenda: o ex-secretário executivo da pasta, Nelson Barbosa. Merval Pereira, a voz da Globo, duvidava que Aloizio Mercadante deixará a Casa Civil para comandar a economia. É óbvio que, não podendo escolher o presidente, a Globo quer ocupar o segundo cargo mais importante na hierarquia do Executivo. É deste tipo de pressão da mídia que Dilma deverá se libertar de cara no segundo mandato (AZENHA, Viomundo, 27 out. 2014).

Ainda nesse filão, em “Da Veja, com carinho, direto para o Jornal Nacional”, o autor argumenta sobre as técnicas de certa economia política da informação:

O Jornal Nacional deverá repercutir a capa de forma acrítica já na sexta-feira, horas antes do debate final. Dilma não terá o horário eleitoral gratuito para rebater o que for dito no debate. Teremos, portanto, praticamente dois dias de cobertura do “petrolão” totalmente direcionados pela campanha de Aécio. Agora dá para entender perfeitamente porque o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso convocou o ato público contra “toda a podridão que está aí”. A capa da Veja vai incendiar a classe média fascitoide que é hoje a militância do PSDB (AZENHA, Viomundo, 23 out. 2014).

O tema da representação crítica é o acontecimento social em estado de tensionamento, a cunhar uma interação polarizada por meio dos antagonismos de setores situacionistas e oposicionistas. O fazer jornalístico é moeda de troca forte nessa abordagem, pois satura as visibilidades mediadas em arenas e espaços públicos remodelados pela crítica aguda ao Instituto Millennium, Rede Globo, Revista Veja.

J. Thompson salienta que há uma visibilidade chancelada midiaticamente, apropriada e *narrada*, diuturnamente, entre os limites do político e do propagandístico:

A mudança na natureza da publicidade – da publicidade tradicional de copresença para as várias formas de publicidade mediada prevalentes hoje – alterou profundamente as condições sob as quais o poder político é exercido.

Podemos começar as desdobrar as implicações políticas desta transformação, considerando como aqueles que exercem poder político procuram administrar a própria visibilidade diante dos outros (...). Mas do desenvolvimento dos meios de comunicação, e a conseqüente transformação na natureza da visibilidade, mudaram as regras práticas desta arte (THOMPSON, 2012, p. 177).

O dilema de representação de Viomundo, pensando as “n” possibilidades diante do outro, vincula-se à identificação de um setor político específico: os simpatizantes do governo petista. O debate proposto pelo *blog* só pode ser entendido se inserido na discussão sobre os papéis de certos atores sociais em determinada arena de luta. É por essa via que a *mídia tradicional* também pode ser questionada, em seus valores éticos, estéticos e técnicos. A dialética das práticas jornalísticas é alçada a um nível *interminável* de tensão. Em “Em debate agressivo, Aécio foge das perguntas e se sai melhor; leitores discordam”, notamos, novamente, as oposições políticas determinadas e atribuídas:

Bem articulado, Aécio conseguiu transformar (...) as perguntas em questões menores, como se Dilma estivesse rebaixando o debate, quando ele tomou a iniciativa com agressividade desde o primeiro momento, ao falar em inflação descontrolada, “cemitério de obras inacabadas” e denúncias de corrupção. Com o dedo em riste, Aécio chegou a advertir a presidente: “Não me meça com a sua régua”. Em outro momento, sugeriu que Dilma ficará desempregada a partir de primeiro de janeiro. Acusou a presidente frontalmente de mentir. Sobre as denúncias na Petrobras, disse que Dilma teria sido ou conivente ou incompetente (AZENHA, Viomundo, 16 out. 2014).

Essa espécie de obsessão contra-hegemônica (no sentido gramsciano do termo) é mostrada de forma exaustiva na imputação de certas identidades: o trabalhismo de Dilma, o liberalismo de Aécio e o cinismo da *velha mídia*. Nesse sentido, o conhecimento social não está deslocado da arena pública *contaminada* por expressões adjetivas. A acepção *blogs sujos* passa a ter uma feição partidária, pois adquire um estatuto de denúncia ao aparato midiático majoritário da informação. O desvencilhamento do panfleto da blogosfera é absorvido, conforme Martino, nas *visões de mundo*:

O blog apresenta uma coleção de imagens – textuais ou visuais – de si, e, em termos de conhecimento do autor, permite no máximo saber quais as representações usadas pelo autor do blog para descrever a si mesmo – e isso não se aplica, evidentemente, apenas aos textos que se referem diretamente a “quem se é”, mas também aos textos em que uma visão de mundo é exposta (MARTINO, 2010, p. 181-182).

Em paralelo a esses apontamentos, vejamos os componentes do texto “Ataque ao pré-sal pode desarticular integração do continente à brasileira”:

A arquitetura anti-hegemônica brasileira, costurada inicialmente pelo ministro Celso Amorim, incluiu a diversificação de mercados, a independência em relação ao FMI, a ampliação e o fortalecimento do Mercosul, a criação da Unasul, a ‘ultrapassagem’ da OEA e o fortalecimento das relações entre os BRICs, para citar apenas alguns passos. Embora as campanhas eleitorais sempre priorizem as questões domésticas, não podemos deixar de considerar que esta arquitetura também estará em jogo nas eleições de outubro deste ano: o desmanche, o realinhamento ou o fortalecimento do projeto de inserção do Brasil na economia global adotado há mais de dez anos (AZENHA, Viomundo, 1 set. 2014).

A defesa dos êxitos estratégicos do governo e dos movimentos políticos na América Latina se configura como participação democratizante. Mas esse chamamento político ideológico é, *a priori*, embalado por uma espécie de controle. Portanto, o *slogan* da *mídia progressista* se institui de uma narratividade lógica a partir das seguintes condições a) o anseio por um projeto político desenvolvimentista e trabalhista; b) a discordância com o liberalismo econômico e o estado mínimo; c) a identificação da *velha mídia* como adversária do aprimoramento democrático. As consequências dessas impressões são pronunciadas por enunciadores múltiplos.

A enunciação da participação: outra tensão?

Comunicação pressupõe participação política. Se atrelássemos essa afirmação, meio audaciosa, às demandas da cidadania, perceberíamos que a internet se fecunda como um interessante objeto, com suas potencialidades de interatividade em meio a estilhaçados diálogos. W. Gomes (2008) adverte-nos das possibilidades democráticas da internet: superação dos limites do tempo e espaço para a participação política; extensão e qualidade do estoque de informações *online*; comodidade, conforto, conveniência e baixo custo; facilidade e extensão de acesso; ausência de filtros e controle; interatividade e interação; oportunidade para vozes minoritárias ou excluídas.

No entanto, esses elementos elencados por Gomes, de feições democráticas, só são percebidos como prática cultural participante, de fato, se alojados na tensão do debate político e na intersubjetividade. Nesse sentido, o processo comunicacional digital é preenchido por transgressões, já que estabelece um ambiente de atividade política aguda e ininterrupta. Os avanços da participação política só podem ser aferidos na junção das *enunciações de participação*,

que são convocações estéticas, impressas na *partilha do sensível* e nas arenas de construção simbólica. Percebe-se essa vinculação de *partilhas sensíveis com construção simbólica* em “JN: só vôlei e The Voice entre o escândalo e a propaganda do PT”:

Desta vez, curiosamente, o resultado das pesquisas e a longa reportagem sobre as denúncias do ex-diretor da Petrobras Paulo Roberto Costa e do doleiro Alberto Youssef foram seguidas... pela propaganda eleitoral do PT. O Jornal Nacional sabia, com certeza, que logo depois da longa denúncia, viria a propaganda de Dilma. Sabe o que separou a denúncia da Petrobras da propaganda eleitoral do PT? Uma notícia sobre um campeonato de vôlei e um anúncio do programa global The Voice. Como se vê, foi tudo muito bem arquitetado no Jardim Botânico. Ah, sim, a pesquisa propagandeada pelo 247 (Aécio 54% x Dilma 46%), que saiu primeiro no site da revista *Época*, das Organizações Globo, foi reproduzida no programa eleitoral de Aécio Neves. Outra coincidência (AZENHA, Viomundo, 9 out. 2014).

É evidente que os dados e os levantamentos se constroem por meio de *simulacros*, em larga medida. No entanto, o paradoxo de Viomundo é a tênue divisão entre o jornalismo portador da realidade e a enunciação vislumbrada por tantos atores convocados para a rivalidade com a *mídia tradicional*. Para J. Prado, a convocação biopolítica se dá por múltiplos dispositivos de enunciação:

Os enunciadores das máquinas comunicacionais ritualizam a especialização estética da mercadoria, já que as atividades de leitura, audição, televisão e imersão convocam o receptor a vivenciar experiências multissensoriais, voltadas à construção de uma vida desejável (...). Modalizar significa motivar o destinatário da comunicação a ser alguém ou a fazer algo a partir de um querer, fornecendo a ele um saber e indicando o dever fazer (PRADO, 2013, p. 30).

O que salta à vista é que Viomundo modaliza a aridez que não é apenas sua, em se tratando de construção simbólica, mas da imprensa brasileira – e talvez da imprensa mundial –, denotando a falência ética e o cinismo jornalístico. O discurso da imprensa é rivalizado ali, nos textos assinados por Azenha em “Opinião do *blog*”, estendido à enunciação e seus consequentes requisitos convocatórios.

A opinião pública, portanto, deve ser conquistada por desejos conflitantes. Nesse contexto, no dia 9 de novembro de 2014, o jornal Folha de S.Paulo traz a seguinte manchete: “Jornalismo profissional domina as redes sociais”, em referência aos embates da campanha presidencial de 2014 na internet. Não deixa de ser provocante o *recibo* que o jornal paulista passa, ao se portar como defensor do profissionalismo em meio aos *bárbaros* da mídia digital *suja*.

O que se evidencia é um papel constrangedor para a atividade jornalística: a de ser o veículo transportador de quimeras. Ou seja, é mítico perceber que o embate é, mais do que qualquer coisa, torto. A dinâmica política de qualquer sociedade se edifica com intenções ligadas a novos e impertinentes atores na *terra devastada da internet*. Gomes (2008) nos chama a alguns desafios, nesse sentido, a saber: a qualificação da opinião política; a resolução da desigualdade dos acessos à informação; os enraizamentos das culturas políticas; a hegemonia dos meios de comunicação tradicionais; a interdição do sistema político; o controle à liberdade; a vigilância desmesurada; e a ciberameaça.

Sob tais balizas, o discurso da análise passa pelas questões discursivas, com as quais o acontecimento é peça medida. O acontecimento social do mundo político é dosado, em Viomundo, a partir da matriz *progressista*, por uma enunciação que prevê a diluição de identidades complexas em antagonismos. Sua saída estratégica é a crítica à *mídia tradicional*, fundamentalmente. Nesse sentido, a resenha aos eventos da sociedade é mais impactante do que a autorreferencialidade, pura e simplesmente. Com isso, o *simulacro* é o ferramental de luta para que se faça o olhar acurado da mídia, como um todo.

A visibilidade de Viomundo é feita de questões de fundo, portanto, a destrinchar a *práxis* jornalística e o seu entendimento sobre a realidade disputada. Nesse aspecto, em “Debate na Globo: de cara, Dilma neutraliza a bala de prata”, encontramos:

No conjunto da obra, Dilma fez o necessário para impedir uma grande surpresa de última hora. Se de fato Aécio precisava de uma grande virada para vencer as eleições de domingo, não teve êxito. Se a capa da Veja foi a bala de prata da oposição, melhor caracterizá-la como um tiro no pé (AZENHA, Viomundo, 25 out. 2014).

É lógico que, a partir de uma oposição política, a sensação de desconforto é categoria firmada de um jornalismo que revela: a) a localização dos atores políticos; b) a extensão do papel dos atores políticos em determinada contenda de conflito; c) a percepção das incontínuas políticas na rede digital de informação; d) a mediação valorativa e cultural da mídia. A expressão *jornalismo crítico* só pode ser avançada ou recuada se avaliarmos a intriga e a ação da realidade sob o nível do acontecimento social como instrumento narrativo.

Acontecimento regido pela *violência enunciativa da ação*

Prado nos reserva a seguinte provocação:

A convocação é, em primeiro lugar, um empuxo à interatividade, para que o consumidor dê resposta a esse apelo. É preciso produzir circuito pulsional,

circulação de sentidos-sensações. A convocação é apelo para que os consumidores participem, emitam, façam parte da comunicação e do consumo (...). E não se trata de acreditar que um dia as lutas progressistas múltiplas conseguirão produzir uma cadeia de equivalências comum para construir uma política progressista que acabe com a exceção (PRADO, 2013, p. 40).

No bojo dessa convocatória, situa-se o amplificador narrativo como ordem de vida. A nomenclatura “Viomundo” revela, entre outras coisas, que o jornalista Luiz Carlos Azenha é digno de assinatura – o repórter audaz que percorreu o mundo. Esse tratamento se ampara no renome e no prestígio. Mas, mais do que cumprir uma missão, é reservada a Viomundo a crítica emancipatória, uma convocação alinhada ao engajamento político e à resistência de caráter contra-hegemônico.

Essas pretensões não só são pulverizadas ao sabor das razões concomitantes do universo que Viomundo trata como também se fincam em certa agenda político-ideológica. Assim, a política ou a democracia são orientadas como disputa da pauta pública e/ou como instrumentalização do discurso para os mais variados interesses sociais.

Vista assim, a mídia, de forma geral, estaria justaposta a uma explicação casual. Em “Aécio, na Record: ‘sou absolutamente fiel aos trabalhadores’”, temos pistas desses ritos:

Mas a capacidade de discursar de forma coerente não é capaz de esconder as contradições. Hoje, Aécio assumiu para si o controle da inflação sob o plano Real, aprovado durante o governo Itamar Franco, mas se afastou de Fernando Henrique Cardoso quando Dilma Rousseff falou em privataria, desemprego e arrocho salarial (AZENHA, Viomundo, 20 out. 2014).

Percebe-se que, além da explicação e da identificação dos atores políticos, a menção ao *jornalismo crítico* se evidencia no acontecimento como tradução cultural.

Entendemos que há uma produção de significados no sujobloguismo que perpassa uma “nova opinião pública”, justamente, na anteposição com a imprensa nacional estabelecida em aportes ideológicos já enraizados. Ocorre uma materialização nesses blogs de uma nova ancoragem do fato social, que pode ser medida pelo que chamamos de avesso do acontecimento, regido na incorporação da crítica observadora com um “jornalismo” marcado por engajamentos e sedimentado na opinião pessoal. No entanto, o avesso está fundamentado na exibição (ou na tentativa de) da verdade factual “escondida” ou “escamoteada”. Como essas informações são veiculadas pela internet, incide-se uma dispersão proposital,

em que as lógicas de um “grande debate em rede” se incorporam aos temas da política e do papel da mídia no debate sobre os rumos do Brasil (CORAÇÃO; EDUARDO, 2014, p. 204).

Colocando a discussão em perspectiva, a dinâmica do acontecimento jornalístico na blogosfera pode ser explicada naquilo que Martino chama de *identificação das arestas da comunidade* (MARTINO, 2010), ou na permanência de uma publicidade sedimentada na própria ideia de *visibilidade* (THOMPSON, 2012).

O que estamos antecipando é que existe uma intriga nessas disputas todas, por meio da crítica jornalística baseada na tradução de certas visualidades que, em Viomundo, materializam-se nos seguintes tensionamentos: a) oposição entre atores políticos; b) oposição entre atores midiáticos; c) oposição entre técnicas de incorporação noticiosa; d) oposição entre *velha mídia* e novos dispositivos de mediação da informação; e) oposição entre crítica e orientação narrativa dos acontecimentos. É necessário, em relação à menção desses itens, atentar ao comentário de G. Silva:

Quando, no jornalismo, nos dispomos a pensar pela perspectiva da narrativa/narratividade aparece o abismo entre a realidade e a representação que se faz dela. Ao tratar do caráter narrativo das notícias, muitos estudos visam acabar com a hegemonia da referencialidade (SILVA, 2013, p. 90).

De novo, vislumbra-se o jornalismo como elemento de visibilidade, muito mais complexo que as amarras da *hegemonia da referencialidade*. Quando Braga nos chama a atenção para categorizações em torno da crítica, o que se nota é que o visível – ou permitido – midiático não está dissociado de sua tensão inerente, que é a posição narrativa de intriga.

Não seria incoerente afirmar, portanto, que o acompanhamento midiático, por parte de Viomundo, é sedimentado em narratividade, baseando-se em efeitos de crítica jornalística e em tensão de tradução da realidade. Trata-se de um problema de comunicação, complexificado no acontecimento narrativo social. Para Ricoeur (2012), a dinâmica do tempo narrativo na intriga pode estar sustentada em dois quesitos fundamentais: a verossimilhança diluída ante um entreposto de realidade, e a polarização entre a representação de certa realidade e o mito da transparência advinda dessa própria representação.

Ou seja, a polarização entre *mythos* e *mimesis*, na apropriação do pensamento de Aristóteles, é empreendida por uma noção de visibilidade. De novo, tem-se a crítica como elemento essencial para perceber níveis e categorias de ação em determinado acontecimento narrativo durável em dado tempo social. A ação da realidade se localiza, portanto, no princípio de que o acontecimento é medido por uma tradução temporal da existência (ou da experiência).

O possível, o geral não devem ser buscados em outra parte senão no agenciamento dos fatos, porque é esse encadeamento que tem de ser necessário ou verossímil. Em suma, é a intriga que dever ser típica (...). Pensar uma relação de causalidade, mesmo entre acontecimentos singulares, já é universalizar (RICOEUR, 2012, p. 73).

O esquema de Ricoeur é coerente, já que coloca em pé de igualdade o prenúncio discursivo com a pulsação do real. A poética em torno da apresentação descritiva, no caso da blogosfera, ou, mais especificamente, de Viomundo, se faz de práticas que se entrelaçam em imagens e estratégias do real. Baudrillard nos dá uma precisa amostra nesse sentido: “A ilusão já não é possível porque o real já não é possível” (BAUDRILLARD, 1991, p. 29-30).

O acontecimento social jornalístico pode ser um atributo de crítica, *a priori*, mas também pode se *contaminar* como ideia acabada do que poderíamos entender como crível. É necessário frisar que o verossímil é uma convenção ilusória da narratividade, e esse mesmo código de ilusão é apropriado, no caso de Viomundo, para os mais diversos fins. Em “O debate sobre golpe e impeachment entre apoiadores de Dilma”, temos que:

O cuidado que Dilma deve tomar é o de não descuidar de tal forma da base que a elegeu a ponto de vê-la completamente ausente das ruas em caso de uma verdadeira tentativa de golpe. Porém, o PT tem sido muito hábil em conseguir mobilizar seus eleitores e militantes só quando interessa: durante a campanha eleitoral. Não há motivo para acreditar que não conseguirá fazê-lo novamente, por mais desanimador que isso seja para os que batalham por mudanças verdadeiras e profundas na sociedade brasileira (AZENHA, Viomundo, 5 dez. 2014).

Ainda em “Os sinais de que os tucanos sentem os golpes de Dilma”, encontramos: “Está claro que, se Dilma entrou na campanha do segundo turno na defensiva, com Aécio Neves em ascensão, existem sinais sólidos de que o momentum mudou e ela tem chances de virar o jogo nos próximos dez dias” (AZENHA, Viomundo, 5 dez. 2014). É lógico que tais representações ligam-se a diversos agentes reais, pela observação crítica e pela premissa da opinião forte como voz convocatória de ilusões do verossímil do mundo político.

Concluindo: entre a dinâmica social e a visibilidade inconveniente

A diluição da *mídia tradicional* é ingrediente essencial para entendermos a instabilidade de representação do jornalismo contemporâneo. Estamos diante de visibilidades inquietantes, não resta dúvida. Entretanto, as distinções em torno de um texto corrosivo podem servir de esteio para um debate mais aprofundado sobre o futuro do jornalismo.

No texto “A Folha publica opiniões divergentes”, de 20 de outubro de 2014, o jornalista Pedro Alexandre Sanches provoca:

O diacho, caros capatazes, é que nossas cabeças já rolaram há muito tempo, e mesmo assim continuamos pensando, pensando, pensando. A gargalhada do público culturete-folhete (...) mostra que, percalços à parte, somos cada dia mais ouvid@s e compreendid@s (SANCHES, Folha de S.Paulo, 20 out. 2014).

Esse entendimento, por parte de um grupo de jornalistas, de que o tempo jornalístico hegemônico passou, legítima *sites* e *blogs* como Viomundo. Se a participação política é convocada por dispositivos, tanto as preconizações de Gomes (2008) sobre a democracia cidadã da internet quanto o debate em torno da biopolítica (PRADO, 2013) nos fornecem elementos para uma *poética da crítica*, nas seguintes direções: a) a crítica como dinamismo do acontecimento social; b) a crítica como pressuposto de diálogo social; c) a crítica como mera visibilidade.

Ao definir nortes para essa discussão, Braga nos esclarece a respeito de sua metodologia sobre a inclusão social por meio de dinâmicas mais sofisticadas: “os dispositivos críticos deveriam ter fortes relações de fluxo com os processos produtivos, gerando a possibilidade de efetivas incidências sobre a qualidade de produção e o aperfeiçoamento dos processos sociais midiáticos” (BRAGA, 2006, p. 66).

O que se percebe é que o acontecimento é regido por um *efeito de violência*, um ponto de fratura que torna a visibilidade recorrente mais cruel diante da realidade fugidia. Nesse sentido, tanto P. Ricoeur quanto R. Barthes nos provocam a ver que o acontecimento social é, também, instrumento de linguagem identitária simbolizada.

Ao contextualizar os episódios de Maio de 1968, na França, Barthes indica que o acontecimento se insere em três níveis: fala, símbolo e violência. A síntese dessa discussão pode se endereçada aos dias atuais, se identificada à premissa da arena e dos tensionamentos midiáticos.

Considerar o acontecimento sob o ângulo das oportunidades de mutação simbólica que ele pode implicar significa nós mesmos rompermos primeiro, tanto quanto possível (...), com o sistema de sentido que o acontecimento (...). A interpretação, pouco a pouco, deve ser substituída por um discurso novo, que tenha por finalidade não o desvendar-se de uma estrutura única e “verdadeira”, mas o estabelecer-se de um jogo de estruturas múltiplas (BARTHES, 2004, p. 198).

A arena simbólica é representação de realidade e de identidades midiáticas. Tudo é representação porque tudo é interposto, mediado. Nessa pista de análise, Viomundo se mostra

como um painel/observatório/espço de trocas opinativas sobre o acontecimento social, formalizado pela incumbência de debate agressivo e errático. A irritação da mensagem se dilui, portanto, ante a necessidade de um agendamento público que dê conta das disputas narrativas, em torno das feições públicas. Nelas, a equação de agentes (políticos, jornalistas e sociedade civil) se harmoniza com o sentimento de determinadas comunidades, reais e virtuais. Para Martino, “a própria noção de algo comunitário se tornou virtual” (MARTINO, 2010, p. 187).

Essas questões são baseadas em metacrítica. Mas, ao contrário dos restabelecimentos tracionais de controle, trata-se da crítica da legitimação midiática e da apresentação tensiva dos adversários dispostos em uma arena de batalha simbólica. Assim, a convocação não é apenas elemento do *vigiar* e do *punir* (em referência a M. Foucault), mas peça fundamental de materialização de uma visibilidade de limite, necessária às tensas demandas da vida social, política e representacional.

Referências

- BARTHES, R. “A escrita do acontecimento”. In: _____. *O rumor da língua*. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- BAUDRILLARD, J. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d’água, 1991.
- BRAGA, J. L. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.
- CORAÇÃO; C. R.; EDUARDO, A. P. “O sujobloguismo como expressão de contra-hegemonia e crítica: reflexões a partir de Viomundo, Escrevinhador e *Blog da Cidadania*”. *Revista Alceu*, vol. 15, n. 29, Jul.-Dez. 2004.
- GOMES, W. “Internet e participação política”. In: GOMES, W.; MAIA, R. C. M. *Comunicação e democracia: problemas e perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008.
- MARTINO, L. M. S. *Comunicação e identidade: quem você pensa que é?* São Paulo: Paulus, 2010.
- PRADO, J. L. A. *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*. São Paulo: Educ; Fapesp, 2013.
- RANCIÈRE, J. *A partilha do sensível: estética e política*. 2ª ed. São Paulo: 34, 2009.
- RICOEUR, P. *Tempo e narrativa*. volume 1: A intriga e a narrativa histórica. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
- SANCHES, P. A. “A Folha publica opiniões divergentes”. *Farofafá* (Revista Carta Capital). 20 out. 2014. Disponível em: <<http://farofafa.cartacapital.com.br/2014/10/20/a-folha-publica-opinioes-divergentes>>. Acesso em: 26 Jan. 2016.
- SILVA, G. “Acontecimento jornalístico como tradução cultural”. In: VOGEL, D.; MEDITSCH, E.; SILVA, G. *Jornalismo e acontecimento: tramas conceituais*. Volume 4. Florianópolis: Insular, 2013.
- THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 13ª ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

Textos de Viomundo

- AZENHA, L. C. “Aécio, na Record: ‘sou absolutamente fiel aos trabalhadores’”. *Viomundo*, Opinião do *blog*. 20 Out. 2014.
- AZENHA, L. C. “Ataque ao pré-sal pode desarticular integração do continente à brasileira”. *Viomundo*, Opinião do *blog*. 1 Set. de 2014.

AZENHA, L. C. “Da Veja, com carinho, direto para o Jornal Nacional”. *Viomundo*, Opinião do *blog*. 23 Out. 2014.

AZENHA, L. C. “Debate na Globo: de cara, Dilma neutraliza a bala de prata”. *Viomundo*, Opinião do *blog*. 25 Out. 2014.

AZENHA, L. C. “Em debate agressivo, Aécio foge das perguntas e se sai melhor; leitores discordam”. *Viomundo*, Opinião do *blog*. 16 Out. 2014.

AZENHA, L. C. “JN: só vôlei e The Voice entre o escândalo e a propaganda do PT”. *Viomundo*, Opinião do *blog*. 9 Out. de 2014.

AZENHA, L. C. “Lula em 2018 é a explicação para o estado febril da direita”. *Viomundo*, Opinião do *blog*. 3 Nov. 2014.

AZENHA, L. C. “O debate sobre golpe e impeachment entre apoiadores de Dilma”. *Viomundo*, Opinião do *blog*. 5 Dez. 2014.

AZENHA, L. C. “Os sinais de que os tucanos sentem os golpes de Dilma”. *Viomundo*, Opinião do *blog*. 15 Out. 2014.

AZENHA, L. C. “Vitória por pequena margem impõe governo que busque apoio nas ruas”. *Viomundo*, Opinião do *blog*. 27 Out. 2014.

IMAGENS ARQUETÍPICAS EM *BATMAN, O CAVALEIRO DAS TREVAS*¹

Sílvio Anaz

O monomito do homem-morcego

Batman é, dentre os heróis ficcionais contemporâneos, provavelmente o mais humano deles. Diferentemente de outros, cujos poderes vêm do fato de serem alienígenas (Super-Homem) ou surgem como consequência de algum acidente científico (Homem-Aranha), ou ainda decorrem de mutabilidade genética (X-Men), os poderes de Batman são fruto de suas próprias virtudes. Está em seus esforços físicos e intelectuais, no uso que faz da ciência e da tecnologia e no poder econômico que detém para financiar suas ações.

Desde sua criação, nos anos 1930, até a conclusão da trilogia cinematográfica *O cavaleiro das trevas*, em 2012, as narrativas sobre Batman – em gibis, *graphic novels*, seriados televisivos, filmes para o cinema e *videogames* – o fizeram um dos heróis mais bem-sucedidos, em termos de popularidade e comerciais. Consequentemente, suas aventuras constituíram um imaginário poderoso, arcabouço de imagens, símbolos, mitos e arquétipos que extrapolam as próprias narrativas do herói e se fazem presentes em vários momentos da vida contemporânea. Criam poderosas intertextualidades que ultrapassam os significados imediatos desses elementos simbólicos.

¹ Esta pesquisa conta com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Processo n.º 2014/13330-1. As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade do autor e não necessariamente refletem a visão da FAPESP e da CAPES.

A trilogia cinematográfica *O cavaleiro das trevas*², escrita e dirigida por Christopher Nolan, apresenta o herói a partir de três momentos-chave de sua trajetória: a origem, o auge e o renascimento. Caracteriza-a como um “monomito” (CAMPBELL), que segue a clássica estrutura narrativa da jornada do herói, para revelar um Batman violento, angustiado e vivendo nos limites da sanidade – mas, apesar disso, um herói virtuoso.

Esta investigação propõe desenvolver uma mitocrítica (DURAND) que busca identificar quais são os arquétipos e mitos dominantes no imaginário construído pela trilogia. Para começar a fazer isso, é preciso definir o conceito de imaginário usado nesta análise e o seu papel no cinema.

Imaginário: percurso antropológico e cimento social

Michel Maffesoli vê o imaginário como o “cimento social” que une o indivíduo ao coletivo. Para ele, “a estreita conexão que existe entre as grandes obras da cultura e aquela cultura vivida no dia a dia constitui o cimento essencial de toda vida societal” (MAFFESOLI, 2010, p. 51).

Na sociedade contemporânea, a produção cinematográfica, especialmente aquela que alcança grande sucesso popular (*mainstream*), também cumpre essa função que Maffesoli atribui às “grandes obras da cultura”. É no âmbito de imaginários construídos, reproduzidos e compartilhados por filmes de sucesso que parcela significativa dos indivíduos estabelece processos de identificação com personagens, trajetórias, visões de mundo, comportamentos, estilos de vida e padrões estéticos.

O universo dos super-heróis tem sido fonte de imaginários que permeiam gerações em diferentes culturas e em diferentes linguagens, dos quadrinhos ao *videogame*. Eles surgem e se desenvolvem através das histórias em quadrinhos, como a atualização do arquétipo do herói, principalmente na sociedade norte-americana, sob os efeitos da Grande Depressão econômica das décadas de 1920 e 1930 e da Segunda Guerra Mundial. Nas primeiras décadas do século XXI, esses imaginários têm sido atualizados e ganhado força comunicacional à medida que os super-heróis tornam-se um dos principais temas e fonte de sucesso da indústria cinematográfica³.

2 A trilogia é composta pelos filmes: *Batman begins* (2005), *Batman, o cavaleiro das trevas* (2008) e *Batman, o cavaleiro das trevas ressurge* (2012), todos concebidos e dirigidos por Christopher Nolan e baseados em diferentes narrativas protagonizadas por Batman em gibis e *graphic novels*. Todos os três filmes ficaram entre as dez maiores bilheterias mundiais nos seus respectivos anos de lançamento, sendo que *Batman, o cavaleiro das trevas* foi a maior bilheteria mundial em 2008.

Mas, como esses imaginários, em larga escala fantasiosos, são capazes de seduzir a audiência? Para entender isso, é preciso compreender como funciona o imaginário, na concepção de G. Durand (1921-2012). Ele concebe o imaginário como um conjunto de atitudes imaginativas produzidas pelo ser humano em um trajeto antropológico que une o biológico ao cultural e vice-versa. É nesse percurso que, segundo Durand, há “a incessante troca que existe ao nível do imaginário entre as pulsões subjetivas e assimiladoras e as intimações objetivas que emanam do meio cósmico e social” (DURAND, 2002, p. 41). É nesse trajeto antropológico que se produzem os elementos simbólicos, como arquétipos, imagens, símbolos e mitos.

No percurso antropológico, se dá a interação de características biopsicológicas *básicas* do ser humano: os reflexos dominantes postural, digestivo e copulativo, identificados pela escola russa de psicologia objetiva (ou reflexologia) no começo do século XX. Também os esquemas e estruturas psicológicas derivados desses reflexos, com os elementos dos meios natural e social. Nesse percurso, de mão dupla, reversível e de gênese recíproca, cada reflexo dominante está articulado a esquemas e estruturas específicas que resultam em arquétipos e simbolismos.

Esses esquemas e estruturas figurativos foram agrupados e classificados por Durand (2002) em dois regimes de imagens: diurno e noturno. O regime diurno reúne estruturas heroicas (esquizomórficas) ligadas ao gesto postural e regidas pelas lógicas da oposição (antítese), ascensão, virilidade, separação e polêmica, representando a *vitória* sobre a morte e o tempo. O regime noturno reúne as estruturas místicas (ou antifrásicas), derivadas do gesto digestivo, e as estruturas sintéticas (ou dramáticas), derivadas do gesto copulativo. Elas buscam a construção de uma harmonia e a união (fusão), regidas pelas lógicas do mergulho íntimo, quietude, gozo, aconchego, do cíclico e da progressão no tempo, representando uma *eufemização* e a inversão dos significados simbólicos da morte e do tempo.

É nesse percurso antropológico que se produz o imaginário. Ele é, então, composto por conjuntos de imagens, símbolos, mitos, arquétipos e estereótipos (degradação dos arquétipos), elementos que são simbólicos, “o produto dos imperativos biopsíquicos pelas intimações do meio” (DURAND, 2002, p. 41). Como lembra Maffesoli, “não é a imagem que produz o imaginário, mas o contrário. A existência de um imaginário determina a existência de conjuntos de imagens. A imagem não é o suporte, mas o resultado” (MAFFESOLI, 2001, p. 76).

3 Os títulos cinematográficos dos super-heróis estiveram, entre 2001 e 2013, segundo levantamento do Box Office Mojo, sempre entre as maiores bilheterias mundiais, sendo que os filmes *Homem aranha* (2002), *Homem aranha 3* (2007), *Batman, o cavaleiro das trevas* (2008) e *Os vingadores* (2012), obtiveram a maior bilheteria mundial nos respectivos anos de seus lançamentos.

É importante destacar que a abordagem do imaginário como um trajeto antropológico caracteriza suas estruturas e funcionamento como a-históricos. Deve-se entender o percurso antropológico como um processo perene desde o surgimento do *Homo sapiens*. Além disso, apesar dos esquemas e estruturas orientarem a ação do imaginário, não há um determinismo na produção das imagens, símbolos ou mitos. Os atos de imaginar e decidir sobre o que imaginar são resultados do livre arbítrio e da liberdade de poder de criação.

Nesse sentido, merece especial atenção o papel do arquétipo nos processos de identificação do indivíduo com o imaginário coletivo. Inspirado na ideia da *imagem primordial*, desenvolvida por C. Jung, Durand concebe o arquétipo como atualizações e substantificações das interações dos esquemas e estruturas do imaginário com o mundo social e natural que ocorrem no percurso antropológico. É a partir do preenchimento das matrizes arquetípicas, de caráter universal e não ambivalentes, por uma determinada cultura, em um determinado momento histórico que se desenvolvem as narrativas mitológicas. Estas são entendidas como resultado da racionalização dos arquétipos e da combinação de imagens e símbolos que compõem um imaginário específico.

O arquétipo substantivo do herói (relacionado aos arquétipos epítéticos da luz, alto e puro), por exemplo, tem sido preenchido e atualizado por diferentes mitos ao longo dos tempos. Vemos Hércules, entre os antigos gregos, Momotaro, entre os japoneses do século XVII, e o Super-Homem, globalmente, a partir do século XX. Durand (2004) entende que os mitos fundadores – como os de Dionísio e Apolo, originários da mitologia grega – estão sempre circulando em todas as sociedades ao longo da história. Há o predomínio de alguns na produção cultural em determinados momentos ou movimentos, como no caso do mito de Prometeu que reina no Iluminismo e no auge do racionalismo científico:

Por exemplo, do fim do século XVIII ao meio do século XIX, a herança das Luzes, o choque da Revolução francesa, colocaram no primeiro plano, em todos os autores, de Maistre a Marx – como R. Trousson mostrou –, o recurso ao mito de Prometeu, o Titã blasfêmico, revoltado que rouba o fogo divino para oferecê-lo à Humanidade (DURAND, 2004, p. 12).

A partir do desenvolvimento da ideia de *comunidade emocional* (Max Weber) para explicar o fenômeno das tribos urbanas na contemporaneidade, Maffesoli (2010, p. 35-66) vê o imaginário coletivo como uma atmosfera ou, adotando a ideia de Walter Benjamin, como uma *aura*. Mais concretamente, é o imaginário o vetor do que é emocionalmente comum a um grupo. Ele é vetor de um *ethos* compartilhado, em que o estético (o sentir em comum)

constrói a relação ética (o laço coletivo) e daí se estabelecem os costumes (usos comuns que possibilitam a um grupo reconhecer-se como aquilo que é). Diferentes imaginários permeiam, assim, a sociedade, especialmente através dos arquétipos e mitos dominantes neles.

O imaginário é, dessa forma, um campo no qual criadores e audiências compartilham visões de mundo, aderindo de forma fluida a determinados *ethos*. Nessa perspectiva, as narrativas de Batman são compostas por arquétipos e mitos com potenciais de estabelecer a identificação da audiência com o imaginário que delas emerge. Isso, pois, o sucesso popular de um produto cultural pode ser um índice da penetração ou do alcance de um imaginário específico no âmbito sociocultural.

A partir da proposta metodológica de Durand de fazer uma crítica do produto cultural através da análise dos mitos nele presentes, a *mitocrítica*, veremos a seguir quais são as matrizes arquetípicas e os mitos dominantes na trilogia cinematográfica *O cavaleiro das trevas*.

Mitocrítica da trilogia *O cavaleiro das trevas*

A mitocrítica proposta por Durand faz parte da mitodologia, o estudo científico do mito. Segundo ele, a mitocrítica preserva e acumula os progressos de um *triedro* do saber, composto pelas críticas positivista-marxista, psicológica-psicanalítica e linguística-semiológica. No entanto, centra-se nas formas simbólicas, mais precisamente nos mitos:

A mitocrítica aborda o próprio ser da “obra” no confronto entre o universo mítico, que forma o gosto ou a compreensão do leitor, e o universo mítico que emerge da leitura de tal obra determinada. É em tal confluência entre aquilo que é lido e aquele que lê que se situa o centro da gravitação desse método que pretende respeitar as contribuições dos diferentes enfoques que delimitarão o triedro do saber crítico (DURAND, 1985, p. 252).

Por ter seus fundamentos nos arquétipos – e os arquétipos podem ser identificados apenas através dos efeitos que produzem (SHELBURNE, 1988, p. 37) –, a mitocrítica, como metodologia para o estudo científico do imaginário, possibilita uma compreensão dos processos comunicacionais e culturais. A investigação supera considerações focadas nas intenções dos criadores, nas leituras oblíquas das audiências ou nos rígidos determinismos socioeconômicos e materialistas, todas sempre muito questionáveis, para estabelecer o conteúdo estético e ético que se potencialmente compartilha no âmbito do imaginário coletivo.

A. Barros (2009, p. 6) explica que a mitocrítica tem o objetivo de verificar temas ou metáforas obsessivas presentes em obras da cultura em geral. A importância da mitocrítica está em colaborar na compreensão de uma obra, à medida que:

O mito seria, de alguma maneira, o “modelo” matricial de todo discurso, estruturado por padrões e arquétipos fundamentais da psique do *sapiens sapiens*, a nossa. É preciso, pois, pesquisar qual – ou quais – mito mais ou menos explícito (ou latente!) anima a expressão de uma “linguagem” segunda, não mítica. Por que razão? Porque uma obra, um autor, uma época – ou ao menos um “momento” de uma época – é “obsedado” (Ch. Mauron), de maneira explícita ou implícita, por um (ou mais) mito que, de maneira paradigmática, toma consciência de suas aspirações, seus desejos, seus medos, seus terrores... (DURAND, 2002, p. 131).

Para I. Iranzo, “a mitocrítica se realiza analisando as dimensões arquetípicas do objeto ou produto cultural, identificando suas unidades mínimas, os *mitemas*, e comparando-os com uma versão ideal do mito ao qual estão relacionados” (IRANZO, 2001, p. 7). O mapeamento dos temas, motivos e arquétipos mais recorrentes (redundantes e obsessivos) na trilogia *O cavaleiro das trevas* (Tabela 1) mostra que os elementos identificados convergem, de acordo com suas funções na narrativa, para um dos regimes de imagens (diurno e noturno) estabelecidos por Durand.

Há, na trilogia *O cavaleiro das trevas*, uma predominante presença de elementos simbólicos que convergem para as estruturas heroicas do regime diurno das imagens. Os filmes apresentam um tom beligerante, fundamentado nas disputas entre polos opostos (herói x vilão, mentor x seguidor), no uso de armas de alta tecnologia para derrotar ou eliminar os inimigos, em divisões e separações (comportamento sano/insano, personalidade social/secreta) e, principalmente, na jornada ascensional do herói.

Embora a trilogia seja predominantemente “diurna”, ela está profundamente mergulhada em imagens “noturnas”, com os cenários sombrios de Gotham City que servem de “lar” para heróis e vilões, o simbolismo do morcego que se funde com a imagem do protagonista e os mergulhos internos nos sentimentos escondidos do herói. Esse mergulhar no íntimo do protagonista, que revela sua luta contra medos, culpas e dúvidas, mostra também as fronteiras tênues entre o *virtuoso* e o *viloso*, que são expostas nas questões éticas geradas na jornada do herói.

Regime diurno	Regime noturno
Herói vigilante (função: ascensão – derrotar o mal e ser virtuoso. Ex: Batman, Comissário Gordon, Robin)	Cidade sombria (função: aconchego – criar um cenário soturno de decadência e corrupção – Gotham City – como “lar” adequado para a ação dos heróis e vilões)
Vilão (função: oposição – derrotar o herói e conquistar Gotham City e impor um reino de medo ou destruir a cidade. Ex: Coringa, Ra’s Al Ghul, Bane)	Fraternidade (função: união – abrigar e proteger membros de uma organização secreta ou não – Liga das Sombras, Máfia, Polícia)
Pais assassinados (função: separação – alimentar e sustentar a sensação de órfão (desproteção) do herói e o seu desejo de vingança e luta contra o crime – Thomas and Martha Wayne)	Amigo/Aliado (função: união – apoiar heróis e vilões. Ex: Rachel Dawes)
Vingança (função: ascensão/oposição – vingar a morte dos pais combatendo o crime)	Refúgio (função: aconchego – lugar onde heróis e vilões se escondem e preparam suas ações. Ex: Batcaverna, esconderijo da Liga das Sombras no Himalaia)
Coragem x medo (função: ascensão/oposição – superar e usar o medo é elemento-chave na construção da coragem do herói e em suas ações contra os criminosos)	Caos (função: misturar/fundir – desordenar o mundo, confundir o herói. Ex: Coringa, Espantalho, Bane)
Riqueza material (função: ascensão – tornar o herói poderoso e apoiar sua dupla vida como empreendedor, <i>playboy</i> e filantropo)	Morcego (função: união – criatura noturna que a princípio amedronta o herói e depois vira sua fonte de inspiração, tornando-se o seu principal símbolo: homem-morcego)

Tabela 1. Temas, motivos e imagens arquetípicas mais redundantes na trilogia
O cavaleiro das trevas.

O foco da trilogia está no percurso de Batman para a salvação – salvação de Gotham City e também dele mesmo –, e, nessa jornada, a ciência, a tecnologia e a ética assumem um papel central no imaginário construído pelos filmes. Sob essa perspectiva, a combinação dos mais recorrentes motivos, temas e arquétipos mapeados (Tabela 1) resulta em mitemas também redundantes na trilogia. São eles:

- *Herói científico e tecnológico* (resultado das combinações das funções de Herói vigilante, Medo, Riqueza material, Detetive, Arma e equipamento tecnológico, Sábio/Mestre, Corporação): Batman é apresentado como um herói que faz intensivo uso de alta tecnologia e dos conhecimentos e métodos científicos, que recorre aos métodos racionais, indutivo-dedutivo detetivescos para investigar os casos e que se dedicou, durante anos, a um treinamento e uma preparação física e mental, incluindo o aprendizado de truques como o da *invisibilidade*.

- *Tecnologia como maldição e salvação* (resultado das combinações das funções de Herói vigilante, Vilão, Medo, Riqueza material, Duplo, Arma e equipamento tecnológico, Sábio/Mestre, Instituição mental, Corporação, Fraternidade, Pessoa amada): os equipamentos de alta tecnologia aparecem de forma obsessiva nos filmes e são usados para fins tanto positivos como negativos, dependendo de quem os está manipulando. Em *Batman begins* e em *O cavaleiro das trevas ressurge*, equipamentos de alta tecnologia – um emissor de microondas usado para evaporar os reservatórios de água do inimigo e um reator nuclear, ambos roubados da Wayne Enterprise – são usados para ameaçar Gotham City pela Liga das Sombras. Por outro lado, o combate efetivo a essas ameaças é possível graças, também, a recursos de alta tecnologia, como o Batmóvel, a Batpod e outros equipamentos.

- *O lógico, a ordem e a justiça em oposição ao emocional, ao caos e à injustiça* (resultado das combinações das funções de Herói vigilante, Vilão, Riqueza material, Duplo, Arma e equipamento tecnológico, Sábio/Mestre, Corporação, Cidade sombria, Fraternidade): uma das disputas mais frequentes na trilogia de Nolan se dá entre a *ordem* (Batman e as instituições oficiais) e o *caos* (Liga das Sombras, Coringa). Uma das mais icônicas delas é a entre Batman e o Coringa no filme *O cavaleiro das trevas*. São colocados à prova a lógica e o método racionais de Batman, que convergem para o regime diurno das imagens, quando o Coringa testa o herói com escolhas extremas: em uma delas, ele deve decidir se salva um herói de Gotham (Harvey Dent), em uma decisão predominantemente racional (principalmente do ponto de vista utilitarista), ou se salva aquela a quem ama (Rachel Dawes), uma decisão emocional – que prevalece ao final.

Esses mitemas relacionados à ciência, à tecnologia e à ética, na trilogia *O cavaleiro das trevas*, remetem a mitos fundadores que não só estão em circulação na sociedade como também têm predominado no imaginário contemporâneo. É o que veremos a seguir.

Um herói científico, tecnológico, deontológico e vigilante

Boa parte da ciência moderna e das filosofias iluministas tem sido o resultado de atitudes imaginativas derivadas das estruturas heroicas do imaginário (regime diurno). Os esquemas de ascensão e separação têm sido dominantes, pelo menos, desde o século XIX, quando o pensamento positivista estabelece uma grande influência sobre ciência e tecnologia, com as (idealísticas e autísticas) ideias de progresso e controle e dominação da natureza pelo homem. Além disso, o método científico moderno tem resultado em uma progressiva divisão e isolamento dos campos do conhecimento. Desse modo, todos os elementos fora do paradigma científico da Era Moderna são considerados *adversários* do verdadeiro conhecimento, que é trazido somente pela ciência. O paradoxo nesse processo, como Durand bem apontou, é que a tentativa positivista de destruir o mito levou à instauração de um mito positivista:

Auguste Comte, como antes dele Saint-Simon na *Religião industrial*, deseja *depassar* e destruir o obscurantismo do mito, mas através de um outro mito, de uma outra teologia que não é nova [...] Existe então um tipo de «inversão» causal porque, para combater o obscurantismo da idade do mito e das imagens «teológicas», acentuamos uma mitologia progressista onde triunfa o mito de Prometeu e, principalmente, onde entrevemos os «amanhãs que cantam» do reino final do Espírito Santo (DURAND, 2004, p. 10-11).

Na trilogia *O cavaleiro das trevas*, a atualização positivista do mito de Prometeu⁴ é triunfante em vários aspectos. Os mitemas mapeados na narrativa mostram que o conhecimento científico e o que ele gera (tecnologia, truques, métodos) são grandes aliados do herói. Eles são também um de seus grandes inimigos, afinal a tecnologia aparece não só como salvação mas também como maldição. É através dela que os inimigos de Batman pretendem destruir o seu “lar” – Gotham City – e o próprio Batman. Nesse aspecto, os mitemas remetem a dois outros mitos, o de Fausto⁵ e o de Ícaro⁶, que expressam os riscos do descomedimento (*hybris*) do homem em relação ao conhecimento e à tecnologia.

4 O titânico Prometeu enganou os deuses em favor dos homens. Um dos significados de seu mito é que o fogo e as artes, que ele rouba dos imortais e dá aos mortais, possibilitaram iluminar a vida dos homens, resultando em conhecimento, progresso e avanço tecnológico.

5 O mito de Fausto, que se consolida no princípio da Idade Moderna, narra o pacto feito por um certo Doutor Fausto com Mefistófeles. Este, em troca da alma do doutor, lhe daria acesso a conhecimentos superiores aos da sua época. O mito fáustico representa o homem moderno que, tomado por *hybris*, tenta superar Deus, tenta dar significado à vida decifrando os mistérios do mundo através da ciência e tenta controlar a natureza através da tecnologia. No mundo moderno, “o mito fáustico transforma-se em um ‘mito vivo’, um relato que confere modelo para a conduta humana” (HEISE, 2001).

6 O mito grego de Dédalo e seu filho Ícaro narra a trajetória do grande inventor, mas que não é tão virtuoso. Dédalo, aprisionado junto com Ícaro no Labirinto, desenvolve asas feitas com penas e cera para que pudessem escapar. Ícaro, no entanto, deslumbrado com a possibilidade de voar, isto é, tomado por *hybris*, não obedece a ordem do pai de não se aproximar muito do sol para não derreter suas asas e acaba morrendo.

Mais do que pôr em questão a ética de quem manipula a tecnologia, esses mitemas, na trilogia, revelam a dupla face da ciência e da técnica – lembrando que o *duplo* é um dos arquétipos mais presentes no mito de Batman. Remetem, assim, à distinção que o filósofo alemão M. Heidegger (1889-1976) faz quanto à relação que o ser humano tem estabelecido com a tecnologia, principalmente na modernidade. Na conferência “Serenidade”, apresentada em 1955, sob o impacto dos avanços tecnológicos, principalmente da era atômica, Heidegger desenvolve a ideia de que a tecnologia pode aprisionar assim como libertar o homem. Isso depende essencialmente de como ela é pensada, se a partir de um *pensar calculador*, ou se inclui uma reflexão meditativa. No primeiro caso, apenas se vê o mundo como um objeto conformado a cálculos e previsões, e se mostra um pensar tão eficiente que se corre o risco de ficar somente nele.

Para Heidegger, o segundo tipo de pensamento é o que reflete sobre a essência da tecnologia e do ser humano, e impede que o homem se torne prisioneiro do círculo virtuoso e vicioso tecnológico. Para Heidegger, o ser humano tem de ter *serenidade*, saber dizer “sim” e “não” para os objetos tecnológicos, meditar sobre a essência deles e não deixar a tecnologia autonomamente ditar sua vida. A trilogia de Nolan parece mostrar as tecnologias pensadas predominantemente a partir do *pensar calculador*, tornando heróis, vilões e a população de Gotham reféns dos objetos técnicos, especialmente das armas de alta tecnologia. Nesse sentido, o pensamento que calcula, descrito por Heidegger, é um pensar autista que está coerentemente relacionado ao regime diurno das imagens predominantes na jornada do herói em Batman. Assim, o papel esquizomórfico da ciência e da tecnologia no imaginário apresentado pelos filmes da série *O cavaleiro das trevas* contribui para a construção das qualidades do herói protagonista. Mas há, ainda, uma outra faceta essencial do herói e que põe em evidência a sua ética.

Batman é um *vigilante*, um tipo de herói que não acredita na capacidade e na honestidade das autoridades e instituições (polícia, governo, juízes). Ele luta contra o crime de acordo com suas próprias regras e crenças. O vigilante, como todos os arquétipos, carrega qualidades complexas e paradoxais. Para G. Hoppenstand (1992, p. 51), a personificação do vigilante traz um indivíduo que renuncia aos mecanismos burocráticos do sistema legal para alcançar a *justiça* com as próprias mãos. Por estar desiludido com a ineficiência desse sistema, torna-se juiz, júri e executor. Ele desafia a lei para poder defender os ideais da lei. Esse paradoxo não é visto como contraditório pelo vigilante, pois ele o percebe como o único meio viável de proteger os interesses da sociedade. Hoppenstand entende essa como a definição *positiva* do vigilante.

Mas ele acrescenta outra definição para o vigilante, classificada como *negativa*. É a de que o vigilante pode ser visto como o membro de um grupo que abusa da lei com o objetivo de praticar atos de vingança, sem se preocupar moralmente se são justos ou não. Esse tipo de personificação do vigilante é, segundo Hoppenstand, parte da mentalidade de máfias locais e frequentemente representa a pior instância de violência no âmbito real ou ficcional. Hoppenstand vê o herói vigilante como um dos mais poderosos arquétipos da cultura norte-americana.

Na trilogia *O cavaleiro das trevas*, a trajetória de Batman mostra que ele se enquadra na definição *positiva* de vigilante. Ainda, agrega valores virtuosos a ela, uma vez que ele abdica de ser o juiz, júri e executor, na maior parte das vezes. Ele é um vigilante que age predominantemente de acordo como uma ética deontológica (no sentido kantiano), assim como a maioria dos super-heróis o faz. Trata-se de uma ética humanista em que o julgamento moral de um ato restringe-se ao próprio ato, e não necessariamente às suas consequências – para um deontologista, os fins nunca justificam os meios. Assim, não matar é um imperativo categórico. Na trilogia, Batman não mata, a não ser em legítima defesa. Isso mesmo que matar o Coringa⁷, por exemplo, signifique evitar a morte de várias pessoas (visão utilitarista).

Ainda assim, é justamente a vingança que alimenta a constituição inicial do vigilante em Batman, um sentimento que o personagem Bruce Wayne nutre desde criança, quando viu seus pais serem assassinados. Herdeiro de uma imensa fortuna que financiará a existência do Batman, ele promete que vingará a morte dos pais combatendo os criminosos em sua cidade. O filme *Batman begins* (2005) mostra como se dá o percurso que transforma o jovem Wayne em Batman na vida adulta. Nele, o arquétipo do herói como vigilante é preenchido em sua amplitude e complexidade à medida que são reveladas diferentes facetas dos aspectos positivos e negativos desse arquétipo, conforme a definição de Hoppenstand. O arquétipo *positivo* do vigilante é preenchido não só por Batman mas também pelo personagem Ra's Al Ghul, líder da Ligas das Sombras, organização que prepara Bruce Wayne para se tornar um vigilante. Já o aspecto *negativo* do arquétipo é preenchido pela máfia em Gotham, especialmente na figura do personagem Carmine Falcone, o principal chefe dos mafiosos.

No entanto, ao longo do filme, e principalmente da trilogia, a aparente dicotomia entre aspectos *positivos* e *negativos* do arquétipo do vigilante se desfaz. Isso fica evidente,

7 É preciso destacar que o Coringa atualiza na narrativa o mito de Dioniso, que na interpretação hegeliana significa a diferença (ser-aí), a “necessidade de se levar em consideração tudo que, de fato, é contrário a essa ordem [cosmológica], diferente ou até mesmo oposto (...) o acaso, a confusão, a contingência, os dilaceramentos e outras imperfeições do mundo humano” (FERRY, 2012, p. 413).

notadamente, quando se revelam as intenções éticas que sustentam as ações daqueles que são considerados heróis e dos que são considerados vilões. Em *Batman begins*, Ra's Al Ghul, o personagem responsável pela preparação de Wayne para se tornar um vigilante, acredita que o combate ao crime justifica a destruição de uma cidade inteira (Gotham), que ele considera irremediavelmente condenada pela corrupção que já teria contagiado todos os seus cidadãos. Mas, como destaca M. White (2008, p. 34), super-heróis geralmente não são utilitaristas. Eles não ultrapassam a fronteira ética que aceita a morte de alguns poucos para a salvação muitos. E a esse utilitarismo de Al Ghul – que vê na aniquilação de Gotham a única forma de acabar com um foco de crimes no mundo – Batman opõe-se com uma visão kantiana, deontológica. Nela, o certo (o imperativo categórico do *não matar*, a não ser em legítima defesa) prevalece sobre o que seria o *bom* (matar poucos, para salvar muitos).

Nolan atualiza o arquétipo do herói com a face do vigilante, como um vigilante humanista. Por mais paradoxal que possa parecer, afinal, o mito de Prometeu presente na valorização do conhecimento científico e da tecnologia em Batman é, acima de tudo, uma valorização do humano em busca da salvação, entendida como a vida boa – baseada na liberdade e felicidade – e justa. A ética deontológica do herói é, nesse sentido, uma afirmação desse humanismo. A composição, na trilogia *O cavaleiro das trevas*, do vigilante como científico, tecnológico, deontológico pode ser um dos principais elementos para que a jornada do herói construa um imaginário que é compartilhado com sucesso pela audiência.

Afinal, os elementos dos mitos de Prometeu, Fausto, Ícaro e do herói vigilante compõem também as matrizes que estimulam o imaginário contemporâneo. Talvez esse alinhamento do conjunto mítico – racionalização de arquétipos e esquemas predominantemente diurnos – com o imaginário construído pela série de filmes e nos mitos dominantes na sociedade esteja atuando como vetor do processo de sedução da audiência.

Referências

- BARROS, A. T. M. P. “A saia de Marilyn: dos arquétipos aos estereótipos nas imagens midiáticas”. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - E-compós*, Brasília, v. 12, n. 1, Jan./Abr. 2009.
- DURAND, G. *As estruturas antropológicas do imaginário*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- DURAND, G. “O retorno do mito: introdução à mitodologia (mitos e sociedades)”. *Revista Famecos*, n. 23, p. 7-22, Abr. 2004.
- DURAND, G. “Sobre a exploração do imaginário, seu vocabulário, métodos e aplicações transdisciplinares: mito, mitanálise e mitocrítica”. *Revista da Faculdade de Educação*, 11, v. 1, p. 243-273, 1985.
- FERRY, L. *A sabedoria dos mitos gregos*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- HEIDEGGER, M. *Serenidade*. Rio de Janeiro: Instituto Piaget, 2001.
- HEISE, E. *A lenda do Dr. Fausto em relação dialética com a utopia*. São Paulo: Humanitas/FAPESP/FFLCH/USP, 2001.
- HOPPENSTAND, G. “Justified bloodshed: Robert Montgomery Bird’s Nick of the Woods and the origins of the Vigilante Hero”. *American Literature and Culture in Journal of American Culture*, v. 15, n. 2, p. 51-61, Jun. 1992.
- IRANZO, I. P. “About the imaginary”. *Formats Revista de Comunicación Social*, Barcelona, n. 3, 2001.
- MAFFESOLI, M. “O imaginário é uma realidade”. *Revista Famecos*, n. 15, p. 74-82, Ago. 2001.
- MAFFESOLI, M. *O tempo das tribos*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.
- RUSSEL, C. e LESLIE, P. “Heroic moments: a study of comic book superheroes”. *Real-world society*. Disponível em: <<http://uncwwweb.uncw.edu/csurf/Explorations/documents/russell.pdf>>. Acesso em: 21 Nov. 2015
- SHELBURNE, W. A. *Mythos and logos in the thought of Carl Jung*. Nova Iorque: New York State University Press, 1988.
- WHITE, M. D. & ARP, R. (Org.). *Batman and philosophy: the dark knight of the soul*. Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2008.

VIOLÊNCIA E MÁSCARA NAS IMAGENS DO ESTADO ISLÂMICO

Felipe da Silva Polydoro

Thiago Siqueira Venanzoni

O Estado Islâmico, apontado pelo jornalismo ocidental como o grupo terrorista mais violento já criado, ganhou amplo espaço no noticiário depois que passou a divulgar vídeos em que registra a decapitação de reféns norte-americanos e ingleses como forma de retaliação aos governos desses países, que declararam oficialmente guerra ao grupo. Esses vídeos brutais são discursos políticos no sentido mais estrito. Nessa estratégia, o ato do assassinato é produzido para a câmera. Ele serve à confecção de uma imagem em movimento feita para circular, repercutir e gerar efeitos políticos. A ampliação da repercussão dos atos produzidos pelo Isis, como o grupo é conhecido¹, está diretamente ligada aos vídeos. Os atentados a bomba realizados pela Al Qaeda no Iraque, de tão comuns, já não repercutiam na imprensa internacional. Sendo assim, os registros de decapitações e outras execuções brutais – em geral, realizadas sob a forma de ritual – fariam parte de uma nova estratégia, voltada a gerar, mais uma vez, repercussão e a ocupar espaço no noticiário internacional.

As execuções públicas efetuadas pelo Isis são também demonstrações de poder. Na análise da modernidade desenvolvida por M. Foucault (1989), o grupo se enquadraria, a princípio, numa estratégia de poder anterior à da sociedade disciplinar, num estágio em que as punições e o exercício de poder ainda se concentram no suplício do corpo. No caso contemporâneo, esse tipo de espetáculo público não ocorre em praças. Ou melhor, há um cenário físico real, mas o essencial é que sejam filmados em formato digital e disponibilizados na *web*. Isto é, eles *acontecem*, no sentido midiático-jornalístico, no ciberespaço.

¹ O grupo é mais conhecido pela sigla em inglês: Islamic State of Iraq and Syria (Isis).

O resultado é uma imagem brutal, de violência extrema, insuportável para a maior parte dos espectadores. Os veículos jornalísticos dos países desenvolvidos não deixam de noticiar as execuções, mas evitam exibir a íntegra dessas produções audiovisuais: mostram *frames* estáticos ou fragmentos curtos dos vídeos. Há uma espécie de pacto velado entre os veículos ocidentais de jamais exibir os trechos mais violentos. Rodar os vídeos na íntegra e reproduzir o discurso do Isis acarretaria cumplicidade. Seria horrível conceder ao Estado Islâmico a chance inadmissível de narrar seu próprio ato terrorista, a chance de – ao menos durante alguns minutos – enunciar também as palavras que significam as imagens. Ainda assim, através da internet, acessa-se com facilidade essas imagens na íntegra. Um discurso tecnófilo apontaria aqui o caráter libertário da internet, a capacidade que ela teria de desviar da censura dos poderes em nome de uma democracia informativa plena. Mas essa é uma posição ingênua: a questão, então, é como refletir sobre a circulação dos vídeos noutros termos que não o da virtude da transparência. É necessário tratá-la também como sinalização de uma estratégia de poder. Não se pode esquecer que a brutalidade do Estado Islâmico serve para justificar a guerra ao terror e os consequentes bombardeios, o uso de *drones* etc.

O Isis produz deliberadamente as cenas de execução que filma. São situações encenadas, que seguem o que poderíamos chamar de um roteiro, sendo parte desse roteiro a execução violenta de um refém. Não se trata de mera filmagem amadora, acidental, fruto do acaso. Não se trata de um evento que se desenrola independentemente de sua gravação, resultante, por exemplo, da ação de um observador privilegiado que toma a decisão de registrar uma cena de cunho privado em um celular², muito embora possamos sempre pensar que a disseminação de câmeras nas mãos de todos os sujeitos altera inevitavelmente o estatuto dos fatos privados. No caso de algumas imagens produzidas pelo Isis, não apenas a cena é construída para a câmera mas também há uma série de recursos de edição que indicam um refinamento na produção. Trata-se, abertamente, de uma encenação: a ação é toda arquitetada para produzir uma *cena*, com pouco mais de um minuto, em que um refém é morto diante da câmera. Há um controle tanto do ato violento quanto da filmagem desse ato: imagem e fato são indissociáveis no plano discursivo, na medida em que os agentes do Isis são autores do homicídio e também autores do registro audiovisual. Nota-se certo profissionalismo na filmagem, que inclui o uso de mais de uma câmera, montagem e boa nitidez.

Além disso, o Isis é o próprio agente de divulgação dos vídeos. A princípio, é o contrário do que ocorre em episódios como as torturas e abusos desferidos pelos soldados americanos na prisão iraquiana de Abu Ghraib. Nesse caso, as imagens vazaram e ganharam repercussão apesar do poder estatal, que não gostaria de ter essas informações e imagens

2 Essa é a impressão que fornece, por exemplo, a filmagem amadora da execução de Saddam Hussein disponível no YouTube.

circulando na esfera pública. Podemos, no entanto, questionar e refletir sobre o mecanismo responsável pelo vazamento dessas imagens, uma espécie de excesso do próprio sistema de poder que faz com que esses registros secretos sejam secretados. Seria algo como um transbordamento, afinal, a decisão de filmar essas humilhações, de criar uma evidência imagética desses abusos, uma prova material de sua ocorrência, é o primeiro passo para que o escândalo estoure no futuro.

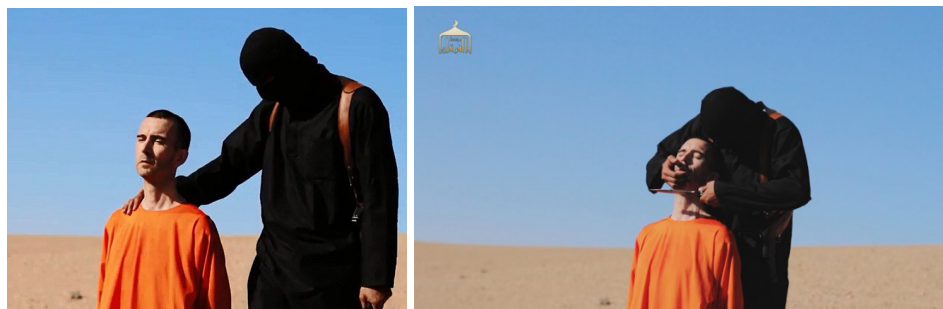
Registro e máscara do horror

Vejamos um caso específico: o vídeo que registra a execução do britânico David Haines, de setembro de 2014. Embora esse vídeo não seja disponibilizado nas redes sociais e nos *sites* de notícias – que, por sua vez, não deixaram de divulgar o fato da execução –, é relativamente fácil encontrá-lo em uma busca comum no Google. Realizamos uma busca com os termos “David Haines video execution”, e a primeira página de resultados já elencava quatro *sites* que o exibiam na íntegra. Assim como as demais produções audiovisuais do Isis, esse vídeo está dotado de uma série de recursos de produção. É obra de profissionais, se podemos dizer assim. De início, há uma espécie de vinheta que é marca registrada de outros trabalhos do grupo: um efeito imagético e sonoro que imita uma televisão antiga sendo ligada³. Isto é, o vídeo não começa simplesmente, há uma vinheta que marca seu início. Em seguida, roda, por quase 30 segundos, uma entrevista com o primeiro-ministro britânico David Cameron, na qual o político detalha alguns esforços para combater o Estado Islâmico. Cameron chama os membros da organização de “militantes extremistas brutais”. E o que vemos em seguida só irá confirmar a definição de Cameron.

Não parece haver uma preocupação dos autores do vídeo em rechaçar tal argumento: pelo contrário, ao decapitar um refém ao vivo, o grupo enquadra-se no estereótipo de barbárie e selvageria pré-civilizatória. A escalada de brutalidade por parte de grupos terroristas muçulmanos parece enquadrar o islamismo nas visões estereotipadas que o enxergam como uma crença atrasada e bárbara. Sua violência aparece nas narrativas e discursos contemporâneos, cada vez mais disseminada e gratuita frente aos valores que supostamente balizam a Justiça ocidental, encontrando o ápice na violência do Isis. Em certo sentido, é como se esses grupos deliberadamente se encaixassem nessa narrativa superficial e desinformada, que não leva em conta todas as complexidades do trajeto histórico que conduz à situação conflituosa contemporânea. A imagem do terrorista do Isis é a do mesmo muçulmano brutal e bárbaro que aparece em alguns filmes de ação hollywoodianos.

3 Uma referência possível é a vinheta do canal de televisão HBO.

É o oposto da estratégia dos Estados Unidos e seus aliados, com sua “guerra limpa”, feita de bombardeios aéreos, às vezes com aviões não tripulados. Suas imagens emblemáticas são aquelas tomadas de dentro dos aviões, em preto e branco, sem som, que registram apenas explosões – frias, antiespetaculares, sem qualquer dramaticidade. Elas não mostram nenhum corpo, nenhum resíduo de consequência humana dos bombardeios. Mas sabemos que esses bombardeiros geram inúmeras mortes, inclusive de civis.



Figuras 1 e 2. Execução de David Haines.

A entrevista com Cameron – ao que parece, originalmente exibida pelo *site* do jornal inglês *The Telegraph* – foi incorporada ao vídeo, com o acréscimo de legendas em árabe. Esse trecho de cerca de 30 segundos termina com a mesma vinheta inicial, marcando o encerramento do material apropriado, do discurso pronunciado do ponto de vista ocidental. Esse material parece ter sido tratado, a parte superior e inferior da imagem sendo escurecidas e tendo seu foco alterado. Em seguida, após alguns segundos de tela preta, entra um aviso em inglês, com legenda em árabe: “Uma mensagem para os aliados da América”⁴.

Isto é, a cena subsequente apresenta-se fundamentalmente como uma mensagem, cujo destinatário são os Estados Unidos e seus aliados, que tomaram a decisão – foi o que fez a Inglaterra – de combater o Isis. A seguir, surge na tela o refém a ser degolado. A essas alturas, qualquer espectador já sabe o que o vídeo vai mostrar, não há suspense ou surpresa na exibição desse tipo de vídeo da *web*. O essencial geralmente está enunciado no título ou em texto que acompanha a imagem. Haines surge ajoelhado ao lado de um membro do Estado Islâmico. Este último, que os veículos de imprensa americanos e ingleses chamam de *Jihadi John*⁵ – dado o sotaque britânico perfeito indicar a cidadania –, veste preto, usa uma máscara escura e segura uma pequena faca na mão esquerda.

4 No original em inglês: “A message to the allies of America”.

5 O jornal *The Washington Post* descobriu que o terrorista apelidado de “Jihadi John” é um cidadão inglês chamado Mohammed Emwazi. Nascido no Kuwait, aos seis anos Emwazi emigrou com a família para a Inglaterra. Ele viveu em Londres até os 21 anos, onde fez o ensino fundamental e, depois, graduou-se em ciências da computação.

O refém veste um traje laranja, o mesmo tipo de uniforme usado nas prisões dos Estados Unidos. Segundo reportagem do jornal *The Washington Post*⁶, a referência, para o Isis, é o uso desse mesmo uniforme laranja na prisão americana localizada na baía de Guantánamo, Cuba. Para lá foram levados, após os atentados em 11 de setembro, suspeitos de terrorismo, a maioria sem acusação formal. A reportagem vincula a decisão do Estado Islâmico de adotar tal vestuário ao esforço de angariar a simpatia das populações muçulmanas, incomodadas com o tratamento indigno dos presos em Guantánamo.

Conforme E. Veeren (2015), o traje laranja, ao mesmo tempo em que chama a atenção graças à cor vibrante e dificulta uma eventual fuga, promove uma espécie de desidentificação e de sujeição ao uniformizar (literalmente) os detentos, tornando-os hierarquicamente inferiores. É, portanto, um artifício potente de dominação. Dado seu uso recorrente – visto muitas vezes em filmes e série de televisão que circulam no mundo todo⁷ –, esse traje também passou a estar associado à condição de culpa. Isto é, o corpo, uma vez coberto pelo uniforme laranja, passa a ter o significado de culpado, ainda que o sujeito não tenha passado por um processo judicial – caso de Guantánamo e também das execuções do Estado Islâmico⁸.

O primeiro a falar não é o soldado do Isis, mas o refém David Cawthorne Haines. Durante 30 segundos, Haines, ajoelhado, enuncia uma fala na qual atribui à decisão do primeiro-ministro britânico David Cameron de aliar-se aos Estados Unidos na guerra contra o Estado Islâmico o motivo e a responsabilidade por sua execução. Haines inicia seu discurso anunciando seu nome completo, nome que também aparece escrito na tela.

Assim, o vídeo de autoria do Isis segue o mesmo código de conduta dos veículos de comunicação ocidentais. Usa o recurso, por exemplo, como observado em *Diante da dor dos outros* por S. Sontag, de nomear as vítimas quando são cidadãos de países desenvolvidos, enquanto vítimas iraquianas, curdas ou de outras nacionalidades às vezes sequer têm seu nome mencionado nas notícias. Nos vídeos que exibem execuções de reféns do Oriente Médio, não há espaço para que estes falem.

A fala de Haines, obviamente escrita pelo Estado Islâmico, é monocórdia. Ela soa ensaiada, decorada. Não há vibração ou emoção, tampouco bravura ou qualquer tipo de

6 A reportagem, assinada pelo jornalista Dan Lamothe, pode ser acessada neste link: <http://www.washingtonpost.com/news/checkpoint/wp/2014/08/28/once-again-militants-use-guantanamos-orange-jumpsuit-in-an-execution/>.

7 O caso mais recente é o da série americana *Orange is the new black* (“o laranja é o novo preto”), da Netflix, cuja trama se passa em uma prisão.

8 Não há, por parte do Isis, preocupação em legitimar suas execuções em simulacros de tribunais ou de processos penais.

resistência. Não se percebe sequer medo. E a forma articulada com que Haines pronuncia sua fala, sem pausas ou gagueira, é um dos aspectos mais pungentes desse vídeo, levando-se em conta a iminente execução⁹.

O plano é cortado e, em seguida, quem fala é o carrasco do Isis, Jihadi John. O discurso segue a mesma toada: responsabiliza o governo e o parlamento britânico pela execução por terem aprovado o plano de ajudar as forças curdas que combatem o Estado Islâmico no Iraque. O refém britânico terá que morrer devido às decisões e atitudes de seu governo. O carrasco assume, em sua fala, que o refém é inocente, uma vítima: ainda assim, será assassinado de forma brutal. Há uma lógica da representação aqui em jogo: aquele corpo representa, nesse ritual, o governo inglês. Não representa a Inglaterra ou o povo inglês, mas o governo, os poderes executivo e legislativo. O carrasco Jihadi John qualifica como “egoísta” (“*selfish*”) a decisão do parlamento de combater o Isis.

A princípio, estaríamos diante de uma forma de justiça dotada de uma lógica inversa à das democracias ocidentais, nas quais os indivíduos e instituições pagam diretamente pelos seus atos. Em teoria, não é concebível que uma vítima seja penalizada pelo crime de outrem. Embora vista o mesmo uniforme laranja dos presos americanos em geral, uma vestimenta cujo significado está associado a um tipo de culpa decorrente de condenação processual, David Haines não cometeu nenhum crime. É culpado apenas de ser inglês.

No entanto, essa verdade sobre a justiça das democracias ocidentais não foi observada em Guantánamo. Igualmente injustas, ainda conforme os padrões jurídicos e éticos ocidentais, são as mortes de milhares de civis em ataques aéreos e por terra, perpetrados pelos Estados Unidos e seus aliados em lugares como Iraque, Afeganistão e agora Síria. Os registros imagéticos dessa violência circulam e ganham visibilidade, divulgados por jornalistas de diversas nacionalidades e, cada vez mais, por cidadãos comuns que habitam as regiões bombardeadas, que filmam e fotografam os estragos. Isso ocorre contra a vontade dos poderes que realizam os ataques. Mais uma vez, trata-se de um oposto da ação do Isis e de outros grupos terroristas, cuja estratégia de poder envolve a publicização deliberada dos atos violentos.

9 Em entrevista para a emissora britânica Sky News, um dissidente do Estado Islâmico revelou o método que explica a desenvoltura e a tranquilidade dos reféns nos vídeos em que estes acabam decapitados: há inúmeros ensaios realizados ao longo de vários dias, todos filmados. E no dia em que há de fato a execução, o refém é enganado pelos membros do Estado Islâmico. Estes informam que se trata de mais um ensaio. Na verdade, ainda de acordo com esse dissidente, os combatentes do Isis dizem aos reféns que eles nunca serão executados, que as filmagens são feitas apenas para pressionar seus respectivos governos. Dessa forma, conquistam sua confiança. Uma estratégia de dominação de prisioneiros, mas também uma técnica para obter performances competentes. Em certo sentido, trata-se de uma espécie de direção perversa de atores, que se vale do método do engodo. A reportagem da Sky News pode ser vista neste link: <https://www.youtube.com/watch?v=plcZwIMfWnI>.

Em suma, esse vídeo ajuda a revelar, e o faz reiteradamente, que não se sustenta a ideia estruturante da narrativa sobre o Estado Islâmico de que se trata de um Outro bárbaro em oposição às sociedades civilizadas e democráticas, uma espécie de espelho invertido. A brutalidade do grupo também veda qualquer tentativa de idealização do Outro. Como expõe S. Žižek (2003), o novo jihadismo de Al Qaeda, Bin Laden e Taleban – e podemos incluir aí o Isis – decorre de conflitos internos ao universo muçulmano. Há um antagonismo histórico entre xiitas e sunitas, a manutenção de ditaduras em nações com acentuada concentração de renda etc. Mas há também relação com os excessos das potências ocidentais lideradas pelos Estados Unidos¹⁰.

Ao final da fala do carrasco, este aproxima a faca do pescoço do refém. David Haines mantém os olhos fechados, firme, embora um pouco tenso. A reação não parece a de alguém que vá ser executado. Seria resultado da tática do engodo comentada acima? No instante em que o carrasco vai iniciar a execução de fato, a cena é cortada. No próximo plano, o corpo de Haines já aparece caído no chão, com a cabeça posicionada sobre as costas, envolta por uma mancha de sangue. Portanto, o ato da decapitação não aparece no vídeo. Não há o registro do instante da morte, a decisão foi por suprimi-lo. Talvez seja o artifício da montagem que estimule tantas discussões em torno da autenticidade do vídeo, desse e de outros do Isis. Há supressão do momento decisivo, prova definitiva, mas também a técnica da trucagem por excelência¹¹. Um plano único que exibisse na íntegra, explicitamente, o ato da decapitação provavelmente deixaria menos espaço para a dúvida.

Trata-se de uma montagem que, sobretudo, recorta o tempo. Há um intervalo, a omissão de um pedaço da ação. Não sabemos quantos minutos. Os indicativos fornecidos pelo próprio vídeo apontam que, naquela duração omitida, houve a decapitação do refém. Esse lapso estimula a imaginação. Imagina-se o horror da decapitação, provavelmente lenta e dolorosa com o uso de uma faca pequena. Mas também abre-se espaço para imaginar o uso de efeitos na produção de uma fraude.

10 Žižek (2003) lembra que tanto Bin Laden quanto o Taleban foram um dia aliados dos Estados Unidos na guerra contra o comunismo, realçando, assim, uma das motivações político-econômicas subjacentes à suposta guerra de civilizações. “Se o examinarmos com mais detalhe, de que trata o ‘choque de civilizações’? Não é verdade que todos os ‘choques’ do mundo real estão associados ao capitalismo global? [...] Em vez das infundadas análises de como o ‘fundamentalismo’ islâmico é intolerante com relação às nossas sociedades liberais, outros tópicos relativos ao ‘choque-de-civilizações’, deveríamos voltar a focalizar o cenário econômico do conflito – o choque de interesses econômicos e dos interesses geopolíticos dos próprios Estados Unidos (como manter relações privilegiadas com Israel e com os regimes árabes conservadores como os da Arábia Saudita e do Kuwait) (ŽIŽEK, 2003, p. 58).

11 No vídeo, com quase um milhão de visualizações do YouTube, o autor argumenta que o vídeo da execução de David Haines é falso: <https://www.youtube.com/watch?v=VUePdRb8QLk>. Esse tipo de alegação aparece em vários outros espaços da *web*: por exemplo, nos comentários que acompanham esta reportagem da CNN sobre a mesma execução: <https://www.youtube.com/watch?v=81t4pDQwBRU>.

Temos, na economia interna desse vídeo, uma falta seguida de um excesso. À elisão da ação mortal, segue a visão do horror explícito, pornográfico, de uma cabeça sobre um corpo coberto de sangue – uma cabeça *real*, de um corpo *real*, de um ser humano *real*. Ocorre que mesmo essa imagem explícita de um homem decapitado ganha ares de irreabilidade neste objeto audiovisual. Tanto a falta quanto o excesso dão a essas imagens um aspecto *fake*. Também por isso – e não apenas em função da montagem – abundam acusações de farsa contra esses vídeos. Existe a necessidade de uma confirmação de autenticidade por parte de órgãos oficiais ligados aos governos dos Estados Unidos e seus aliados.

Não se pode negar que os objetos audiovisuais do Estado Islâmico se enquadram em uma cultura do espetáculo típica do capitalismo tardio, marcada por expressões estéticas hiper-reais e imagens esvaziadas de substância que adquirem o aspecto de falsas. Uma característica dessa cultura é um certo retorno do real: a valorização e o apelo renovado de estéticas naturalistas, com documentos visuais factualmente explícitos que simulam o contato mais cru e direto com a realidade. Essa linguagem dispensaria a distância da mediação, o que J. Black (2002) denomina “imperativo gráfico”.

As imagens violentas funcionam, nessa cultura visual, como eficazes figuras do real – real aqui entendido como o que está além do limite da linguagem, e não como o ordinário ou a aparência imediata. Ocorre que essas figuras do real soam, nesse contexto de explosão das imagens, turbinado pela circulação desenfreada pela *web*, como simulacro/semblante. A princípio, é difícil imaginar uma cena mais realista (e insuportável) que esta: um corpo desmembrado, violentado. Trata-se de uma evidência explícita do horror da guerra, contraponto absoluto da guerra sem sangue que aparece em imagens geradas pelos exércitos ocidentais. Do ponto de vista estético, estamos diante de uma imagem entre o abjeto e o grotesco. Estamos diante do próprio corpo desmembrado, a própria coisa mostra-se diante do espectador.

Žižek (2003) questiona se o novo jihadismo é uma manifestação da paixão pelo real descrita por A. Badiou (2007). Não reconhecemos esse tipo de impulso no vídeo em questão. Não se percebe aqui o real do pensamento verdadeiramente contrário, de uma posição político-ideológica genuinamente alternativa, conforme Badiou descreve em seu diagnóstico do século XX¹². Não há denúncia de opressão/exploração, nem desmascaramento ideológico, mas tentativa de combater violência com violência ainda mais chocante, porque ritualizada. Há uma tentativa de afrontar o poder hegemônico na base da força: ao menos, é essa a intenção conforme o discurso manifesto.

12 Em Badiou (2007), a violência associada à paixão pelo real, das ideias realizadas concretamente, combate sobretudo o sistema capitalista.

O Isis, enquanto acontecimento, não exhibe nenhuma singularidade ou originalidade, e isso fica evidente nos seus vídeos. Ele é apenas mais violento que os grupos terroristas anteriores e mais consciente da espetacularização. Nesses vídeos que registram fatos brutais, com reféns que sofreram realmente, talvez seja a ausência de uma potência da alteridade que guarde semelhança considerável com Hollywood.

A montagem-semblante

Em fevereiro de 2015, o Isis divulgou outro vídeo de sua série de registros oficiais. Esse novo vídeo trazia um piloto jordaniano queimando em uma jaula, ao contrário de outros vídeos, editados todos em mesma ordenação de acontecimentos: um histórico do seu inimigo (alvo), em seguida a decapitação de um “agente” desse inimigo e a ameaça a outra nação, cujo líder fez declarações oficiais contra o Estado Islâmico. Em registro semelhante, porém, essa divulgação apresentou o mesmo prelo: a ameaça, no caso, ao governo da Jordânia por apoiar os Estados Unidos. A imagem do presidente Obama é recorrente na montagem desses vídeos e há registros das declarações oficiais do mandatário daquele país. A violência explícita na imagem, e o retrato oposto dessa violência – que podemos nomear como o ocidente tolerante, nesse caso –, pode ser vista como um semblante da própria legalidade da violência.



Figura 3. Piloto jordaniano na jaula.

A imagem que o ocidente quer apresentar hoje, talvez resistente de uma dinâmica nascida na Guerra Fria, é a da guerra distante: o dispositivo-imagem não permite sangue, não evidencia o lado mais cruel do embate, a não ser que essa crueldade seja providenciada por esse outro¹³. Portanto, podemos dizer que a imagem do Estado Islâmico é, nessa posição do ocidente, intolerante. Isso, ainda que seja uma montagem à violência legalizada do

¹³ No caso, desde a Guerra do Golfo, a nomeada guerra tecnológica (não à toa, pois nela víamos pontos, e não pessoas), esse outro é o islâmico, fato intensificado com os atos ocorridos em 11 de setembro.

mesmo ocidente, como exploraremos no percurso do caso do piloto jordaniano. Em um de seus últimos livros, *Violência*, Žižek (2014) constrói um percurso sobre os tempos atuais lançando hipóteses sobre diferentes violências. Ele as divide, basicamente, a partir do que escreveu Benjamin, em duas potências: a *violência divina* e a *violência mítica*¹⁴. Mas essa distinção se estabelece, evidentemente, na linguagem. E é nela que Žižek estabelece seu ponto de observação de outro caso relevante desdobrado na formação do Isis:

As massas muçulmanas não reagiram às caricaturas de Maomé em si. Reagiram à imagem ou figura complexa do *Ocidente* que perceberam como a atitude subjacente às caricaturas (...) O que explodiu com violência foi uma série de símbolos, imagens e atitudes, abrangendo o imperialismo, o materialismo ateu e o hedonismo ocidentais, a par do sofrimento dos palestinos, e foi tudo isso que caricaturas dinamarquesas foram associadas (...) Nas caricaturas condensou-se uma grande quantidade de humilhações e frustrações. Tal condensação, não podemos esquecer, é um fato fundamental da linguagem, da construção e imposição de certo campo simbólico (ŽIŽEK, 2014, p. 59, grifo do autor).

Se isso que Žižek chama de humilhação e frustração atua como nomeação dentro de um campo representado pelo ocidente e toda a sua construção imaginária, não seria distinto reconhecer que a atuação estética do Isis encena representações identificadas com esse campo simbólico. Uma chave para essa hipótese é relacionar a violência com a questão da tolerância ocidental. Retomando uma ideia trazida pelo próprio filósofo nesse livro, a tolerância só é legível se houver a intolerância, seu oposto imediato, objetivo. Portanto, se pudermos apresentar em outros termos, Isis e ocidente estariam no mesmo discurso. Consequentemente, sua produção imagética partiria da mesma enunciação, ou do mesmo lugar enunciativo. Essa será uma perspectiva interessante a ser trabalhada em parte deste artigo. Outro ponto a ser lembrado é que, no ato, ou em sua passagem, há uma formalização discursiva do próprio imaginário hegemônico ou, “como Hegel já sabia, há algo de violento no próprio ato de simbolização de uma coisa, equivalendo à sua mortificação. É uma violência que opera em múltiplos níveis. A linguagem simplifica a coisa designada, reduzindo-a a um simples traço” (ŽIŽEK, 2014, p. 60).

Dessa forma, ao menos na linguagem, as violências se equivalem e se tornam, portanto, espaços de poder de um mesmo campo. O que se “re-instaura” nessas imagens é a violência

14 Para Benjamin, o oposto da violência mítica é a violência divina, uma vez que a violência mítica é a normalização da vida, a ordem, a culpa, o sangrar, e a divindade violenta “é letal de maneira não sangrenta”. Ver mais em: BENJAMIN, W. *Escritos sobre mito e linguagem*. São Paulo: Editora 34, 2011.

mítica do próprio ocidente. Trata-se de tudo o que já conhecemos e temos como saber, ou nada além do que a máquina de enunciados do capitalismo já não tenha transformado em imagem-consumo. Dessa forma, não seria demais comentar que a imagem do piloto jordaniano queimando em uma jaula foi produzida a partir de uma baliza na linguagem. Era algo que já estava instaurado e mediado, para o ocidente, como o próprio horror.

A partir dessa hipótese, é possível pensar até nos efeitos de realidade aos quais o vídeo recorre: o mostrar abruptamente o corpo em chamas, em uma escolha de quadros em que o choque é estabelecido também pelo *zoom in*. Notamos, ainda, o uso da jaula e do fogo como performances enunciativas desse discurso na inserção do vídeo. Enfim, tudo, de alguma forma, diz de algum lugar, estabelecido aqui como o *ocidentalismo moderno*.



Figuras 4 e 5. Piloto jordaniano na jaula em chamas.

Portanto, a partir do que nos apresenta discursivamente determinado campo da filosofia, o que trata da linguagem, há algo anterior, já posto e devidamente alocado em sua significação. Isso deve ser debatido para que se apresentem algumas hipóteses na produção da imagem do Isis nesse vídeo. Parece-nos sensato que busquemos um conceito na psicanálise para justificar a escolha de como ver esse objeto.

Trata-se da ideia de semblante, de uma nomeação. Aliás, é o que acabamos de fazer ao determinar o lugar do ocidente nesse debate. No caso, significação da imagem. Lacan (2009) usa a figura do trovão como instauradora desse discurso, ou como forma de explicitar um pouco o seu conceito de semblante. Afinal, afirma, o trovão é a própria imagem representada do semblante, já que todos identificam no trovão um sinal, mesmo não sabendo de que necessariamente. É o sinal de alguma coisa. Uma identificação presente na ordem simbólica.

Não seria, então, esse semblante, nomeado, aquilo que norteia, o grande nome-do-pai que entra como a justificativa dos atos, a sua passagem? O filósofo francês A. Badiou (2007) identificará na ideologia um semblante, nesse conceito, uma encenação do que seria o real. As imagens e sua produção estariam em função dessa ideologia, do próprio semblante. Seriam, entre outros enunciados, a sua montagem. Seriam a montagem de uma montagem, ou aquilo que cristaliza o discurso.

A ideologia é figura discursiva mediante a qual se concretiza a representação das relações sociais, montagem imaginária que, entretanto, re-presenta um real. Há, pois, realmente na ideologia algo de quase teatral. A ideologia coloca em cena figuras da representação em que a violência primordial das relações sociais é mascarada. Como o distanciamento brechtiano no teatro, a ideologia organiza uma consciência separada do *real*, que, no entanto, ela exprime (BADIOU, 2007, p. 82).

Esse conceito de ideologia de Badiou pode não ser muito útil ao objeto de análise, já que não identifica apenas a imagem como representação. Ele vai além disso, mas auxilia na compreensão da performance imagética. Nesse sentido, desse real aqui posto, não é permitido que nos esquivemos de um sintoma ou semblante, até como ponto de encontro ao que já foi apresentado. Para rememorar nossa hipótese, trata-se de como o Estado Islâmico se coloca na mesma ideologia ocidental e repete funções desse campo. Pode-se atribuir a isso o fato desses agentes do Isis serem ocidentais, estarem imersos na cultura estabelecida pela hegemonia e margearem, em algum momento, o lugar estabelecido. O apelo pela imagem do horror, portanto, se justifica por meio da ideologia ocidentalizada do Estado Islâmico.

Se o encontro com o real é sempre faltoso, ele se realiza, apenas, como trauma. A esse retorno, diz Badiou (2007), pode-se nomear semblante. Mais do que um mero recalque, da análise pura da clínica, esse seria um grande retorno – o que sempre persiste. Para a psicanálise, porém, essa volta, a *tiquê* aristotélica como dirá certa perspectiva lacaniana, é a própria noção de inconsciente. Portanto, não é exagero refletir que as imagens sobreviventes, recorrentes, incidem e instauram um grande retorno. Pode-se presenciar isso cristalizado nas imagens de horror que o Isis captura do ocidente, ou nisso que representa, arregimenta, como um contrato estabelecido na linguagem.

Sontag (2003) afirma que nos primeiros registros fotográficos de guerra, como os da Guerra Civil da Espanha, havia um esforço dos fotógrafos, produtores de imagem, na tentativa de mostrar todo o horror da guerra. Era justamente essa imagem do real da guerra que atrairia a atenção dos que acompanhavam a face mais evidente do próprio horror. A isso se acrescentaria também o que o escritor W. Lippmann apresenta e Sontag reproduz em seu livro: a autoridade do real em que a imagem se insere. A autoridade, em seu sentido estrito, justifica-se no impacto provocado a ver pela percepção social construída, poderíamos dizer, ocidentalizante. Os vídeos do Isis entram nesse registro identificatório e, por isso, não por acaso, é o inimigo a ser combatido pelo discurso da tolerância ocidental.

Entretanto, e retornando ao que Sontag afirma sobre os registros imagéticos da guerra na Espanha na década de 1920, havia, nas fotos, até de forma evidente, uma tentativa excessiva em mostrar o *real* do conflito, em justificar a autoridade da imagem, o incontestável.

Assim seria a imagem mais rememorada dessa guerra, a fotografia de Robert Capa em que a câmera alveja o soldado no mesmo instante da arma e clica a sua morte sob uma colina. Por essa foto, Capa se tornou o reconhecido fotógrafo, e não por menos, pois a sua imagem entrava numa ordem simbólica do próprio horror. Para Sontag:

A caçada das imagens mais dramáticas (como, muitas vezes, são definidas) orienta o trabalho fotográfico e constitui uma parte da normalidade de uma cultura em que o choque se tornou um estímulo primordial do consumo. (...) numa cultura radicalmente renovada pela ascendência de valores mercantis, pedir que as imagens abalem, clamem, despertem parece antes um realismo elementar, além de bom senso para os negócios. (...) A imagem como choque e a imagem como clichê são dois aspectos da mesma presença (SONTAG, 2003, p. 29).

Em função disso, nos parece, o Isis opera a partir de uma mácula ocidental. Por mais que as imagens de guerra produzidas, sobretudo a partir da Guerra do Golfo, sejam a imagem distanciada do horror, não se pode anular que o choque do horror ainda estabelece um chamamento, uma emergência, logo, um sintoma. Quando esse horror é fruto da própria violência legalizada do ocidente, ela se apresenta em uma mediação que tangencia a não intenção. A sua passagem do ato (o *como* entra) é bastante reveladora, pois nunca se evidencia o agente violento ao construir o relato, ainda que lá ele esteja. Presenciamos o retorno desse discurso em casos ocorridos na periferia de São Paulo, em que a violência denunciada é a do estado de coisas. Trata-se de uma situação menor dentro da emergência dos atos de violência, para citar um exemplo entre muitos da construção enunciativa, seja verbal, seja imagética. Entretanto, quando o inimigo é *público*, caso do Estado Islâmico, o agente violento é denunciado também como reafirmação do lugar da violência¹⁵.

Portanto, no caso do piloto jordaniano, e seu corpo em chamas numa jaula, não seria um retorno dessa imagem-horror que já se configura como máscara, semblante, uma nomeação mais aproximada do que se pode ter da intolerância? Não seria essa, por fim, a montagem-semblante, uma encenação da própria violência mítica, naturalizada, do ocidente, a partir do seu duplo ato? Ou, como afirma Sontag, seriam tipos de violência que se encontram em mesma presença? Acreditamos, por fim, ser essa uma forma de ver as imagens produzidas pelo Isis.

15 Consideramos, ainda, que se trata de uma forma de balizar o que se construiu neste artigo em torno das faces da violência e em como elas são reduzidas e alocadas em um mesmo discurso. Distintas, todas as formas, da violência divina conceituada por Benjamin.

Referências

- BADIOU, A. *O século*. São Paulo: Ideias & Letras, 2007.
- BLACK, J. *The reality effect: film culture and the graphic imperative*. Nova Iorque: Routledge, 2002.
- DIDI-HUBERMAN, G. *A imagem sobrevivente: História da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.
- FOUCAULT, M. *Vigiar e punir*. Petrópolis: Vozes, 1989.
- LACAN, J. *De um discurso que não fosse semblante*. Livro 18. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- LAMOTHE, D. “Once again, militants use Guantanamo-inspired orange suit in an execution”. *The Washington Post*, Washington, 28 ago. 2014. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/news/checkpoint/wp/2014/08/28/once-again-militants-use-guantanamos-orange-jumpsuit-in-an-execution/>>. Acesso em: 18 Mai. 2015.
- SONTAG, S. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- VEEREN, E. “Orange prison jumpsuit”. In: SALTER, M. (Org.). *Making things international*. Minneapolis: Minnesota University Press, 2015.
- ŽIŽEK, S. *Bem-vindo ao deserto do real!*. São Paulo: Boitempo, 2003.
- ŽIŽEK, S. *Violência: seis reflexões laterais*. São Paulo: Boitempo, 2014.

RUÍNAS IMAGÉTICAS DO REAL NA ARTE CONTEMPORÂNEA: UMA PERSPECTIVA CRÍTICA

Andrea Limberto

Nara Lya Cabral Scabin

Neste artigo, buscamos traçar reflexões sobre experiências em arte contemporânea, questionando sobre seu potencial de renovar a produção imagética em geral, especialmente em relação à proposta de inovação formal e de desafiar regimes do visível (RANCIÈRE, 2009). Tais indagações são favorecidas pelo fato de nosso foco de atenção recair sobre produções limítrofes entre os discursos das mídias e das artes. Adotamos, como *corpus*, obras da 31ª. Bienal de Artes de São Paulo¹, realizada em 2014, cuja curadoria norteou-se pela proposta de presentificar coisas que não existem. Mais do que rastrear o que não existe, buscamos compreender, na justaposição dos elementos artísticos e midiáticos, a forma de articulação dessa inexistência, do que se diz ocultado, a ser revelado como ruína do real.

Observamos que, em um primeiro nível, tais articulações localizam hoje a falta, de maneira geral, na apresentação de situações de conflito, de embates identitários e da ênfase em questões de outro modo silenciadas nos discursos sociais e, então, abrigadas sob o discurso institucional de uma Bienal de Arte. Assim, estamos privilegiando obras que, também em seu desígnio temático, colocam-se sob a égide da dualidade interdição/libertação. No entanto, assumimos que, em um segundo nível, a criticidade que se busca construir, nas mesmas

¹ Site do evento disponível em: <http://www.31bienal.org.br/>, com referência das obras de arte, incluindo fotos de divulgação. Alguns vídeos de divulgação estão disponíveis na página do Facebook do evento: https://www.facebook.com/events/1458595441065802/?ref_dashboard_filter=past.

obras, realiza-se menos em levar essas questões ao espaço de exposição de arte, e mais na proposta de deslocar a possibilidade de ruptura para os espaços de invocação dos corpos.

Nessa abertura crítica, entendemos a possibilidade, mesmo que intangenciável, de ter contato com o novo através do corpo ausente e a tentativa de sua presentificação de forma distorcida e recortada. A partir disso, apontamos três eixos principais de reflexão a nortear nosso trabalho. O primeiro deles consiste em desafiar as possibilidades de representação artística da realidade, que tem sido tema em grande parte dos trabalhos de arte contemporânea. Em seguida, destacamos figuras e objetos representados sob a égide das dualidades interdição/libertação e da submissão/exposição, tendo em vista que o lugar da interdição é um lugar de visibilidade privilegiada. Por fim, indagamos em que medida a produção resultante, imbuída de tais marcas, compõe (e se compõe de) uma proposta de alargamento do visível baseada na exposição de tabus, na inclusão dos corpos e nos movimentos de interatividade.

Exemplificamos, em favor da hipótese sobre a inclusão do corpo como elemento constitutivo de uma proposta de criticidade, com a seleção de três obras da 31ª Bienal de Artes de São Paulo: *Espaço para abortar*, do coletivo Mujeres Creando; *AfroUFO*, de Tiago Borges e Yonamine; e *Errar de Deus*, do grupo Etcétera e Leon Ferrari. Todas são atravessadas por temas que podem ser considerados tabus – o aborto, o racismo e a representação do sagrado, respectivamente –, postos à luz. Ao mesmo tempo e, sobretudo, as obras convidam o público, em maior ou menor grau, à interação. É essa inclinação à interatividade, característica de uma parcela significativa da produção de arte contemporânea, o que nos interessa discutir a seguir. Resgataremos a atual tentativa de interatividade na arte contemporânea a partir do estabelecimento artístico e filosófico de uma arte relacional.

Arte relacional, mídia e os descaminhos da crítica

Na instalação *Espaço para abortar*, o visitante pode transitar por pequenos espaços rodeados por tecidos vermelhos que aludem a úteros, onde se ouvem depoimentos de mulheres que abortaram. Em *AfroUFO*, o público adentra, descalço, um espaço que apela, em uma profusão de representações de alteridades periféricas, para os vários sentidos – visão, audição, tato, olfato. Já em *Errar de Deus*, o visitante pode gravar, por meio de aparelhos telefônicos, mensagens de voz para Deus, que depois serão reproduzidas, compondo a *playlist* do ambiente. Em todas essas obras, destaca-se a falta dos corpos: desde a necessidade de incluir o expectador na estrutura criada até a apresentação de corpos recortados na forma de manequins despedaçados, montagem de partes do corpo em arame e escultura em isopor.

As três obras podem ser incluídas como herdeiras das experiências da chamada *arte relacional*, com sua proposta de reconciliação com o mundo da vida e construção de imagens de vida compartilhada, as quais mobilizam certo regime do visível pelo qual se busca articular a relação entre estética e política. Argumentamos que há uma aproximação possível entre a ação básica para a produção da arte relacional e a movimentação de campos do visível. O resultado da colisão de elementos díspares pode ser um ressignificar de visibilidades instaladas.

O “retorno ao real” – conforme expressão cunhada por H. Foster – que marcou a produção artística dos anos 1980 adquiriu, nos 1990, outra configuração: o que a nova geração de artistas procurou fazer foi reatar os vínculos práticos entre arte e vida sem a mediação das linguagens tradicionais, como forma de reação à volta das expressões que marcaram a década anterior. Tal intento refletiu no grande número de instalações e eventos da chamada arte relacional em mostras internacionais – a exemplo das Bienais (FABRINNI, 2013, p. 55).

A estratégia dos artistas relacionais – nas análises de autores como Jacques Rancière, do qual apropriamos a expressão “partilha do sensível” para caracterizá-la, e dos críticos e curadores N. Bourriaud e H. Obrist, conforme salienta R. Fabrinni – pode ser entendida como uma busca por corrigir falhas nos vínculos sociais, construindo novos espaços temporários de interação, redefinindo as referências de vida comunitária. Em suma, caberia à arte relacional o papel de evidenciar práticas, sejam elas modos de discursos, sejam formas de vida, capazes de funcionar como resistências à sociedade do espetáculo (RANCIÈRE, 2005, p. 52 apud FABRINNI, 2013, p. 57).

É consenso, nesses autores, que o período da utopia estética se encerrou, ou seja, que a ideia de um radicalismo em arte que investe em sua capacidade de transformação radical das condições da vida em sociedade não coloniza mais o imaginário contemporâneo. O fim da ideia de que a arte tem poderes utópico-revolucionários, que orientou as vanguardas, não significa, entretanto – para estes críticos e artistas – que a arte dita pós-vanguardista (como a arte relacional) não efetua crítica alguma à realidade do presente. Seria preciso, portanto, segundo esses autores, redefinir a relação entre estética e política, evitando-se a simplificação da cena artística, com base na oposição entre o poder de negatividade da arte de vanguarda, e a arte enquanto reafirmação da sociedade existente, no sentido de um neoconservadorismo (FABRINNI, 2013, p. 57).

É preciso, diante disso, analisar as novas configurações políticas decorrentes das trocas e deslizamentos entre mundo da arte e mundo da vida. Trata-se de um desafio imenso e complexo, como se vê, este que se coloca no horizonte da crítica de arte hoje. Na impossibilidade de apontar direções certas aos descaminhos da crítica, é possível destacar, segundo Fabrinni, dois aspectos que marcam as produções da arte relacional e podem ajudar a elucidar os questionamentos aqui levantados.

O primeiro aspecto diz respeito à linguagem implicada nessas práticas, que substituem o gesto estético, a partir de procedimentos de apropriação. O segundo aspecto, por sua vez, corresponde às relações entre arte, sociedade e comunicação “envolvidas no dispositivo de tornar públicas as práticas dos ocupantes de um dado território ou de seus colaboradores” (FABRINNI, 2013, p. 58).

É que o artista relacional mobiliza elementos dados no presente, imagens e objetos disponíveis no mundo comum, e com eles busca dar visibilidade a situações sociais. Esse dispositivo, como se vê, não pressupõe a concepção da linguagem artística enquanto arranjo formal ou fundação de um espaço plástico autônomo, voltados à conquista do prazer estético. A arte renuncia às leis internas e à autonomia da forma artística conquistada no período das vanguardas, como sublinha Fabrinni. Um elemento importante na proposta relacional é o convite à interação do público, que deve integrar as paisagens propostas pelo artista para que o sentido das obras se complete. E o público, nesse enquadramento, deve ser presença corpórea, existência material. O que interessa é sua presença física. É nesse sentido que propomos a interpelação ao corpo como elemento constitutivo da arte relacional e, em especial, dos trabalhos da Bienal.

Quanto ao segundo aspecto que sublinhamos – sem dúvida, correlato ao primeiro –, cabe especial atenção. É que o artista relacional atua como espécie de “reciclador” de formas, imagens e sons para compor o evento relacional, de modo que a oposição entre emissor e receptor pode ser superada. Por conseguinte, assistimos à substituição do fruidor de arte pela figura do “usuário” de formas – o qual, não obstante o caráter democrático de tal deslocamento, pode ser equiparado ao consumidor cultural. Nesse cenário, diante do desbotamento das fronteiras entre consumo e produção, um questionamento frequentemente apontado pelos críticos remete ao risco de redução da arte a um tipo corriqueiro de comunicação. O desafio é saber se as experiências de arte relacional

(...) que visam a aproximar arte e vida articulam os elementos do presente no gesto estético ou na forma artística – de modo a relacionar, na metáfora, estética e política – ou se essas práticas, ao contrário, atestam a neutralização da poética e o desvanecimento da política, sucumbindo ao mundo da vida (FABRINNI, 2013, p. 61).

Nesse ponto, torna-se decisiva a convergência entre arte e comunicação. Pois, por um lado, a criação artística oferece-se como matéria-prima fértil e muito requisitada à produção de material midiático; e, por outro lado, é preciso que as instalações e criações dos artistas relacionais circulem nos meios de comunicação para que não fiquem restritas às salas de exposição. Assim, ressaltamos que não se pode pensar uma crítica de arte sem que haja hoje

a devida atenção à circulação de seus elementos midiáticos. A própria Bienal conta com uma cobertura midiática intensa, com a veiculação de notícias jornalísticas, publicidade específica, canais de grande audiência nos meios digitais. Temos, pois, uma convergência recíproca entre arte e comunicação, e a própria identificação dos limites de uma e de outra se torna, se não impossível, ao menos problemática, nesse contexto.

Complexa também é a posição da crítica, que se mostra dividida. Para parte dos críticos, a proposta da arte relacional constitui uma reação consistente ao estreitamento do espaço público. Para outra parcela, representa uma forma “edulcorada” de crítica social, nas palavras de C. Favaretto (FAVARETTO, 2009, p. 11 apud FABRINNI, 2013, p. 62). Correlata a essa posição é a ideia de que, ao produzir experiências de coabitação comunitária, a arte relacional atrela-se a formas diversas de conciliação e refuta todo tipo de oposição ou conflito no campo social.

O problema para esses críticos, enfim, é verificar se os espaços substitutivos podem funcionar efetivamente como elementos de recomposição dos espaços políticos, ou se eles correm o risco de assumirem a função de seus substitutos paródicos. Ou ainda: examinar se na tentativa de suprir a ausência de políticas sociais, o que teríamos nos espaços de arte relacional é uma sociabilidade glamourizada, fictícia porque factícia – um espaço político e desdramatizado, um simulacro, enfim, da sociabilidade dita real porque fundada na imprevisibilidade e nos conflitos (FABRINNI, 2013, p. 62).

Gostaríamos de anotar que alguns embates e divergências são relevantes não apenas à compreensão dos desafios que se colocam à crítica de arte hoje como também à reflexão sobre as possibilidades e limitações da crítica pela arte relacional. Nesse sentido, a posição defendida por Fabrinni suscita alguns elementos interessantes a essa discussão. Para ele, é improvável que se configurem, no circuito artístico, espaços para o desvelamento de novos dissensos tendo em vista que as intervenções dos artistas, sem a mediação da forma estética, são engendradas por uma combinatória de forças que envolvem a comunicação de massa, os curadores, o terceiro setor, entre outros parceiros. Além disso, ao considerar os mecanismos que inscrevem os projetos de arte contemporânea nos mecanismos de produção cultural, o autor destaca a relação entre a crítica e a função curatorial.

Aos curadores, sublinha, atribui-se hoje a função de “coexecutar” o trabalho dos artistas: para conquistar o beneplácito do público, curadores não raro transformam os ambientes que abrigam exposições e instalações em espaços institucionais de acolhimento ou hospitalidade. Com efeito, há ênfase no gênero expositivo em prejuízo do gênero disruptivo, o que neutraliza em grande medida o efeito crítico pretendido em trabalhos de arte relacional.

A Bienal de São Paulo é um bom exemplo dessa prática, que acaba por destacar o poder do curador, gerando níveis diversos de interdição à expressão e à autonomia do artista (FABRINNI, 2013, p. 65).

De fato, não é difícil imaginar que nem todas as expressões de arte contemporâneas inseridas na proposta relacional consigam atingir o que Rancière define como o alargamento dos regimes do visível, alcançando o que se pode considerar como o verdadeiro objetivo político da arte, em sentido lato. Parece-nos claro que trabalhos como os da Bienal de Artes de São Paulo que aqui destacamos se querem atrelados à proposta crítica de lançar à luz temáticas tabus, demandas de grupos marginalizados, conflitos étnicos e sociais. De fato, em toda a 31ª edição da Bienal, as obras parecem reclamar ao visitante que as olhe em seu intento de traçar uma crítica social, pelos assuntos representados e pela tentativa de causar choque na apresentação desses mesmos assuntos.

É esse o caso da obra *Espaço para abortar*, por exemplo, que é atravessada pelos mesmos discursos que emergem em diferentes mídias e circulam na esfera pública reivindicando o direito feminino ao próprio corpo, a legalização do aborto, o fim da matança de mulheres socialmente excluídas em tentativas clandestinas e precárias de abortar. Trazer à tona temáticas dessa ordem, ainda que consista em elemento importante à saúde do debate público, em sua incorporação de vozes plurais e demandas variadas, não nos parece ser particularidade da arte, especialmente nestes nossos dias marcados pela proliferação de discursos e discussões nas mídias digitais, com mais agentes sociais, inclusive grupos historicamente marginalizados, ascendendo à esfera pública, fazendo-se ouvir e influir – ainda que lentamente, em muitos casos – nas decisões políticas.

Cabe-nos indagar, então – e talvez esse seja o grande desafio da crítica de arte hoje –, se há a possibilidade de uma crítica na arte que vá além da exposição de temas e assuntos a que se deseje dar (mais) visibilidade na agenda pública. Mesmo nos casos em que a premissa da obra seja conferir visibilidade a uma discussão considerada invisível no debate político (e tomemos nesse ponto o epíteto da 31ª Bienal, “Como (...) coisas que não existem”), é interessante notar que a constatação de tal carência se dá pela observação das discussões públicas e dos discursos que circulam na mídia. Ou seja, em algum momento, os debates surgem nos meios de comunicação, sejam eles tradicionais, sejam alternativos, e, por esquecidos ou marginalizados de suas pautas, são tomados pelos artistas, interessados em sua invisibilidade, tornando-se objeto de instalações, colagens e obras nos salões da Bienal de Artes de São Paulo. Logo vemos que, do ponto de vista de seus temas, seus objetos e seus discursos, muitos dos trabalhos de arte relacional são pautados pelos discursos midiáticos.

Pelo exposto, vemos que a arte relacional é representativa de um momento de crise ou ruptura: como ressalta Fabrinni (2013), o que está em questão, do ponto de vista da linguagem da arte relacional, não são mais as “normas internas”, como na obra de arte dita “autêntica” – em outras palavras, não se pode mais falar, nesse contexto, em *formas artísticas* de fato. Também é muito significativo, nesse sentido, o fato de as obras manterem relações muito íntimas com a comunicação de massa. Há um trânsito de linguagens, de temáticas, de debates, de referências mútuas: as obras citam os discursos midiáticos e nestes, também, se fala sobre a arte. Basta pensar na Bienal como um evento a que também se atribui certa medida de espetacularização, com as imagens e *hashtags* que circulam pela internet, até porque a eficiência/sucesso da arte relacional depende da publicidade, de se tornar pública para o maior número de pessoas possível.

Estamos diante, como vemos, de um momento crítico – no sentido de colocar em evidência uma crise. Como mostra a posição de Fabrinni, há um empenho, por parte de acadêmicos e críticos, em resituar o potencial crítico da arte: a questão que se coloca é se a arte relacional extrairá seu potencial crítico de uma articulação entre estética e política ou se ela sucumbirá ao mundo da vida. Para os objetivos deste trabalho, mais do que optar por uma opção ou outra; e mais do que buscar restaurar o lugar da crítica de arte, como fazem muitos críticos, interessa-nos compreender esse momento de crise, seus dilemas e tensões, buscando pensar de que modo a arte pode se colocar de modo inovador. A toda crise, afinal, pode corresponder uma abertura importante à inovação.

Se, por um lado, é preciso considerar os entraves à possibilidade de derruir e de engate político na arte relacional decorrentes dos esquemas de produção cultural contemporâneos, por outro, questionamos a ideia de que essa forma de produção artística consista em mero simulacro desdramatizado da vida real, fundada na imprevisibilidade e no conflito. Primeiro, porque as possibilidades de criação sob a rubrica da “arte relacional” são muito diversas. Segundo, e sobretudo, porque a crise e a imprevisibilidade são o motor para a criação artística e para a possibilidade de estabelecimento de sentido. De fato, não é possível reverter as mudanças decorrentes do avanço do digital, da convergência das mídias, da crise das artes. Não obstante, sem desconsiderar os problemas que resultam do fim da autonomia do campo artístico, a modelar e limitar o olhar dos artistas, devemos buscar ver, em um olhar que privilegie a complexidade dos processos sociais, o que de particular reside na imbricação de linguagens e práticas que engendram as expressões da arte relacional.

Assim, interessa-nos procurar ver onde reside a possibilidade de uma criticidade nas próprias obras, de uma criticidade capaz de problematizar a própria imagem/arte, em uma espécie de dobra crítica. Recuperando nosso trajeto de reflexões que nos conduziu à materialidade deste ensaio, perguntamo-nos, inicialmente, se essa possibilidade de colocar em crise regimes do visível – o que, na perspectiva de Rancière, corresponde a um engate político

da arte, ou seja, uma espécie de engajamento crítico da arte – poderia se dar na representação dos tabus, dos silêncios, das interdições. Como pontuamos, nas obras da Bienal observadas, não localizamos a possibilidade de configuração de uma criticidade enquanto decorrente desse “dar-a-ver”, sobretudo porque os temas, objetos e figuras que são representados nas obras já se encontram devidamente inseridos no campo do visível (ou “dizível”), participando de discursos midiáticos a que temos acesso cotidianamente.

Logo, é em outra dimensão das obras que localizamos, como hipótese de trabalho e convite à reflexão, uma dobra crítica. Ela está mais próxima do que o Rancière identifica como possibilidade de política pela arte, no sentido de propor uma reconfiguração de regimes do visível e, portanto, de problematização da própria imagem/arte, ou seja, de crítica da imagem/arte. Essa dobra crítica, a nosso ver, está em um movimento de invocação dos corpos. É nesse espaço que a obra se abre para o outro, para a incorporação do corpo do outro, onde reside a condição de possibilidade de uma abertura à desestabilização e até à desconstrução da própria obra.

Nossa reflexão assenta-se, assim, sobre formas de ver o outro e a si mesmo como corpos faltantes no visível. De modo mais específico, o percurso aqui é feito pela arte contemporânea e sua necessidade de desconstruir as formas tradicionais de fazer arte, de aproximar-se de elementos da realidade e de propor a recobrir a distância com o outro. Nesse trajeto, a arte aproxima-se da linguagem midiática e tem seu papel, uma vez mais, revisto e reassumido. No quesito estético, há o apelo a sentimentos de instabilidade, desconforto, interação, participação, rompimento de expectativas. Cabe indagar, nesse cenário, sobre como a arte busca fixar uma abertura crítica. Nossa hipótese, neste breve ensaio, é que isso se dá sobre os corpos. Da perspectiva albertiniana à inclusão em estruturas interativas, é em torno dessa medida que a estruturação formal se assenta. Será possível afirmar que há uma dimensão estética, formal e ao mesmo tempo política determinada pela medida crítica sobre a entrada e circulação dos corpos? É esse questionamento que procuraremos desenvolver a seguir.

O corpo artemidiatizado

Duas marcas se apresentaram nas obras que escolhemos analisar: o signo da tecnologia e aquele da presença do corpo humano. Consideramos que essa conjunção em favor de um tipo específico da criação artística contemporânea é o que podemos identificar como o ponto de criticidade dessas imagens. A referência à tecnologia aparece na forma de suporte sobre o qual a obra de arte é moldada. Mostra-se, ainda, como a temática de algumas das obras como obstáculo inconveniente para o encontro entre os corpos. Das duas maneiras, entendemos que a falta deste encontro é um sintoma na produção da arte contemporânea.

Retirados do fluxo indiferenciado da comunicação cotidiana, na qual seu caráter trágico se confunde e se dilui em inúmeros episódios violentos, os exemplos aqui analisados são uma das tantas possibilidades inerentes ao corpo como território do político, como campo de batalha. Uma batalha sem tréguas, na qual o corpo demonstra toda a sua fragilidade perante um poder que não dispensa nenhuma estratégia para dominá-lo, construí-lo, plasmá-lo, ora pela força (política), ora pela persuasão (publicitária) (FABRIS, 2009, p. 429).

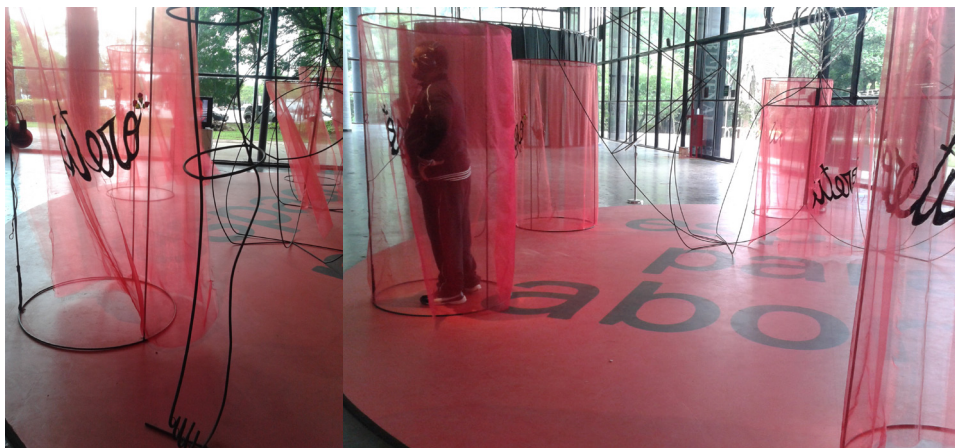
Toda obra artística, ou melhor, todo ato comunicativo precisa organizar a forma do encontro entre o corpo do espectador e o corpo do criador, objetificado na experiência da instalação artística. Ambos devem ser entendidos em sua virtualidade necessária e nos limites pressupostos para a interação. E, nesse sentido, as obras que analisamos podem ser entendidas como tentativas de captar uma relação com o corpo humano, tanto de artista quanto de espectador, já somados num mesmo ponto de vista de olhar. A única reconciliação possível é através do acesso tecnológico ou, de maneira mais ampla, pela linguagem. Reforçamos assim nossa hipótese central que a abordagem crítica e correspondente possibilidade de renovação imagética na arte contemporânea está no encontro não simplesmente entre quaisquer corpos humanos ou no resgate individual de nossos próprios corpos, mas no entendimento de que o único acesso possível ao corpo é hoje através do signo tecnológico e na especialidade do recorte de suas partes.

A partir deste recorte chegamos a nossos exemplos singulares, três obras presentes da 31ª Bienal de São Paulo: *Espaço para abortar*, do coletivo Mujeres Creando; *AfroUFO*, de Tiago Borges e Yonamine; e *Errar de Deus*, do grupo Etcétera e Leon Ferrari.

Em *Espaço para abortar*, quando nos aproximamos da obra, perdemos a dimensão de que seu aramado estrutural representa parte do corpo feminino: são pernas desenhadas com linhas finas, mas de material duro de ferro, abrindo o desenho no ar. Cabines circulares, criadas pelo efeito de isolamento com véu vermelho, mas transparente isola e ao mesmo tempo deixar ver mais uma referência ao corpo, agora o do visitante. Aquele que se dispõe a adentrar no espaço para abortar pode envolver-se no vermelho sangue e ouvir depoimentos através de *headphones* instalados. Destacamos dessa experiência o apelo visual (movimentação e sinuosidade), o apelo sonoro (convite a ouvir depoimentos) e a tentativa de integração do corpo do visitante ao cenário da obra. Não procuraremos desenvolver uma argumentação interpretativa das obras, mas conduzir uma leitura ao que nos interessa, que é apontar seu aspecto crítico. Nesse sentido, *Espaço para abortar* trabalha com os limites do corpo feminino.

A materialidade da obra é trabalhada no sentido de promover a presença dos corpos através da construção em vigas de metal. A marcação do grande círculo vermelho delimita

o espaço da obra, destinada a abrigar grupos de visitantes. Enquanto isso, espaços circulares menores individualizam o espaço para a experiência. Nos véus, vermelhos, temos a palavra marcada, “útero”. A cor vermelha marca a referência ao sangue, ao período menstrual, ao sangue que seria eliminado num aborto. O corpo está mais especificamente representado numa dualidade entre a leveza e mobilidade do tecido leve e a rigidez e agressividade que podem ser relacionadas ao metal. Essa anotação é relevante para pensarmos que o desmembramento de um corpo possível dá aqui origem à crítica que tal obra de arte pode realizar.



Figuras 1 e 2. *Espaço para Abortar.*

AfroUFO apresenta uma experiência de entrada num espaço fechado e denso que remete a um objeto voador não identificado, ao mesmo tempo que, estando pousado, remete também a um tanque a serviço de uma guerra contra o preconceito e à luta pela igualdade racial. O espaço promove uma entrada que pode ser feita descalço, para que se sinta a textura do carpete com material artificial. Outros sentidos são também acionados com a presença de som ambiente e vídeos passados em telas dispostas nas partes internas da estrutura. Podemos dizer também que um apelo ao convívio coletivo é feito a partir do momento em que a música e o vídeo não são individualizados, e a ocupação do espaço é também compartilhada.

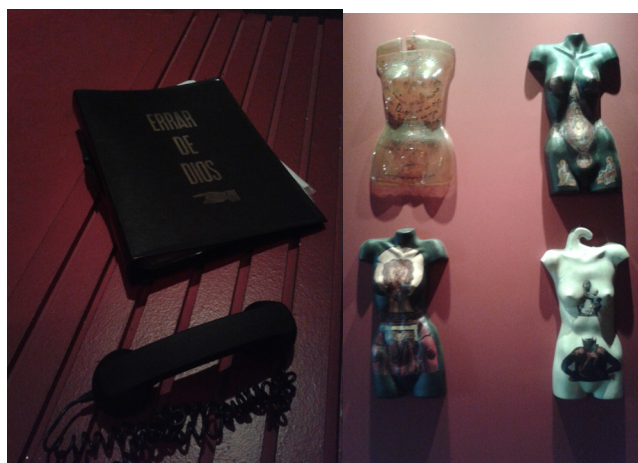
Na superfície externa da estrutura feita de isopor e pintada em tinta escura, há diversas inscrições e engravamentos remetendo a um muro urbano. Podemos entender que é como o local de pouso dessa nave, com questões tão distantes e tão próximas da realidade da cidade. O que gostaríamos de privilegiar em relação à obra é mesmo a base do preconceito através de questões sobrepostas ao corpo. Ele está ausente na obra, e a estrutura criada pouco tem relação com as formas humanas. Propõe-se uma dissonância entre a totalidade do conjunto de possibilidade dos corpos humanos e aquilo que seria do domínio do outro, *alien*. A relação com um corpo que se desmonta, nesse caso, é retomada à imagem de um corpo alienígena que não pertence ao domínio da obra, mas em face do qual todos os corpos humanos são iguais.



Figuras 3 e 4. *AfroUfo*.

A obra *Errar de Deus*, por sua vez, apresenta algumas formas que remetem diretamente ao corpo humano, com a apropriação de moldes em material artificial. Depois de passar por um corredor com objetos expostos, adentra-se uma sala em que se poderia falar com Deus através de ligações de telefone fixo. O visitante faz o papel de completar a posição de um corpo ausente que tenta se conectar. A assunção de um terminal de telefone é individualizada, enquanto mensagens são audíveis coletivamente pelos alto-falantes dispostos pela sala.

Estabelece-se, ainda, uma relação teológica entre o humano e a divindade, enquanto um tenta comunicar-se com outro. Nos termos da apropriação dos corpos, que estamos referenciando ao longo de nosso trabalho, o visitante adentra uma situação de confissão. Ela é ao mesmo tempo individualizada no terminal telefônico e pública na audição das mensagens pelos alto-falantes, como descrevíamos. A divindade, por sua vez, tem sua voz corporificada como a de um humano. Todo o choque dessa obra atribuímos à encarnação da experiência de poder se comunicar com a divindade, representando algo fluído, etéreo, descorporificado. Enfim, podemos dizer, com o título dado à obra, que há uma errância nessa comunicação. Tal erro, misturado com distância, está, de todo modo, presente na base da tentativa das obras de arte contemporânea em captar os corpos que são sua fonte e destino.



Figuras 5 e 6. *Errar de Deus*.

Considerações finais

Preocupamo-nos, assim, em recuperar as obras sob o aspecto da tomada da medida do corpo, em sua ausência ou presença, como elemento crítico. Essa questão direciona uma parte da produção da arte contemporânea no sentido de fazer referência a uma presença polêmica do corpo (moralizante, politizante) ou no sentido de abrir espaço para que o corpo do visitante esteja adequado a uma interação com o espaço da obra (visão interativa). Defendemos que, de um modo ou de outro, a necessidade premente de deslocar o lugar deste sujeito de que a arte fala, ou que a produz ou consome, está na base da produção de uma arte engajada em problematizar esses mesmos lugares. Assim, ela é tanto engajada quanto instável e produz resultados tanto inócuos e institucionalizados como podem ser também inspirados e circulantes.

Os caminhos para estudar a crítica à imagem tornam-se particularmente complexos quando se volta para a arte, ainda mais se pensarmos na arte contemporânea. A Bienal de São Paulo se constrói como objeto midiático. A arte, como esfera autônoma, não mais existe do modo como a idealizamos. Não só o público mas também a crítica e, sobretudo, a mídia são peças fundamentais à instância de sua produção. O circuito do sentido se completa no público – para além, inclusive, do grau de interação obtido –, o que transforma nossas concepções tradicionais acerca da arte.

Um leque imenso de possibilidades está aberto para a intervenção problematizadora da arte: a crítica das novas formas de dominação baseadas em gênero, classe, raça ou nacionalidade (as guerras imperialistas, os genocídios, o terrorismo, a migração internacional, a intolerância com relação aos estrangeiros etc.); a crítica da vigilância universal, da globalização predatória, da espetacularização da vida e da degradação ambiental. E também as novas formas de engajamento social direto baseadas nas redes telemáticas, as mídias táticas, a utilização de sistemas de distribuição multiusuários para a criação de obras colaborativas verdadeiramente coletivas, a busca de novas políticas do corpo, a expressão de identidades culturais diferenciadas etc. (MACHADO, 2010, p. 56/57).

De acordo com o autor, a busca pelas pequenas revoluções está identificada com a criação digital e com os novos cenários biológicos. De modo correlato, o lugar do crítico não é mais o de estabelecer o cânone ou os modos de entender e interpretar a obra de arte, porque o público, de modo geral, já participa da cultura midiática, cuja influência impregna a arte mesmo quando a encaramos como espaço apartado. As imagens da Bienal atravessam o espaço institucional dos salões de exposição e circulam nas mídias. Por isso, a resposta à crise da crítica de arte vivida hoje talvez esteja mais em buscar engendrar uma crítica imagética, em

sentido amplo, que pense um campo do visível do qual arte e mídia participam, do que em reafirmar o papel do crítico de arte enquanto esfera autônoma.

As obras aqui analisadas – a exemplo do que fazem os trabalhos da 31ª Bienal de São Paulo, de modo geral – reproduzem os debates que circulam em ambientes midiáticos e, em particular, nas redes sociais. E não apenas os reproduzem, como o fazem de modo militante, incorporando discursos ideológicos, sem reservar espaços à contradição, à ambiguidade, a uma visada que seria, dessa forma, mais dialógica. “Ela não só se debruça vigorosamente sobre as novas dimensões da literatura como “cinescritura”, mas também como exercício de fusão entre códigos e linguagens, rumo a uma interpenetração dos formatos vernaculares e algorítmicos que apontam para novas interfaces de leitura” (BEIGUELMAN, 2005, p. 18).

Sabemos da impossibilidade de representação de tudo aquilo que está para além do plano simbólico. Os mistérios que integram a ordem do real são fugidios – e sempre serão. Mas é talvez na sombra, na alusão a esse elemento que nos escapa, que poderia residir a possibilidade de implosão da obra artística e, por conseguinte, de alargamento do campo do visível – algum enigma, alguma imagem que indicie algum segredo, que agence um acontecimento, nas palavras de Fabrinni (2013, p. 65).

Porém, é também na direção oposta que parecem ir os trabalhos integrantes da Bienal. Eles promovem a tentativa de tocar temas tabus, lançam luz sobre conflitos e filiam-se a um discurso de iluminar invisibilidades e dispor visibilidades. Tal filiação se manifesta como militância, as obras parecem atingir seu objetivo de tratar de temáticas engajadas e tópicos importantes ao debate político. Como estética, passam ao largo da perspectiva dialógica de incorporação de contradições. “Nessa nova forma cultural que pode ser designada como cultura do uso ou cultura da atividade, a obra de arte funciona como o término provisório de uma rede de elementos interconectados, como uma narrativa que prolonga e reinterpreta as narrativas anteriores” (BOURRIAUD, 2004, p. 14).

A arte propõe-se ao diálogo desafiador com o cânone. A arte contemporânea procura radicalizá-lo no sentido estético, temático, na sua apresentação e representação. Por esse mesmo motivo, que consideramos de intensa visibilidade, pois chama a atenção para si pela explicitação de uma pretensa dinâmica de ruptura, temos também o maior nível de opacidade. Em que medida as obras acertam fazer ver o não-dito, deixando lugar para a sombra? A sombra, é preciso sublinhar, não está na sombra efetivamente representada e nomeada como tal, mas nas ruínas do irrepresentável – fugidias, certamente, pois que, uma vez capturadas e apreendidas, adentram o domínio do simbólico.

Referências

- AIDAR PRADO, J. L. *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*. São Paulo: Educ/Fapesp, 2013.
- BOURRIAUD, N. *Estética relacional*. São Paulo: Martins, 2009.
- CESARE, D. “O artista como produtor – um (des)fazedor de limites”. *Questão de crítica – Revista eletrônica de críticas e estudos teatrais*. vol. VII, n. 62, Jun. 2014.
- DANTO, A. C. *Após o fim da arte: arte contemporânea e os limites da história*. São Paulo: Edusp/Odyseus, 2006.
- DANTO, A. C. “Marcel Duchamp e o fim do gosto: uma defesa da arte contemporânea”. *Revista ARS*, São Paulo, v.6, n.12. Jul.-Dez., 2008.
- DIDI-HUBERMAN, G. *Diante da imagem*. São Paulo: Editora 34, 2013.
- DIDI-HUBERMAN, G. *Imagens apesar de tudo*. Porto: KKYM, 2012.
- DIDI-HUBERMAN, G. *O que vemos, o que nos olha*. São Paulo: Editora 34, 1998.
- FABRINNI, R. “Arte relacional e regime estético: Nicolas Bourriaud e Jacques Rancière”. In: FABRINNI, R. *Arte e ruptura*. Rio de Janeiro: Sesc, 2013, p. 52-69. Disponível: <http://www.sesc.com.br/portal/publicacoes/cultura/livros/arte+e+ruptura/arte+e+ruptura>. Acesso em: 17 Nov. 2014.
- FABRIS, A. “O corpo como território do político”. *Baleia na rede: revista online do grupo de pesquisa em cinema e literatura*, v. 1, n. 6, ano VI, Dez. 2009.
- FOSTER, H. *The return of the real*. Cambridge/Massachusetts: MIT Press, 1999.
- HENCK, J. “Estética relacional na era digital: espaços, sujeitos e imagens”. 22º Encontro Nacional da Anpap – Ecossistemas Estéticos, *Anais*, 2013.
- LEENHARDT, J. *Crítica de arte e cultura no mundo contemporâneo*. In: Martins, M.H. (org) *Rumos da crítica*. São Paulo: Senac/Itaú Cultural, 2000.
- MACHADO, A. *Arte e mídia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2010.
- RANCIÈRE, J. *A partilha do sensível: estética e política*. São Paulo: 34, 2009.
- RANCIÈRE, J. *O desentendimento: política e filosofia*. São Paulo: Editora 34, 1996.
- RANCIÈRE, J. *O espectador emancipado*. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
- SILVA, G.; SOARES, R. “Para pensar a crítica de mídias”. *Famecos*, PUC-RS, v. 20, n. 3, p. 820-839, set./dez. 2013.

CRIANÇAS EM “SOMBRA E ÁGUA FRESCA”: A IMAGEM DO IDEAL CONTEMPORÂNEO DE INFÂNCIA NA VOGUE KIDS

Juliana Doretto

Renata Carvalho da Costa

O “repertório de referências disponível” numa cultura nos ajuda a interpretar seus significados, afirma V. Bonnell (1999 apud DUBINSKY, 2012, p. 12). Por meio de referências visuais, recolhidas sobretudo a partir do século XVII, P. Ariès (2006) mostra que a infância é uma construção social: não há uma única marca biológica que determina o que é infância ao longo do tempo – ao ponto de, na Idade Média, não haver infância, tal qual a conhecemos hoje. São os valores, as crenças, as normas sociais de um período e de uma sociedade, além de determinados traços físicos, que ditam os contornos que definem as “infâncias”, já que não há um único modelo, ou uma única forma de ser criança, mesmo num determinado recorte de tempo.

K. Dubinsky (2012), por sua vez, mostra como as imagens de crianças deslocadas do lugar social que, em geral, é reservado a elas são usadas para mobilizações sociais. Meninos e meninas sofrendo em situações de guerra e de fome viram cartazes de campanhas mobilizadoras ou, acrescentamos aqui, fotos de capa de revistas e jornais ou vídeos na TV. E

isso ajuda a ampliar o impacto causado por lutas sociais contra esses conflitos ou por relatos noticiosos sobre as tragédias humanas:

Em cartazes políticos, as crianças aparecem para que os adultos possam agir. Uma das categorias sociais mais naturais, tomadas como certas durante vários séculos, tem sido a distinção entre adultos e crianças. Eu acredito que a imagem de crianças em cartazes políticos (geralmente projetados por e para adultos) pode nos ensinar muito sobre como essas relações de poder são mantidas. Tais crianças não apenas absorvem, experienciam ou representam questões políticas iniciadas por adultos. Elas também as sustentam (...). Quando olhamos para além das fronteiras nacionais e ideologias políticas (...) nós também podemos ver o conhecimento global sobre a “infância” que esse arquivo visual nos ajudou a criar (DUBINSKY, 2012, p. 8-9).

Falamos aqui de um *ideal*, que está na base do conceito de infância que predomina nas sociedades ocidentais atuais: a criança é aquela que tem que ser protegida de conflitos, de dores e de sofrimentos. Não necessariamente todas elas, mas as que Cristina Ponte (2005) chama criticamente de *nossas crianças* – as que são os filhos, os parentes, os alunos das classes média e alta. Cabe aos adultos fazer com que elas voltem ao patamar esperado para essa fase da vida: um ambiente de abrigo, de carinho, e de ingenuidade. Assim, grupos de interventores conclamam às instituições governamentais e jurídicas formas seguras de proteção. Isso para as meninas, sobretudo, já que o gênero feminino demanda mais cuidado, por sua suposta fragilidade física – colocada em questão por S. Beauvoir (2008)¹. “Fatores como idade, gênero, classe, noções de respeitabilidade e raça contribuem para a legitimidade do estado de vítima e, conseqüentemente, também para a extensão do interesse e da cobertura da mídia” (OLSON; RAMPAUL, 2013, p. 26).

No entanto, as meninas e os meninos pobres e delinquentes – as “crianças dos outros”, diz Ponte –, mesmo privados diariamente de sua condição idealizada de criança, não têm a capacidade de conclamar às pessoas para que esse *status* seja reconstituído. Ao contrário, crianças excluídas socialmente aparecem, por vezes, como aquelas que *ameaçam* a ordem e a paz. Ou, ainda, que colocam em perigo a segurança e a proteção de outras crianças – essas, sim, ainda tidas como pertencentes à esfera idealizada de infância. Altheide diz que

crianças atuam em um papel dual em termos de inocência e brutalidade, proteção e controle. Nós podemos justificar excesso em proteção de crianças e nós podemos desculpar excesso em puni-los, particularmente – e paradoxalmente

1 Simone de Beauvoir, no clássico *O segundo sexo*, diz que não sabemos se as mulheres, em tempos remotos, tinham a mesma condição física do homem. A divisão de tarefas entre os gêneros pode ter, ao longo dos séculos, desestimulado o desenvolvimento físico feminino.

– se sanções extremas protegerem a inocência das crianças (Best 1990, 1994; Sommerville 1982; Zelizer e Rotman 1985) (ALTHEIDE, 2002, p. 248).

O mesmo vale para situações que exploram o erotismo de crianças, tal como o ensaio fotográfico, divulgado em setembro de 2014 pela revista Vogue Kids, “Sombra e água fresca”. Ele mostra meninas em roupas ditas do vestuário adulto, e em poses parecidas às de modelos já crescidas. Foi o comentário de uma roteirista na rede social Facebook que, aparentemente, iniciou a discussão em torno do ensaio da publicação. A mobilização social na internet culminou em diversas denúncias ao Ministério Público, e o órgão então tomou a decisão de mandar a editora Globo recolher os exemplares da revista e tirar a edição específica de circulação. Imagens de prostituição (pobre) infantil não provocam, necessariamente, a mesma mobilização social que as fotografias de Vogue geraram (PONTE, 2005).

A partir dessa reflexão sobre a infância e do debate levantado pelo ensaio “Sombra e água fresca”, vamos analisar textos de crítica de mídia em torno do caso da revista: do *blog* Território de Maíra, publicado no *site* da Carta Capital², do *blog* Maternar³, veiculado na página *online* do jornal Folha de S.Paulo, e da coluna de Rodrigo Constantino⁴, na revista Veja. O objetivo é refletir sobre as representações de infância que transparecem nessas discussões sobre a mídia, com foco na leitura que fazem do comportamento a ser tomado pela imprensa.

Território de Maíra – Carta Capital

O Território de Maíra é um *blog* hospedado no site da revista semanal Carta Capital, revista que se define como *progressista*, defendendo posições à esquerda no cenário político brasileiro. A jornalista responsável, Maíra Kubík Mano, é doutora em ciências sociais pela Universidade Estadual de Campinas e professora do Bacharelado em Estudos de Gênero e Diversidade, do Departamento de Ciência Política, da Universidade Federal da Bahia.

A opinião da blogueira aparece no começo do *post*: “Pernas abertas, calcinha aparecendo, blusa levantada. Se fossem modelos adultas, estaríamos discutindo aqui no *blog*, mais uma vez, a objetificação do corpo mulheres. Mas são crianças e as fotos (...) praticamente falam por si”. Ela deixa claro que as fotografias indicam a erotização precoce das crianças e, no parágrafo seguinte, já traz o termo *pedofilia*, em meio à citação da roteirista Renata Corrêa, utilizada no texto. Embora a informação não esteja referenciada no artigo em questão, a

2 <http://mairakubik.cartacapital.com.br/2014/09/11/vogue-kids-faz-ensaio-com-criancas-em-poses-sensuais-e-pode-ser-acionada-pelo-mp/>.

3 <http://maternar.blogfolha.uol.com.br/2014/09/11/instituto-acusa-revista-de-publicar-fotos-sensuais-de-meninas/>.

4 <http://veja.abril.com.br/blog/rodrigo-constantino/cultura/a-aceitacao-da-pedofilia-ainda-sera-pauta-na-agenda-nefasta-dos-progressistas-podem-apostar/>.

roteirista foi uma das primeiras – ou a primeira – a se manifestar sobre as fotos da Vogue Kids no Facebook, conclamando leitores e amigos a realizarem uma denúncia da reportagem fotográfica da revista ao Ministério Público. Uma pesquisa rápida no buscador Google revela que Renata Corrêa é roteirista com experiência em programas infantis, como o Gaby Estrella⁵, do canal a cabo infantil Gloob. Pelo que se lê no texto de Maíra, assim como em tantos outros sites que escreveram sobre o assunto, ela não foi entrevistada. Sua declaração foi retirada da página de seu perfil no Facebook.

Além do depoimento de Renata Corrêa, Maíra Kubík Mano coleta outras declarações sobre o caso: de uma arquiteta, sem explicar a razão para isso – talvez a justificativa seja a de que ela é mãe de uma menina –, “Como mulher, como mãe, como mãe de uma menina, eu sinto revolta”; de uma artista plástica que “já realizou performances no Brasil questionando a indústria da moda”; e de uma jornalista e analista de moda. O depoimento da artista plástica Yolanda Domínguez, que entra no artigo como a voz de uma especialista estrangeira da moda, lembra que a sexualização precoce das meninas está por toda a indústria cultural – das bonecas aos desenhos animados e, *agora*, segundo ela, na moda. O *agora*, no entanto, joga a culpa no referido ensaio da Vogue Kids, como se nunca antes a moda tivesse se utilizado da exaltação à sexualização infantil.

A declaração da jornalista e analista de moda Vivi Whiteman traz alguns trechos que merecem análise: certamente as fotos foram feitas com autorização dos pais, a moda “não é o mais ético dos mundos”, “a revista é só mais um exemplo de comportamento que está na mídia e também na educação”. E, por outro lado, “num ensaio de moda feito para vender produtos e comportamento não há espaço para teoria, nem para discussão, nem para aprofundar nada”. No geral, ela tira do universo da moda a *responsabilidade* sobre o caso, como se a moda fosse neutra, baseada, obviamente, em comportamentos sociais, mas sem, no entanto, retroalimentá-los. Ainda, a autorização dos pais tiraria dos ombros da revista, ou do mundo pouco ético da moda, a responsabilidade sobre as fotos sensualizadas das crianças.

Por um lado, a especialista estrangeira citada acima, Yolanda Domínguez, lança a culpa no ensaio da revista, como se fosse novidade que a moda entra agora na indústria cultural como mais um meio de difusão da sexualização precoce. Por outro lado, ela faz uma afirmação que, historicamente, faz sentido: “As meninas aprenderão que atitude se espera delas”. A história da moda infantil registra que, antes do século XVII, as crianças se vestiam com roupas pouco apropriadas para seus movimentos, desde panos enrolados e tiras amarradas ao corpo, até vestimentas pouco confortáveis, com armações. Somente a partir do

5 Segundo definição no site do canal (<http://mundogloob.globo.com/programas/gaby-estrella/>), o programa fala de Gaby Estrella. Ela “tem treze anos e seu mundo vira ao avesso quando ela tem que se mudar para a fazenda da avó no interior. Ela se sente um verdadeiro ‘peixe fora d’água’, mas descobre mais sobre seu passado, a história da família Estrella e sua relação com a música”.

século XVII, começou-se a distinguir a infância da fase adulta (ARIÈS, 2006). Mas, segundo R. Di Marco, “esse rito de passagem da roupa infantil para adulta era mais evidente para os meninos, que deixavam de usar calças curtas, ao contrário das meninas, que passavam a se vestir como suas mães, envoltas em saíotes, corpetes e rendas” (2008, p. 1). As meninas não passavam por essa transformação menina-mulher em suas vestimentas em nenhuma idade. Ao contrário dos meninos, estavam sempre vestidas como adultas. “(...) uma camisola curta, meias bem quentes, uma anágua grossa e o vestido de cima, que tolhe todos os ombros e quadris com uma grande quantidade de tecidos e pregas, e diz-se a elas que toda essa tralha lhes dá um ar maravilhoso (ARIÈS, 2006, p. 33).

Isso pode ser explicado pelo fato de que, mesmo após o Iluminismo, as meninas eram tratadas como pequenas mulheres. Se os meninos deveriam receber uma educação formal para a leitura e, quem sabe, até alcançar uma formação universitária, as meninas apenas aprendiam a lidar com a casa e ajudar nos cuidados com as crianças mais novas. Para elas, não havia a passagem do iletrado para letrado. “Com dez anos, as meninas já eram tratadas como mulheres em miniatura. Essa precocidade pode ser explicada por uma educação que as treinava para se comportarem desde muito cedo como adultas, pois, além da aprendizagem doméstica, elas não recebiam mais nenhuma educação”, conforme M. Tonding, C. Schemes e D. Castilhos de Araújo (2010, p. 405).

Apesar de esse cenário ter mudado ao longo dos séculos, com a ampliação do direito à educação a ambos os gêneros e a adoção de vestes diferentes das adultas para as meninas, D. Buckingham (2007) demonstra que, na contemporaneidade, os limites entre adulto e criança no vestuário têm se diluído, por conta de um efeito contrário. “Quantos anos você tem — ou quantos anos você imagina ter — é cada vez mais definido por aquilo que você consome. Nessa medida, a ‘infância’, assim como a ‘juventude’, tornou-se ela própria uma mercadoria simbólica” (BUCKINGHAM, 2007, p. 146). Assim, nossas vestes se ligam à nossa *juventude*, e “pessoas de dez a quarenta anos fazem parte de um mercado ‘juvenil’” (BUCKINGHAM, p. 144).

Esse cruzamento de gerações, no entanto, se dá em mão dupla: os adultos querem consumir produtos dos jovens e pré-adolescentes, para projetar juventude; enquanto as crianças mais velhas (pré-adolescentes) querem se afastar, cada vez mais, da infância. Esses *tweens*⁶ são tratados como um mercado consumidor autônomo, que pode fazer suas próprias escolhas. A compra de produtos *adultos* é uma maneira de eles autoafirmarem essa independência. Referindo-se à mídia, Buckingham (2007, p. 145) faz uso de trecho de Kinder, em que este diz que estamos criando “adultos infantilizados” e “crianças precoces” em seu processo de amadurecimento.

6 Pré-adolescentes de 8 a 12 anos que se aproximam dos comportamentos do *teenagers* (adolescentes). O termo vem de *between* (meio), no sentido de estar entre a infância e a adolescência.

Tratar a questão como pedofilia é, uma vez mais, acobertar não apenas o cruzamento de gerações mas também a objetificação do corpo feminino, seja da mulher adulta, seja da menina. Transmuta-se o problema do cultural, do dia a dia, do nosso alcance de discussão e transformação para o campo da doença, para o biológico, talvez imutável. A pedofilia é definida pela classificação internacional de doenças⁷ (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE, p. 641) como

Uma preferência sexual por crianças, usualmente de idade pré-puberal ou no início da puberdade. Alguns pedófilos são atraídos apenas por meninas, outros apenas por meninos e outros ainda estão interessados em ambos os sexos. A pedofilia raramente é identificada em mulheres.

Entendemos objetificação como o conceito proposto pela cientista política americana C. Heldman: “o processo de representar ou tratar uma pessoa como um objeto” (2012). A revista, ao trazer as meninas em poses sensuais, as objetifica, porque dá destaque, nas fotos, para partes de seus corpos, ainda que algumas imagens sejam de corpo inteiro. Na Figura 1, reproduzida neste artigo, temos duas imagens retiradas do ensaio. Na imagem à esquerda, o destaque é o tronco da menina com biquíni e pernas ligeiramente afastadas, desalinhadas, em posição de relaxamento. Vê-se, ainda, um gato saindo do quadro, só corpo e cauda. Na imagem à direita, o central são os lábios da menina, ao encontro da boca do peixe que segura.

Nessas duas imagens, bem como nas demais do ensaio “Sombra e água fresca”, o rosto das jovens está sempre virado para o lado. Há outras fotos em que as meninas estão de pernas abertas. Na imagem de abertura, uma delas é clicada no momento em que levanta a blusa, fazendo o movimento de tirá-la, e outra menina é clicada de costas, com o tronco ligeiramente virado em direção ao fotógrafo. Nessa mesma imagem, vê-se a região do glúteo da jovem. Em todas as imagens, as meninas estão em poses pretensamente naturais, como *surpreendidas* pelo fotógrafo.

Heldman (2012) desenvolveu uma espécie de teste simples, chamado *Sex Object Test* (SOT), ou *teste de objeto sexual*, que compreende sete perguntas simples para análise de imagens a fim de classificá-las segundo a percepção de objetificação sexual. Uma das questões que levam a classificar uma imagem como positiva para essa categorização diz respeito ao corte do rosto do modelo. Se a imagem não traz o rosto, ou se ele está encoberto, é uma evidência de objetificação sexual. No caso do ensaio “Sombra e água fresca”, embora as meninas sejam fotografadas de corpo inteiro, os rostos estão sempre deslocados do centro da imagem, a não ser o da menina com o peixe. Nesse caso, o rosto está presente na imagem, em expressão sensual.

7 CID 10 – F65.4.

Refutamos, portanto, a ideia de pedofilia como motivador da publicação de Vogue Kids, uma vez que ela é uma doença, e a atração pela criança acontece no indivíduo. Seria ingenuidade imaginar que a revista incentiva a pedofilia. A publicação *apenas segue a cartilha* da cultura da moda, que alimenta e retroalimenta a cultura da objetificação do corpo da mulher e sua sensualidade precoce. Para comprovar isso, basta uma visita a qualquer loja de roupas infantis de *shopping*, em especial para classes A e B. As roupas para as meninas são cada vez mais uma cópia das roupas para mulheres. Algumas lojas já investem no *tal mãe, tal filha*, com peças iguais para ambas. As poses como as crianças foram retratadas reforçam a tentativa de cópia de um ensaio de moda feito com mulheres adultas.

Em relação ao argumento de que se fossem mulheres adultas estaríamos tratando da objetificação do corpo da mulher, mas que, no caso específico, trata-se de algo dentro da cultura da pedofilia, conclui-se, daí, ao contrário do que a autora da crítica diz no início de seu texto, que aqui também se trata da objetificação do corpo da mulher. Trata-se ainda de dizer às meninas *tweens*⁸, por meio do ensaio de moda, o comportamento que se espera delas. Ou seja, um modo de se vestir e agir que mescla o adulto e o infantil. As meninas mais velhas e as mulheres podem comprar e vestir os mesmos produtos, desde que assumam uma atitude sensualizada, que é o que se espera delas em diversas faixas etárias. Assim, a esfera idealizada da infância aqui, segundo a representação presente na Vogue Kids, se reduziria às fases anteriores à pré-adolescência.

Maternar – Folha de S.Paulo

O *blog* Maternar é publicado no *site* da Folha de S.Paulo e diz ser uma página que “trata das descobertas, dúvidas e consequências da maternidade” e que “também é um espaço para falar sobre parto, amamentação, desfralde, comportamento, saúde e outros temas relacionados à criação dos filhos”. O texto em análise, de autoria de Giovanna Balogh, denuncia a objetificação e a erotização precoce, trazendo falas de especialistas em direito da infância e das mulheres, diferentemente do *blog* da Carta Capital. O *post* segue a estrutura de uma matéria jornalística, com a notícia nos primeiros parágrafos (*abre* da matéria), e depois desenvolve a questão com os depoimentos especializados, sem clara exposição do pensamento da autora. Na ordem, as declarações são fornecidas por: uma psicóloga do Instituto Alana, organização de defesa dos direitos das crianças; um advogado de família; a roteirista Renata Corrêa, que iniciou a denúncia sobre o ensaio no Facebook e cuja fala também aparece no texto da Carta Capital; e uma advogada da Artemis, entidade de defesa do direito da mulher.

8 Não se sabe a idade das garotas modelos, mas elas aparentam ser pré-adolescentes.

Todos se expressam claramente contrários às fotos; o texto afirma que a revista foi procurada, mas não se pronunciou. Não houve a busca por alguma fonte que apoiasse o ensaio.

O início do *post* diz que a revista “foi criticada em redes sociais e acusada por um instituto de ter publicado fotos de meninas menores de idade em poses sensuais, vestidas de biquíni. Em algumas imagens, elas aparecem deitadas e com pernas abertas”. Além disso, a reportagem traz, em infográfico, o Artigo 17º do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), que trata do direito da criança a sua integridade física, psíquica e moral, abrangendo a preservação da imagem, entre outros pontos. Traz, ainda, o resumo de dois casos anteriores de campanhas publicitárias de moda, também retiradas após denúncia, uma pelo Ministério Público do Paraná, em 2008, outra pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, em 2013.

Instituto acusa revista de publicar fotos sensuais de meninas

POR GIOVANNA BALOGH

11/09/14 @ 15:06

[f](#) Compartilhar

[t](#)

[g+](#)

[in](#)

[✉](#)

2,4 mil

[OUVIR O TEXTO](#)

Vogue Kids diz que não foi notificada e que, por isso, não irá se manifestar



Figura 1. Extrato do texto do Maternar, com a reprodução do ensaio da Vogue.

A psicóloga do Instituto Alana critica a *adultização* precoce e o fato de a indústria da moda produzir, em tamanhos infantis, sapatos e roupas originalmente voltados para mulheres adultas. O texto do *blog* diz que: “Laís afirma que as crianças ainda não têm seus valores formados e que não precisam ser expostas desta forma”. Em outra fala publicada no *post*, a psicóloga completa: “Muitas pessoas vão dizer que a maldade está no olho de quem vê. Mas a maldade está no olho de quem produz esse tipo de peça”. Novamente, a questão primeira aqui não é a pedofilia (o olhar do outro), mas a intenção propagada por uma revista de moda de vender uma imagem erotizada de meninas. Isso se coaduna também com a proposta defendida por Buckingham de que há um cruzamento de gerações, em que as fronteiras entre *ser adulto* e *ser criança* se desfazem em algumas áreas.

Em seu depoimento, o advogado de família afirma que as crianças foram expostas como adultos, ferindo a preservação do direito à identidade da criança prevista pelo ECA. Acrescenta que os pais, autorizando as fotos, também poderiam virar réus em um suposto processo judicial que a revista viesse a enfrentar. Essa é quase uma resposta à declaração da especialista em moda entrevistada na Carta Capital, que diz que os “pais autorizaram”, como se não houvesse direito das crianças acima do poder parental. Como ambos os textos foram publicados no mesmo dia, 11 de setembro, provavelmente não se trata disso.

Ao trazer vários discursos sobre o caso, vindos de pessoas que trabalham com questões da infância, o texto consegue problematizar o assunto. Trata-o como algo além de somente um caso em que o jornalismo de moda *espelha* o cenário social, ou de um incentivo à pedofilia, apesar de isso também estar presente na fala da roteirista que deu início à discussão. O enquadramento legal do caso, incluindo entrevista com um advogado e chamada para artigo do ECA, pareceu ter contribuído também para a responsabilização da revista, além dos pais das crianças, no desrespeito à integridade imagética das meninas modelos.

Rodrigo Constantino – Veja

A coluna de Rodrigo Constantino, publicada no site da revista semanal *Veja*, é caracterizada como “um *blog* de um liberal sem medo de polêmica ou da patrulha da esquerda ‘politicamente correta’, que analisa os principais acontecimentos do país e do mundo com independência, focando em economia, política e cultura”. O autor, no texto analisado, apresenta argumentação confusa, numa tentativa bastante rasa, para nós, de desenvolver a questão por um viés político-partidário. Ele contrapõe os pontos de vista que chama de “progressista” e “reacionário”, sempre de maneira irônica, tanto para um lado quanto para outro, e defende o catolicismo. Ele acusa a revista *Vogue*, da editora Globo, concorrente da Editora Abril, que publica *Veja*, de estar do lado “progressista”. Isso significaria uma

agenda que relativiza a pedofilia, fruto de subversão dos valores morais da “esquerda revolucionária”. Dessa forma, Constantino relaciona o ensaio à doença, prevendo que a “esquerda revolucionária” defenderá exposições como essa. No fim, dentro do que é possível filtrar no texto a respeito do ensaio, destacamos os seguintes pontos: há uma juventude cada vez mais precipitada e uma adolescência cada vez mais longa, em meio a “essa sexualidade⁹ cada vez mais precoce”, e não há justificativa para estimular crianças com dez anos em fotos sensuais. Ele diz, ainda, que a revista se defende, ao dizer que “as fotos retratam as modelos infantis em um ‘clima descontraído’”, mas novamente liga a justificativa do *magazine* a uma discussão político-partidária. “Afim, ser mais recatado com crianças é coisa de ‘reacionário’, não é mesmo?”.

A questão de que a juventude está cada vez mais precoce e a adolescência se alonga não se afasta da ideia, que debatemos acima, de um cruzamento de gerações. Mas isso não se limita à erotização, tal como Constantino a vê. Ademais, seu tom panfletário retira da discussão tanto a crítica à mídia quanto os direitos das crianças. Tudo se resume, para ele, numa “revolução cultural em curso” promovida pela esquerda, na qual a pedofilia seria aceita. Ao fazê-lo, anula do seu texto análises sobre a representação da infância e enxerga a revista como uma peça manipulada num jogo partidário. Tal batalha teria poderes para modificar valores culturais da sociedade, como se o processo de transformação de ideias e valores pudesse ser conduzido por gabinetes administrativos. Parece-nos uma visão bastante limitada do funcionamento da imprensa – canal que ele mesmo utiliza, aliás, para defender suas ideias – e da sua capacidade intrínseca de gerar e alimentar entendimentos sociais.

Considerações finais

Os três textos analisados, embora tenham origem em veículos com perfis editoriais e políticos diferentes, apresentam alguns elementos em comum. Ainda que o artigo do *blog* da Folha tenha aprofundado um pouco mais o tema, por meio dos depoimentos colhidos entre profissionais da área da infância, parece haver certa confusão em todos os textos entre o estímulo à pedofilia e à sensualidade precoce, como se a primeira decorresse da segunda. Em última instância, isso poderia ser lido de forma determinista: ou seja, é pela existência de fotos sensuais de crianças que a pedofilia existiria, o que a psicologia mostra ser um entendimento bastante equivocado.

9 O texto parece confundir sexualidade, que, para a psicologia, está presente em todo o ser humano, desde a infância, e sexualização, ou sensualidade.

Apenas o texto publicado na Folha aborda o tema também do ponto de vista dos direitos das crianças, estabelecidos no Brasil por meio do ECA (e também pela Convenção sobre os direitos das crianças), que devem ser respeitados pela imprensa. Porém, não fica claro, nos três textos, se a crítica é feita apenas à exploração das meninas modelos retratadas ou se, de alguma forma, outras crianças serão afetadas também com o ensaio. Isso ocorre uma vez que não se discute qual é o público da Vogue Kids, ou seja, quem terá acesso às fotografias. Em nenhum dos textos é referido que a publicação não se destina a crianças, mas sim a adultos, que seriam os compradores da moda para os filhos e que poderiam mostrar as imagens a eles. Para além, nenhuma das críticas avalia outros ensaios da revista: uma rápida pesquisa em seu *site* mostra que há várias fotos com o mesmo teor. A crítica à imprensa e ao jornalismo de moda parece ter perdido espaço para um debate pouco contextualizado sobre a *adultização* precoce e para uma discussão rasa sobre a pedofilia.

Aliás, nem o texto do *blog* da Carta Capital nem o de Costantino, apesar de abordarem com força essa questão, trazem a análise de psicólogos sobre a doença. Além disso, a discussão partiu do *mundo virtual* e os veículos foram pautados pela rede social: sem a polêmica *online*, esses textos teriam sido escritos, a imprensa teria prestado atenção ao que acontecia nas páginas da Vogue? No fim das contas, os críticos fizeram uma análise do ensaio a partir da crítica de outros.

A infância é, como dissemos, uma construção sociocultural. O discurso sobre ela envolve vários outros discursos, além de ser envolvido por outros tantos, na rede social de significados à qual M. Foucault (1998) faz referência. A imprensa é, ao mesmo tempo, um desses discursos e plataforma para vários outros. Os textos analisados neste artigo amplificam críticas à perda, por parte de uma parcela das crianças brasileiras, de classe alta, do *status idealizado* de infância: ingênuo, protegido. Nota-se que os textos foram motivados por uma manifestação de pessoas de estrato socioeconômico alto, que envolveu um ensaio com crianças brancas, vestindo roupas caras, estampando páginas de uma revista direcionada à classe alta. Haveria discussão semelhante se as meninas fossem pardas e estivessem sido retratadas de maneira parecida em outro tipo de publicação? A literatura faz crer que não.

Referências

- ALTHEIDE, D. L. "Children and the discourse of fear". *Symbolic Interaction* 25(2), 2002.
- ARIÈS, P. *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: LTC, 2006.
- BEAUVOIR, S. de. *O segundo sexo*. 2º v. Lisboa: Quetzal Editores, 2008.
- BUCKINGHAM, D. *Crescer na era das mídias eletrônicas*. São Paulo: Loyola, 2007.
- DI MARCO, R. *História da moda infantil*. Disponível em: <http://www.belezain.com.br/estilo/moda_infantil.asp>. Acesso em: 28 Jan. 2016.
- DUBINSKY, K. "Children, Ideology, and Iconography: How Babies Rule the World". *The Journal of the History of Childhood and Youth*, v. 5, n. 1, Winter 2012.
- FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1998.
- HELDMAN, C. *Sexual objectification*, part 1: What is it?. 2012. Disponível em: <<http://carolineheldman.me/2012/07/02/sexual-objectification-part-1-what-is-it/>>. Acesso em: 28 Jan. 2016.
- OLSON, D.; RAMPAUL, G. "Representations of childhood in the media". In: LEMISH, D. (Ed.). *The Routledge international handbook of children, adolescents and media*. Nova Iorque e Abingdon: Routledge, 2013.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. *Classificação estatística e internacional de doenças e problemas relacionados com a saúde*. Índice alfabético. Vol. 3, 10ª revisão. São Paulo: Edusp, 2008.
- PONTE, C. *Crianças em notícia: a construção da infância pelo discurso jornalístico (1970-2000)*. Lisboa: ICS/Imprensa de Ciências Sociais, 2005.
- TONDING KERN, M.; SCHEMES, C; CASTILHOS DE ARAÚJO, D. "A moda infantil no século XX: representações imagéticas na revista do Globo (1929-1967)". *Diálogos - Revista do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História [online]*, 2010. Disponível em: <<http://redalyc.org/articulo.oa?id=305526881010>>. Acesso em: 28 Jan. 2016.

“EU SOU ROLEZEIRA”: UM ESTUDO CRÍTICO DE IMAGENS E IMAGINÁRIOS DE MARCAS JOVENS

Fernanda Elouise Budag

Seane Alves Melo

Num mundo permeado e atravessado por imagens, elas são tomadas justamente como nosso objeto de estudo. Imagem assumida em suas duas dimensões: 1) a imagem mental, da ordem do imaginário, que se assenta numa cultura e é repassada adiante; e 2) a imagem enquanto materialidade, imagem física, linguagem, veículo de uma multiplicidade de sentidos. Nesse contexto, articulando nosso repertório prévio em estudos do consumo e da linguagem como pano de fundo, propomos estudar as imagens postas em circulação por marcas e os imaginários negociados por jovens urbanos a partir delas. Trata-se de uma proposta de crítica das imagens publicitárias em dois níveis: 1) buscando a compreensão dos imaginários que são conscientemente mobilizados pelas marcas, visando à sedução do consumidor; 2) e confrontando esses imaginários com as apropriações feitas pelos seus consumidores, que podem se manifestar em novas imagens materiais e em novos imaginários. Com base em um vídeo¹ de janeiro de 2014 que inclui depoimentos de *rolezeiras*², levantamos as marcas que

1 UOL MAIS. “Você conhece as rolezeiras? Descubra quem são e o que pensam essas meninas”. Disponível em: <<http://mais.uol.com.br/view/1575mnadmj5c/voce-conhece-as-rolezeiras-descubra-quem-sao-e-o-que-pensam-essas-meninas-04024E9B3162CCC14326?types=A>>. Acesso em: 22 ago. 2014.

2 Rolezeiras foi a denominação que se deu às jovens que participaram dos “rolezinhos”, encontros de jovens da periferia de São Paulo em *shoppings* e praças da cidade, que se tornaram notícia no período de dezembro de 2013 a janeiro de 2014.

fazem parte do cotidiano de jovens urbanos da periferia de São Paulo (SP). Assim, definidas as marcas – Melissa, Quiksilver, Nike, Hollister, Aeropostale e Oakley (Juliet) –, selecionamos imagens postas em circulação por elas nas redes sociais (Facebook e Instagram) durante o período que abrange a data de publicação do mencionado vídeo das rolezeiras e que marcou as ocorrências dos rolezinhos no Brasil: de dezembro de 2013 a janeiro de 2014.

Nesta pesquisa, entendemos imaginário como um enquadramento, ou, nos termos de G. Durand (2012), como uma referência ou conjunto de atitudes imaginativas do homem que se manifestam através do discurso. Dito isso, recorreremos à noção de arquétipo, sendo *imagens primordiais* que fazem parte da experiência humana, para definir quais valores identitários as marcas acima mencionadas pretendiam construir.

Identificados os arquétipos, buscamos colocá-los em crise em relação à imagem e ao discurso dos jovens da periferia paulista no vídeo supracitado. Antes, para tensionar o imaginário marcário identificamos, em primeiro lugar, o local de recepção desses consumidores. Assim, o que observamos em três minutos de imagens mostrando jovens da periferia em um parque de São Paulo é a apropriação possível dos arquétipos vendidos pelas marcas a partir desse local de recepção. Apresentamos, na sequência, a fundamentação teórica e as análises alcançadas em cada etapa processual, amarradas ao final.

Identificação dos arquétipos das marcas

Neste espaço, buscamos a compreensão dos imaginários mobilizados pelas marcas, centradas em arquétipos que concretizam intencionalidades marcárias. Para tanto, construímos uma breve fundamentação teórica sobre consumo e, principalmente, apresentamos a noção de imaginário com a qual dialogamos, sem entrar em sua complexidade, assim como o conceito de arquétipo e sua aplicação na publicidade. Isso para alcançarmos, então, uma base para a análise das imagens arquetípicas das marcas que compõem nosso *corpus*.

Se estamos falando da comunicação de marcas, estamos falando automaticamente de sua outra face: seu consumo. O consumo assumido, aqui, enquanto processo que abarca as esferas da produção e do uso de bens. Ele é prática sociocultural que faz circular sentidos que são compartilhados por sujeitos. E, assim, o consumo, ao mesmo tempo em que contribui para a construção de identidades individuais, confere também o pertencimento a um grupo.

Canclini, procurando desenvolver um conceito global de consumo que abarcasse também os processos comunicacionais e a recepção de bens simbólicos, parte da seguinte definição: “(...) o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a

apropriação e os usos dos produtos” (CANCLINI, 1997, p. 53). E, complementando essa ideia, trazemos ainda contribuições conceituais de R. Rocha (1999):

O consumo possui uma óbvia presença – tanto ideológica quanto prática – no mundo em que vivemos, pois é um fato social que atravessa a cena contemporânea de forma inapelável. Ele é algo central na vida cotidiana, ocupando, constantemente (...) nosso imaginário. O consumo assume lugar primordial como estruturador dos valores e práticas que regulam relações sociais, que constroem identidades e definem mapas culturais (ROCHA, 1999, p. 124).

O consumo, assim como a publicidade e a comunicação das marcas, contribui, pois, para a produção de imagens que interiorizamos. Ele corresponde a fontes ricas para a construção de imaginários a partir dos quais os sujeitos projetam suas identidades.

Continuando, portanto, entendemos imaginário, como já localizamos brevemente em nossa introdução, a partir das noções de Durand (2000; 2012). Ao longo de suas obras, ao estudar a imaginação simbólica, o autor desenvolve uma teoria do imaginário. Aliás, constrói uma filosofia do imaginário cujo conhecimento alcançamos começando por entender sua noção de símbolo: “(...) signo que remete para um indizível e invisível significado (...)” (DURAND, 2000, p. 16). O símbolo é, assim, o único meio pelo qual o sentido se manifesta. E é também por essa razão que Durand concebe a imagem enquanto símbolo. Ou seja, leva em conta o caráter simbólico das imagens.

Sobre o imaginário, enfim, Durand o explica através do que chama de “trajeto antropológico” (DURAND, 2000): a esfera subjetiva e a esfera social do sujeito estabelecem relações mútuas por meio de estruturas do imaginário, como mitos, imagens, símbolos, esquemas e arquétipos. Tais estruturas seriam todas atitudes imaginativas dos sujeitos. Originalmente, Durand (2012) localiza a arte como produto revelador dessas atitudes imaginativas. Contudo, cremos que hoje a comunicação das marcas também ocupe uma posição privilegiada nesse sentido, o que justifica a relação entre nosso objeto de estudo e nossos conceitos-operadores teóricos.

Compondo esse imaginário – além de imagens, mitos e símbolos supracitados –, temos os elementos que queremos destacar aqui, os arquétipos. C. Jung, que vem a contribuir com o pensamento de Durand, define arquétipos como “formas ou imagens de natureza coletiva, que ocorrem em praticamente toda a Terra como componentes de mitos e, ao mesmo tempo, como produtos individuais de origem inconsciente” (JUNG apud MARK; PEARSON, 2012, p. 18). Ou seja, Jung fala em ideias e sentimentos essenciais que constituem mitos, estes aqui entendidos em sentido ampliado como toda narrativa – literária, fábula etc. Podemos considerar, entre elas, a narrativa de uma marca. Durand (2012) concebe,

portanto, arquétipos como representações primordiais, núcleos organizadores de produções culturais dos sujeitos. Agora, a respeito de arquétipos aplicados à publicidade, dialogamos com M. Mark e C. Pearson (2012), que tratam da gestão do significado de uma marca por meio do trabalho de sua essência arquetípica. De forma resumida, as autoras acreditam que:

(...) a psicologia arquetípica ajuda-nos a compreender o significado intrínseco das categorias de produto e, consequentemente, ajuda os profissionais de marketing a criar identidades de marca duradouras que estabelecem o domínio do mercado, evocam nos consumidores o significado e o fixam, e inspiram a lealdade do consumidor – tudo isso, potencialmente, de maneira socialmente responsável (MARK; PEARSON, 2012, p. 26).

A publicidade faz uso – consciente ou inconscientemente – de imagens arquetípicas que capturam o significado essencial de uma marca. Tentam, portanto, traduzir as propriedades do produto a ser vendido em um significado que agregue a ela um poder simbólico. Aliás, trabalhar em cima do significado de determinadas marcas é uma alternativa para que elas se diferenciem hoje, em virtude da imensa concorrência de produtos e serviços e da semelhança entre si. Isso porque o significado conecta. Ele conecta as pessoas. Conecta mais profundamente o produto aos consumidores. “O significado fala ao sentimento, ao lado intuitivo, do público; cria uma afinidade emocional, permitindo que os argumentos mais racionais sejam ouvidos” (MARK; PEARSON, 2012, p. 24).

Nessa linha de pensamento, as marcas que se utilizam de imagens arquetípicas tendem a construir um vínculo e uma experiência mais intensa e durável com seu consumidor. Afinal, “imagens arquetípicas sugerem a realização dos mais básicos desejos e motivações humanos, liberando emoções e anseios profundos” (MARK; PEARSON, 2012, p. 27). E mais: “os arquétipos fazem a intermediação entre os produtos e a motivação do consumidor porque oferecem uma experiência intangível do significado” (MARK; PERSON, 2012, p. 31).

Feita essa fundamentação teórica, partimos efetivamente para o entendimento dos imaginários acionados pelas marcas selecionadas. A partir da observação e coleta de *posts* imagéticos dessas marcas no Facebook e Instagram, operamos tal análise desconstruindo as imagens postadas com o foco em identificação de arquétipos. Buscamos, nesse sentido, imaginários colocados em circulação pelas marcas e que permeiam nossa sociedade através de arquétipos.

Não podemos afirmar que os publicitários ou gestores da comunicação das marcas mobilizam conscientemente arquétipos para trabalhar suas mensagens, mas isso não vem ao caso. Estamos procurando evidenciar aqui as imagens arquetípicas que são suas essências para ao final criticarmos essas análises com as apropriações feitas pelos consumidores. Aliás,

podemos dizer que um arquétipo é preenchido pela história de uma marca. Ou, em outras palavras, uma marca incorpora um arquétipo. Mas como um arquétipo se projeta na imagem publicitária de uma marca? Essa passa agora a ser nossa questão central.

Na comunicação digital da marca Quicksilver, o que vemos de mais representativo são imagens alusivas a esportes radicais, como *surf* e esqui (Figura 1). Mais ou menos na mesma linha, vão também as marcas Oakley (Figura 2) e Hollister (Figura 3), trabalhando com as mesmas temáticas. Assim, ao promoverem essas experiências, todas, de certo modo, colocam em operação o arquétipo do Explorador. Ele preserva um ideal de liberdade por experimentar coisas novas e explorar o mundo para, ao mesmo tempo, descobrir-se a si mesmo. “Uma expressão do Explorador é o simples desejo de pôr o pé na estrada e percorrer os caminhos amplos e selvagens da natureza – para experimentar a alegria da descoberta” (MARK; PEARSON, 2012, p. 80). Tanto os produtos Quicksilver quanto os produtos Oakley servem como acessórios para a jornada de desbravamento do mundo pelo Explorador.

Por outro lado, essas marcas podem conservar também qualidades do arquétipo do Fora da lei. Assim, ao encorajar o consumidor à prática de aventuras com certo grau de risco e convidá-lo a superar seus próprios limites e recordes, a Quicksilver, por exemplo, encabeça o estereótipo do Fora da lei (ou Rebelde), que “(...) tem a sedução do fruto proibido” (MARK; PEARSON, 2012, p. 131). A marca trabalha, enfim, com o imaginário de que, usando uma mochila Quicksilver, o consumidor tem o poder de quebrar as regras da estrutura social corrente e lutar por seus valores.

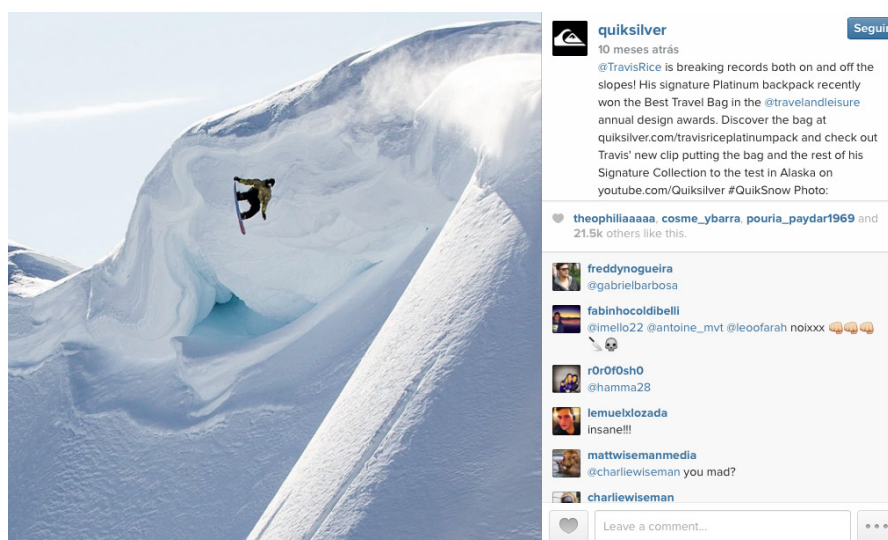


Figura 1. Imagem de *post* da Quicksilver. Fonte: Instagram Quicksilver, 2014.

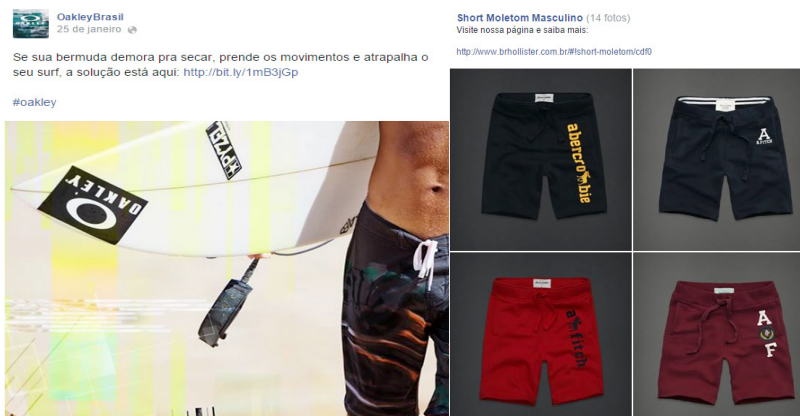


Figura 2. Imagem de *post* da Oakley. Fonte: Facebook Oakley, 2014.

Figura 3. Imagem de *post* da Hollister. Fonte: Facebook Hollister, 2014.

Já analisando a comunicação da marca Nike, observamos imagens de incentivo ao esporte, sobretudo corridas (Figura 4). Os consumidores são incentivados a agir corajosamente para vencer o sedentarismo, usando um tênis Nike. Como resultado, a marca reveste-se do arquétipo do Herói: “tudo parece perdido, mas então o Herói vem cavalgando pela colina e salva o dia. Embora haja infinitas variações nessa história, em todas elas o Herói triunfa sobre o mal, a adversidade ou um grande desafio e, ao fazê-lo, serve de inspiração para todos nós” (MARK; PEARSON, 2012, p. 113). Nike salva – ou pelo menos colabora para – a busca por saúde e boa forma.

Quanto à Melissa (Figura 5) e à Aeropostale (Figura 6), notamos um convite para que suas consumidoras expressem suas identidades através da moda, usando a imaginação e inventando *looks* diferentes para compor com suas peças. Nesse sentido, ambas estão trabalhando com o arquétipo do Criador, que é relacionado à imaginação, à autoexpressão e à criação autêntica. A “[...] motivação mais profunda [do Criador] é a necessidade de exercer controle estético ou artístico – de certo modo, ser como deus, criar algo que nunca existiu antes” (MARK; PEARSON, 2012, p. 236). Melissa e Aeropostale, enfim, dizem: “Expresse-se. Recrie-se”.



Figura 4. Imagem de *post* da Nike. Fonte: Facebook Nike, 2014.



Figura 5 . Imagem de *post* da Melissa. Fonte: Instagram Melissa, 2014.



Figura 6 . Imagem de *post* da Aeropostale. Fonte: Facebook Aeropostale, 2014.

O lugar de recepção

Neste trabalho, é nosso objetivo propor um modelo de crítica das imagens publicitárias a partir de uma dupla articulação que visa a perfurar a imagem/imaginário intencionalmente construída pelas marcas. Essa dupla articulação implica observar, como fizemos no tópico anterior, a imagem em sua leitura interna, considerando a sua significação (os arquétipos acionados) ou o seu discurso nele mesmo. Em seguida, observamo-la em sua relação com a sociedade.

O vídeo de três minutos, divulgado em 20 de janeiro de 2014 pelo portal UOL, serviu de critério norteador para a seleção das marcas jovens analisadas neste estudo. Ele está inserido dentro de um contexto global de consumo por parte do jovem de periferia,

de um contexto nacional de elevação das condições de consumo das classes mais baixas (ou “nova classe média”) e de intensificação das manifestações políticas. Os rolezinhos – como foram chamados os encontros de jovens da periferia paulista, em *shopping centers* e parques, planejados via redes sociais – acabaram mobilizando diversas discussões na imprensa e na internet. Eles transformaram os encontros lúdicos em arena da luta de classes sociais (FÍGARO; GROHMANN, 2014) e permitiram sua associação às manifestações reivindicatórias de junho de 2013.

Como apontam Pinheiro-Machado e Scalco, ao contrário “de um fenômeno genuinamente nacional *sui generis*, o rolezinho é uma manifestação à brasileira de um comportamento da periferia global” (2014, p. 3). As autoras dizem isso com base em outros estudos que demonstram a existência do culto a marcas de luxo ocidentais em periferias de todo o mundo, do Congo à Inglaterra. Explicações desse fenômeno de apropriação do *chic* pelas camadas populares foram ensaiadas com base no próprio funcionamento da publicidade e na tentativa que se faz de construir uma relação de amor/afeto entre a marca e o seu consumidor. Antes mesmo do conceito de *lovemark* (ROBERTS, 2004) ter se popularizado no jargão publicitário, Barbosa já descrevia a ação da publicidade no sentido de mexer com os desejos e as necessidades dos consumidores, independentemente de sua classe social:

Grosso modo, os anúncios publicitários remetem a temas aparentemente muito comuns às pessoas: o desejo de amor, de afeto, de amizade e de reconhecimento. Propõe o prazer, volta à infância e à família feliz: traz o humor, leva à fantasia, ao erotismo, ao lúdico e à alegria. Para isso se vale de estereótipos e clichês, onde as personagens, mesmo as mais “humildes”, possuem o biotipo e a estética dos dominantes. Para parecerem tão “felizes” e “realizados”, a fórmula utilizada foi aparentemente simples. Os personagens, ao adquirirem um produto, num processo de construção lúdica, além da própria mercadoria, ou mais precisamente, como sua recompensa – recebem a chave da felicidade (BARBOSA, 1995, p. 48).

Portanto, apesar de dirigida para um público-alvo, a publicidade não tem realmente controle da circulação e da apropriação dos discursos e imaginários que produz/reproduz. Analisando a recepção da publicidade das marcas em foco pelos jovens ali retratados, podemos dizer, genericamente, por enquanto, que se trata de jovens das periferias paulistas. Acreditamos, por exemplo, que existam *pontos de articulação*. Isso quer dizer que, quando o discurso das marcas é assumido pelos jovens do vídeo, “se realiza trabalho de negociação e de apropriação de sentidos, regidos por divergências, e não por linearidades” (FAUSTO NETO, 2010, p. 9).

Antes de entrarmos mais profundamente nessa questão, entretanto, é preciso pensar o local social em que esses jovens da periferia paulistana se inserem. Isso ajuda a entender como emerge o discurso deles sobre as marcas ou sobre si em suas relações com as marcas. No vídeo, que tenta mostrar como os rolezinhos eram simplesmente encontros de jovens voltados para a socialização e paquera, as marcas citadas aparecem associadas com estar “na moda” e, mais recorrentemente, com estar “bonita(o)”.

Após falar das roupas que usavam para ir ao encontro, por exemplo, uma entrevistada acrescenta: “Tipo, no rolezinho, a gente quer conhecer pessoas bonita, a gente também tem que tá bonita”. A beleza masculina, no vídeo, também é definida em termos do consumo de marcas internacionais caras, como fica evidente na seguinte fala: “Tem que ser uma bermuda branca com *Nike Shox*, uma camiseta da *Hollister* ou da *Aeropostale*, um *Juliet* e um boné: tá perfeito! Esse aí é o gato do rolê, que chama atenção”.

O fato de os rolezinhos terem ficado famosos pelos encontros em *shopping centers* demonstra que a questão do consumo exerce um papel muito importante na sua caracterização. Arelados ao *funk* ostentação, que tem como grandes representantes MC Guimé e MC Daleste, os rolezinhos se constituem como espaços de *ostentação*, quando se pretende demonstrar um *status* social elevado através da utilização de roupas de grifes, joias e automóveis de luxo. Eles também funcionam como espaços de pesquisa de informações de moda e como arena de luta simbólica pela vinculação ao território da economia formal.

Na verdade, a manifestação de hábitos de consumo não é exclusiva dos rolezinhos, mas dos espaços de encontro juvenil em geral, como descritos por S. Borelli: “Funcionam, assim, como palcos nos quais podem exhibir de modo ostensivo, impactante, espontâneo e coeso símbolos visuais, gestos, expressões verbais, práticas corporais e hábitos de consumo” (BORELLI et al, 2009, p. 59). O que tornou os rolezinhos um caso particular foi a ocupação massiva de espaços sociais anteriormente negados aos jovens de periferia. De acordo com o diagnóstico de R. Fígaro e R. Grohmann, é possível perceber aí alguns aspectos de luta de classe:

O contrário à ética do trabalho é a “ostentação”: “não estudam, não esforçam pra melhorar de vida, vivem de ostentação a troco de ovo frito no almoço; Sérgio Buarque de Holanda (2006) já tratou do tema ao discutir a oposição “trabalhadores x aventureiros”. A questão da classe também se faz presente quando se fala no consumo destes jovens, questionando o uso das mesmas marcas da elite por esta parcela da população, colocada como “invejosa” (2014, p. 13).

A inveja (suposta) e a imitação das classes mais altas são algumas das justificativas para a apropriação de certos bens de consumo enquanto marcas identitárias pelos MC's do *funk* ostentação paulista. A relação entre eles e os jovens participantes dos rolezinhos é clara na medida em que exibem o mesmo *kit* ostentação: a bermuda, o tênis da Nike ou Adidas, roupas e/ou óculos da Oakley, joias, entre outros.

A partir desse gênero musical, também é possível observar outras questões que perpassam os indícios de consumo que o vídeo manifesta, como o fato de que apenas uma marca citada está diretamente voltada ao público feminino (Melissa). Quando trata do vestuário feminino, as entrevistadas se referem muito mais às peças – *short*, minissaia, tomara que caia, vestido – e ao efeito que se espera dessas peças (“super sensual”, “assim, igual piriguete”).

Em relação aos meninos, a enxurrada de nomes de marcas citadas, reforçada pelas imagens capturadas pelo vídeo, nos leva a entender que é o homem quem aparece como grande consumidor de grifes e detentor de objetos de desejo, assim como no *funk* ostentação, no rolezinho, esse padrão se repete. Para citar um exemplo, Abdalla identificou, em uma análise de 58 clipes do gênero, 29 marcas de automóveis, 19 de vestuário e acessórios, e cinco de bebidas. Outros objetos que não possuem marca, como joias e dinheiro, também apareciam com muita frequência.

Esses objetos e marcas são utilizados nos videocliques para expressão de aspectos da identidade dos MCs (BELK, 1988), como *status* e poder, e para diferenciá-los dos demais participantes dos vídeos, sendo que os MCs sempre usam mais joias e roupas e acessórios de marca que os demais, geralmente são os únicos a aparecer com notas de dinheiro ou garrafas de bebidas nas mãos, e são retratados como donos dos carros e motos mostrados nos vídeos.

As entrevistas e grupo de foco mostraram que os objetos e marcas mostrados nos videocliques influenciam o consumo dos jovens *funkeiros*, que sonham com o que aparece nos vídeos e têm os MCs como ídolos e exemplos a serem seguidos (ABDALLA, 2014, p. 87).

Nessa mesma pesquisa, a autora observou que alguns aspectos da construção da identidade dos MC's também estavam relacionados às mulheres. Nos clipes, por vezes, elas também eram exibidas e até retratadas como símbolo de *status*. A partir de entrevista focal com garotas, a autora aponta que, para as entrevistadas, a “ascensão e *status* feminino é obtido pelo relacionamento com um garoto que possui bens e não pela aquisição dos bens” (ABDALLA, 2014, p. 89).

O que observamos, portanto, é que o homem ainda é identificado com a figura do poderoso e do provedor, figura que durante muito tempo esteve ligada ao poder do crime. É o que R. Pinheiro-Machado e L. Scalco defendem ao citar pesquisas realizadas em 2000 e que mencionavam uma “tendência dos jovens a sublimar a aventura e ressaltarem o heroísmo existente na ‘vida bandida’, identificando-se com os líderes do tráfico local” (PINHEIRO-MACHADO; SCALCO, 2014, p. 9).

Apesar de a imagem do poder masculino permanecer, o *funk* ostentação se diferencia do *funk* carioca (proibidão, principalmente) por uma diminuição significativa das referências ao crime. O poder é deslocado para o nível econômico e a ideia de aventura passa a ser mais associada com a frequência em baladas, com a velocidade dos automóveis e com o consumo de bebidas alcoólicas. Nas letras das músicas, a aventura pode ser resumida em uma expressão: *vida louca*. Em síntese, pode-se observar dois aspectos no discurso da ostentação: “percebe-se, ao mesmo tempo, uma dimensão mais atrelada ao consumo e ao hedonismo e outra ligada a um projeto de vida, de ascensão social e mesmo de reversão de estigmas ou de afirmação de orgulho por pertencer a certa condição periférica ou marginal” (PEREIRA, 2014, p. 8-9).

Outra característica em comum entre o *funk* ostentação e os rolezinhos é a inserção de ambos em um contexto de desenvolvimento tecnológico e novas mídias. A internet, especialmente as redes voltadas para conteúdo audiovisual, como o YouTube, foi o principal meio de divulgação e popularização daquele gênero musical. Da mesma forma, os rolezinhos também se caracterizam por serem oriundos das novas formas de mobilização social via redes sociais, nesse caso, o Facebook. É devido a esse fator que, nesta pesquisa, optamos por analisar a publicidade das marcas selecionadas exatamente nesses espaços virtuais (Facebook e Instagram). O apelo dos MC’s tem um papel fundamental na definição das marcas que esses jovens citam e exibem. Apesar de reconhecermos isso, a presença inquestionável desses jovens na internet permite que tenham acesso direto às publicidades das marcas e que possam fazer suas próprias pesquisas por lançamentos.

A crítica da recepção ou a recepção crítica

Como vimos, de um lado temos marcas globais que produzem imagens publicitárias perpassadas pelos arquétipos do Explorador e Fora da Lei (Quicksilver, Oakley e Hollister), do Herói (Nike) e do Criador (Melissa e Aeropostale). De outro, temos um consumidor que se apropria desses produtos e desses imaginários, criando pontos de articulação a partir do seu lugar social.

As entrevistadas que aparecem no vídeo selecionado não representam a juventude de forma genérica. O enquadramento temático (os rolezinhos), o lugar da gravação (São Paulo, parque Ibirapuera), a fala e o discurso sobre consumo ajudam a compor uma imagem mais particular do jovem que é ali representado: oriundo ou morador das periferias paulistas e consumidor do gênero musical *funk* ostentação.

Anteriormente, pudemos constatar as semelhanças encontradas entre o que é dito e mostrado no vídeo e alguns aspectos desse gênero musical, especialmente, aqueles relacionados à centralidade do masculino no consumo. A utilização de modernas tecnologias de informação e de comunicação também não pode ser esquecida nesse contexto, apesar de não ser evocada no vídeo. Elas são um importante fator para a mobilização dos jovens e para a obtenção de informações e propagação de suas produções culturais.

Logo que colocamos os arquétipos identificados em confronto, e esses jovens situados dentro do contexto particular que descrevemos, tivemos como primeiro choque a constatação de que a maioria das marcas analisadas apela para imagens de esportes e atividades físicas. Tais práticas aparecem frequentemente associadas com imagens de praias (*surf*) e, também, de montanhas geladas (esqui). Esse fato nos pareceu curioso por estarmos tratando de jovens da capital paulista, que não possuem acesso frequente ao litoral ou, pelo menos, não tão frequente quanto outros jovens que já residem em cidades litorâneas. Trata-se da escolha de marcas que se apropriam do vocabulário do *surf* e associam a sua imagem com a de surfistas. O *funk* ostentação, apesar de ter representantes na cidade de Santos, é reconhecidamente um gênero da capital. Recorrendo ao seu repertório, frequentemente também encontramos a menção ao litoral norte de São Paulo (como Guarujá) no discurso da prosperidade que os MC's acionam nas letras de suas músicas.

Na expressão da identidade por meio de lugares (BELK, 1988), conclui-se que a praia é o local que mais aparece nos videoclipes, sendo retratada como um ambiente descontraído, onde o MC está cercado de amigos e mulheres e se diverte. Apesar das cenas lúdicas que se passam nos vídeos, fica claro que o acesso à praia se dá pela ascensão econômica do MC e que estar lá simboliza *status* (ABDALLA, 2014, p. 88).

Dito isso, tivemos a preocupação em confrontar os imaginários mobilizados pelas marcas com as apropriações feitas pelos seus consumidores, com seu potencial de se manifestar em novas imagens materiais e em novos imaginários. Observarmos que o uso (e a *ostentação*) de marcas como Quicksilver e Oakley, em situações lúdicas, nos cliques e nos próprios rolezinhos, de certa forma evoca o arquétipo do Bobo da Corte, que remete à diversão e à alegria. “A figura do Bobo da Corte desfruta a vida e a interação pelo simples prazer de viver e interagir” (MARK; PEARSON, 2012, p. 203-204).

Ainda, o lugar de produção de sentido desses jovens indica que o uso é feito muito mais para representar a prosperidade e o acesso a lugares antes não alcançados. Dessa maneira, mobilizam também, em certo grau, o arquétipo do Governante. Não pela questão da busca pela liderança e controle almejados pelo Governante (MARK; PEARSON, 2012, p. 252), mas por sua meta de prosperidade e sucesso.

O resultado, em virtude das condições de recepção de seus consumidores, aponta para um deslocamento de arquétipos. Enquanto tentam reproduzir os valores hegemônicos recorrendo aos mesmos bens de consumo, os jovens da periferia modificam esse imaginário por meio de suas atitudes e práticas. O ideal do *surf*, do esporte e da aventura (ou, simplesmente, o arquétipo do Explorador), acionados por muitas das marcas aqui analisadas, é substituído pelo ideal da alegria e da ostentação. Isso representa uma tentativa de aproximação do *status* da riqueza, principalmente entre os homens, vistos como provedores de bens para as mulheres.

Referências

- ABDALLA, C. *Rolezinho pelo funk ostentação: um retrato da identidade do jovem da periferia paulistana*. Dissertação (mestrado). Escola de Administração de Empresas de São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/11566/Carla.Abdalladissertacao.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 26 Mar. 2015.
- BARBOSA, I. S. “Propaganda e significado: do conceito à inscrição psico cultural”. In: CORRÊA, T.G. (Org.). *Comunicação para o mercado*. Instituições, mercado publicidade. São Paulo: Edicon, 1995.
- BORELLI, S. H. S.; ROCHA, R. M.; OLIVEIRA, R. C. A. *Jovens na cena metropolitana: percepções, narrativas e modos de comunicação*. São Paulo: Paulinas, 2009.
- CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- DURAND, G. *A imaginação simbólica*. Lisboa: Edições 70, 2000.
- DURAND, G. *As estruturas antropológicas do imaginário*. 4ª ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.
- FAUSTO NETO, A. “As bordas da circulação...” *ALCEU - Revista de Comunicação, Cultura e Política*, Rio de Janeiro, n. 20, 2010.
- MARK, M.; PEARSON, C. S. *O herói e o fora-da-lei: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos*. 2ª ed. São Paulo: Cultrix/Meio&Mensagem, 2012.
- PEREIRA, A. B. “Funk ostentação em São Paulo: imaginação, consumo e novas tecnologias da informação e da comunicação”. *Revista de Estudos Culturais*. n. 1, São Paulo, junho de 2014. Disponível em: <<http://www.each.usp.br/revistaec/?q=revista/1/funk-ostenta%C3%A7%C3%A3o-em-s%C3%A3o-paulo-imagina%C3%A7%C3%A3o-consumo-e-novas-tecnologias-da-informa%C3%A7%C3%A3o-e-da>>. Acesso em: 14 Nov. 2014.
- PINHEIRO-MACHADO, R.; SCALCO, L. “Rolezinhos: marcas, consumo e segregação no Brasil”. *Revista de estudos culturais*. n. 1, São Paulo, junho de 2014. Disponível em: <<http://www.each.usp.br/revistaec/?q=revista/1/rolezinhos-marcas-consumo-e-segrega%C3%A7%C3%A3o-no-brasil>>. Acessado em: 14 Nov. 2014.
- ROBERTS, K. *Lovemarks: futuro além das marcas*. São Paulo: M.Books, 2004.

ROCHA, E. “Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa”. *Comunicação, mídia e consumo*. p.123-138. v. 2, n. 3, Mar. 2005.

UOL MAIS. *Você conhece as rolezeiras?* Descubra quem são e o que pensam essas meninas. Disponível em: <<http://mais.uol.com.br/view/1575mnadmj5c/voce-conhece-as-rolezeiras-descubra-quem-sao-e-o-que-pensam-essas-meninas-04024E9B3162CCC14326?types=A>>. Acesso em: 22 Ago. 2014.

QUEM SÃO OS *SUPERSTARS?* TRAJETÓRIAS DE ARTISTAS NO *REALITY* *SHOW* DA TV GLOBO

Natália Favrin Keri

Sofia Franco Guilherme

O presente trabalho investiga a construção imagética dos ídolos da música como um fenômeno midiático desenvolvido em meio e por meio de apelos visuais e do campo do imaginário. Ele reflete sobre a dinâmica de estabelecimento de valores no ambiente do mercado de produção e consumo cultural de massas. Este processo é observado por meio das narrativas apresentadas no *reality show SuperStar*, veiculado pela TV Globo entre abril e julho de 2014.

No programa, 35 bandas disputaram a atenção do público e o prêmio composto pela gravação de um disco com a empresa Som Livre, mais R\$ 500 mil em dinheiro e quatro automóveis. A seleção das bandas foi realizada por meio de votação do público pela internet e do aplicativo desenvolvido especialmente para o formato do programa, além da avaliação de três jurados, os músicos Fábio Júnior, Ivete Sangalo e Dinho Ouro Preto. A votação foi apurada em tempo real e exibida por meio de um termômetro localizado no canto esquerdo da tela.

Nossa análise debruçou-se sobre as biografias produzidas com as bandas finalistas da competição e sobre o último episódio do *reality show*, em que a banda Malta foi escolhida campeã. É importante apontar que o formato do programa foi alterado em seu último episódio e a decisão foi inteiramente definida pelo voto do público. Os jurados apenas fizeram comentários sobre as apresentações e sobre a trajetória das bandas.

O formato do *reality* musical foi criado em 2013, em Israel, com o nome *Rising Star*. A Rede Globo comprou os direitos do programa, e o Brasil foi o segundo país a exibí-lo, com o título alterado para *SuperStar*. Seu diferencial em relação a outras competições musicais produzidas para a televisão nacional e internacional é que seu objetivo é revelar bandas já formadas. Não revela cantores solo ou duplas, como seria o caso do popular *The Voice*, e não une talentos para formar um grupo ao final do programa, como foi o *Popstars*, que deu origem à banda *Rouge* em 2002.

O fator de inovação, anunciado na mídia como o grande destaque do *SuperStar*, foi a maior interação e poder de decisão dos espectadores por meio da tecnologia. A votação foi realizada usando o do aplicativo do programa, que podia ser baixado gratuitamente pelo público. O voto dos jurados não era decisivo e existia a possibilidade de uma banda passar para a próxima fase mesmo sem nenhum voto deles. Mais adiante, vamos problematizar essa característica e a forma de relacionamento estabelecida pelo programa com o público.

Primeiramente, é preciso entender sua estrutura particular. A competição foi dividida em cinco fases: *audições*, *duelos*, *solos*, *semifinal* e *final*. Na primeira fase, bandas pré-selecionadas pela produção para participar da primeira edição do *reality* se apresentaram de frente para um telão, sem ver os jurados ou a plateia. Através do aplicativo, o público de casa votava SIM ou NÃO para fazer com que o grupo seguisse na competição. Os votos eram registrados em tempo real e representados por um termômetro, com a possibilidade da exibição de fotos dos votantes no painel, caso eles permitissem essa opção em seu perfil virtual. Cada banda deveria alcançar 70% de aceitação. Do outro lado do telão, os jurados assistiam às apresentações e cada um podia contribuir com um voto de 7%, que seria somado à porcentagem de avaliação do público. Alcançando a pontuação, a tela subia e a banda garantia lugar na fase seguinte.

Como destacamos anteriormente, a fase final teve suas regras ligeiramente alteradas. Já não havia uma meta de porcentagem a ser atingida; apenas era preciso superar os adversários. E, o mais importante para nossa análise, os jurados não votaram, atribuindo maior força ao poder decisório dos telespectadores.

Esse poder do público ligado às formas de comunicação digital evidencia, de certa maneira, uma maior participação de diversos atores sociais na legitimação de um produto, o enquadramento deste em um gosto geral. Nesse processo decisório, confluem diversos

fatores, todos mediados pelo ponto de vista dos indivíduos participantes da votação. No caso do *reality show*, trata-se das falas dos artistas mais experientes e dos famosos, da *performance* musical, das entrevistas e depoimentos dos próprios artistas e da opinião dos demais membros do público.

O programa apresentou diversos espaços para expressão de opiniões sobre as bandas e sobre o gosto musical: entrevistas com os apresentadores, depoimentos e VTs, expressão corporal durante as apresentações (gestos como cantar, dançar, bater palmas), votação e mensagens pelas redes sociais.

No entanto, o público em geral fica apartado de uma expressão presencial e, portanto, mais significativa, podendo apenas se expressar por meio da votação e das redes eletrônicas. Todos os outros espaços são ocupados por vozes de famosos, ligados ou não ao campo musical.

Como exemplo de um espaço reservado para emissão de opinião sobre os concorrentes, podemos citar os clipes apresentados na fase final. Cada banda foi introduzida por uma celebridade, não necessariamente ligada ao mercado da música. No caso da banda Malta, vencedora da primeira edição, a jogadora de futebol Marta fez o vídeo torcendo pelos músicos, inclusive arriscando alguns versos da música autoral *Diz pra mim*, que marcou a trajetória do conjunto no *reality*.

Mesmo a plateia, lugar tradicionalmente ocupado por fãs e pelo público em geral, ficou restrita a convidados. Por isso, observa-se, no programa, muito mais um efeito-participação ligado ao imaginário tecnológico do que a abertura do processo decisório ao público.

É possível questionar também se o foco do programa é mesmo lançar as novas bandas ou apenas reativar a fama das celebridades participantes, tanto na plateia quanto no júri¹. De que *superstars* se trata? Os emergentes ou os decadentes?

Essa ideia pode ser entendida por meio de uma dinâmica de doação de capital simbólico entre artistas consagrados e artistas iniciantes – capital simbólico entendido aqui pela ótica do sociólogo Pierre Bourdieu, que o define como o grau de prestígio desfrutado por um ator social em meio a seus pares. Para H. Silva (2013), o fluxo dessa troca ocorre nos dois sentidos. “O artista veterano tanto doa parte do seu prestígio ao iniciante quanto procura se renovar esteticamente em termos de público em virtude desse contato, algo que a indústria fonográfica sempre buscou promover ao longo da história a fim de potencializar os seus lucros” (SILVA, 2013, p. 44).

1 Ele seria alterado para a segunda edição do *reality*, exibida em 2015.

Vivemos hoje uma nova fase do mercado musical, em que a disseminação das tecnologias digitais provoca o reposicionamento no circuito econômico das grandes gravadoras. Permanecem, no entanto, algumas constantes, especialmente no que toca à necessidade de acúmulo de capital simbólico entre críticos, fãs e meios de comunicação.

Ainda que decreta um suposto poder ao público, a presença do *show SuperStars* em uma grande emissora de TV mostra que a mídia tradicional ainda tem um papel importante ao dar visibilidade para grupos amadores. Esse valor é celebrado inclusive na cenografia do programa, em que uma tela móvel *esconde* a banda até que ela atinja uma meta de votos do público. A tela é uma metáfora sobre os parâmetros de aceitação mercadológica dos músicos: se um grande público o apoia, o músico pode ter participação em espaços midiáticos. Mas como conquistar esse público se não houver acesso à comunicação de massa?

O pesquisador mexicano J. Gonzalez observa, em seu estudo sobre a inserção de bandas populares no mercado musical mexicano, que a exposição midiática também está ligada à aquisição de uma espécie de capital social.

Certamente, com temos visto, alguns estão ligados com o *capital cultural* específico dos músicos, isto é, sua destreza, sua qualidade de som, suas habilidades cênicas: mas outros estão muito mais ligados com outras determinações, longe de serem puramente técnicas, são *sociais*, sobretudo, o acesso às redes de relações que, por orbitarem mais perto dos núcleos de produção da indústria fonográfica, da rádio e do espetáculo, funcionam como *gatekeepers*, verdadeiras válvulas de acesso discreto a outras posições no espaço social das bandas (GONZÁLEZ, 2014, p. 306, tradução nossa)².

González também aponta que, para além das habilidades musicais, a comercialização da música requer um domínio da expressão corporal frente às câmeras, que aparente naturalidade e provoque a admiração dos fãs televisivos. Não importa como toquem, dancem e cantem, importa apenas como se mostram às câmeras, que mediam o contato com o público.

Como nos lembra Janotti Junior (2006), a ideia de música popular massiva está ligada às expressões musicais surgidas no século XX e que se valeram do aparato midiático contemporâneo. Ou seja, valeram-se de técnicas de produção, armazenamento e circulação, tanto em suas condições de produção quanto em suas condições de consumo. Esse tipo de

2 Do original: “Ciertamente, como hemos visto, unos están ligados con el *capital cultural específico* de los músicos, es decir, su destreza, su calidad de sonido, sus habilidades escénicas; pero otros están más bien ligados con otras determinaciones que lejos de ser puramente técnicas, son *sociales*, en especial el acceso a redes de relaciones que por ‘orbitar’ más cerca de los núcleos de producción de la industria del disco, de la radio e del espectáculo operan como *gate-keepers*, verdaderas válvulas de acceso discreto a otras posiciones en el espacio social de las bandas”.

música é produzido a partir da relação de tensão entre as esferas de criação e de um sistema midiático que demanda atingir o maior público possível.

Na fala dos participantes, tanto nas biografias quanto nas entrevistas, os prêmios do programa ficam em segundo plano em relação à oportunidade de exposição midiática. Os músicos reafirmam que o grande atrativo é aparecer, ter exposição e ser conhecido pelo grande público. Nesse sentido, as bandas finalistas comemoram poder ter se apresentado em todos os episódios do programa. Reproduz-se, assim, a preponderância, presente atualmente no mercado musical, da *performance* sobre o produto da gravação. Além da exposição na televisão, o programa conta com uma página na internet, em que é possível acompanhar notícias e agenda de apresentações das bandas.

A vantagem de se tornar conhecida por um público amplo através da participação no *SuperStar* foi destacada também no discurso de agradecimento feito pelo vocalista Bruno, assim que a Banda Malta foi anunciada como campeã.

A gente queria agradecer em nome de toda Banda Malta todos os nossos fãs, que a gente chegou aqui... a gente nasceu no *SuperStar*, a gente cresceu nesse palco aqui, essa que é a verdade. A gente não tinha nada. E hoje já tem centenas, milhares de pessoas que tornaram isso aqui realidade (Bruno Boncini, vocalista da banda Malta, no *SuperStar* 2014).

Nos perfis de cada banda são destacadas as informações de como o grupo se formou, sua trajetória, suas referências musicais. Esse último item é valorizado nos vídeos e pode ter como objetivo preparar o público para a audição, por meio de um mecanismo de reconhecimento e surpresa. Como esclarece F. Trotta (2005), o prazer estético trazido pela música popular é anulado se a música se compõe de um conjunto de surpresas.

Os vídeos sobre as bandas criam narrativas em torno de traços da personalidade de cada um, aqueles que podem gerar uma empatia com o público. Ao mesmo tempo, reiteram traços de identificação para gerar reconhecimento e diferenças, para mostrar a novidade e a autenticidade daquela banda.

A banda Malta, vencedora do concurso, opta por uma estratégia de apresentar somente canções próprias, com sonoridade de rock, mas com temática romântica. Nesse sentido, o resultado do programa parece apontar para uma preferência ao músico-compositor, que empreende um trabalho criativo, em oposição ao músico-instrumentista, que interpreta com virtuosismo. Isso ocorre ainda que as outras bandas tenham, por diversas vezes, realizado apresentações *cover* com releituras criativas, e que as músicas novas seguissem um padrão já estabelecido no interior da indústria cultural.

Para que seja possível consolidar um novo artista no mercado, nesse cenário convivem ambigualmente na Indústria a procura pela reprodução de fórmulas de sucesso com uma noção de personalidade artística relacionada à imposição de um carisma pessoal, que deve ser forte o suficiente para se estabelecer diante das dinâmicas específicas de autoridade e legitimação simbólica presentes nesse universo, dentro de uma trajetória de procura pelo reconhecimento (SILVA, 2013, p. 55).

Outro ponto importante é que o grupo vencedor marcou-se fortemente pelo gênero *rock*, por meio de convenções de comportamento, das roupas e da postura em palco. Essa identificação é uma estratégia para conquistar rapidamente a simpatia do público, por meio da inscrição em uma comunidade de gosto, não só de preferência musical mas também de estilo de vida. Nesse sentido, a noção de gênero pode ser entendida, aqui, seja como uma espécie de filtro frente à ampla produção da indústria cultural, seja como um marcador de hábitos de consumo, seja como um meio de partilha de experiências e de significado.

Os gêneros seriam portanto modos de mediação entre as estratégias produtivas e o sistema de recepção, entre os modelos e os usos que os receptores fazem desses modelos por intermédio das estratégias de leitura dos produtos midiáticos. Antes de ser um elemento imanente aos aspectos estritos da música, o gênero estaria presente no texto pelas suas condições de produção e consumo (JANOTTI JÚNIOR, 2006, p. 37).

Por isso, é possível afirmar que, ao se apresentarem como roqueiros, os músicos da banda Malta acionaram uma *comunidade musical*, responsável simbolicamente pela autovalorização de seus elementos tradicionais e pela legitimação da qualidade do gênero frente aos demais. Ainda que o conteúdo textual das canções fosse romântico, mais ligado a outros ramos da música popular, como o sertanejo, o pagode e o brega, a postura, o traje, a *performance* e a sonoridade filiaram o grupo vencedor ao gênero *rock*. Assim, fica patente que a classificação está ligada muito mais às condições de produção e recepção da música de maneira global do que ao conteúdo do que está sendo cantado.

Ao direcionarmos nosso olhar para o programa *SuperStar*, podemos levantar questões que dizem respeito não somente a sua estrutura particular mas também a críticas sobre o funcionamento do mercado cultural. O *reality show* propõe, por meio da competição, um exercício de valoração das bandas, sem, no entanto, provocar uma reflexão sobre a dinâmica da indústria musical. Tais questões críticas se referem à construção do imaginário sobre o artista popular e às características valorizadas pelo mercado de música. Ao mesmo tempo, refletem sobre implicações da posição ocupada por artistas estabelecidos e iniciantes na produção de cultura e legitimação dos bens produzidos.

Referências

- BOSI, A. “Cultura brasileira, culturas brasileiras”. In: BOSI, A. *Dialética da colonização*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2011.
- BUCCI, E.; KEHL, M. R. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- CHARAUDEAU, P. *O discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2010.
- GONZÁLEZ, J. “La dimensión pueblerina de la industria cultural de la música: una mirada ‘antropométrica’”. *Revista Brasileira das Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 37, n. 2, 2014.
- JANOTTI JR., J. “Música popular massiva e gêneros musicais: produção e consumo da canção na mídia”. *Comunicação, mídia e consumo*, v. 3, n. 7, p. 31-47, 2006.
- MOSCOVICI, S. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- SILVA, H. L. “Indústria da música e televisão”. In: *Televisão, indústria da música e reality show musical no Brasil*. 2013, 224 f. Tese (doutorado em Comunicação). Niterói: Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, 2013.
- SOARES, R.; SILVA, G. “Para pensar a crítica de mídias”. In: XXII Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, *Anais*, Jun. 2013.
- TROTTA, F. “Música e mercado: a força das classificações”. *Revista Contemporânea*, Salvador, v. 3, n. 2. UFBA, 2005.

OLHAR, EXPERIÊNCIA E MEDIAÇÃO: POR UMA ANÁLISE ESTRUTURAL DAS IMAGENS DE ALTERIDADE NO ESPAÇO TELEVISIVO

José Augusto Mendes Lobato

Diariamente, somos confrontados com imagens e discursos que nos apresentam paisagens inacessíveis ou desconhecidas na experiência concreta imediata. Há um duplo movimento: o de mundialização da cultura, no qual a mediação técnica passa a exercer papel fundamental na demarcação dos espaços de visibilidade do mundo, e o da especialização dos dispositivos midiáticos. Respondendo a eles, fenômenos dessa natureza surgem como complementos naturais às representações de identidade. Estas, por sua vez, tornaram-se campo fértil para os estudos interdisciplinares da comunicação, com importantes achados em áreas como a psicologia, a sociologia e os estudos culturais e de linguagem.

Noções hoje muito discutidas, como a de narrativa da nação (HALL, 2001) e a de escrita da tradição (BHABHA, 1998), são reflexos diretos dessa linha de pensamento. Graças a ela, passa-se a entender que processos discursivos, para além de seus atributos de referencialidade, dizem muito mais sobre nós mesmos do que sobre o mundo que contemplamos e tentamos documentar. A linguagem (verbal, imagética, textual, multimeios etc.) é veículo, repositório e lugar de circulação de imagens sobre o “Eu” / “Nós” e de produção de identificações que conectam indivíduos e comunidades. É necessário, porém, dar continuidade a esse raciocínio com uma afirmação à primeira vista tautológica, mas que nos lança um sem-número de questões: narrar, ou seja, contar histórias, assim como ouvi-las e interagir com elas, é, também, um processo de demarcação e disciplinarização de nosso *olhar sobre o Outro*.

Tomando as narrativas de alteridade como objeto de estudo, este texto busca discutir brevemente as interfaces entre narrativa, imagem e representações do Outro na TV. Pretendemos contribuir para a análise das estruturas e estratégias que regem sua conversão em discurso nas mídias. Para isso, recorreremos a trabalhos que examinam os processos de representação sob diferentes óticas, cruzando-os com as teorias sobre a imagem e seu papel crucial na sedimentação da cultura humana. Tal papel é reforçado pela tecnologia, mas existente muito antes do desenvolvimento das mídias.

Munidos de reflexões sobre conceitos como os de representação social, identificação, experiência, efeito de real, rotinização e ancoragem, abordamos três hipóteses sobre as imagens contemporâneas: a da imagem-índice ou imagem referencial/testemunhal, conforme raciocínios de autores como Dubois (1994) e Sontag (2004); a imagem espetacular, segundo linhas de raciocínio de Debord (1997); e a teoria da imagem complexa, concentrada nos estudos de J. Català (2005). Tais ideias servem ao propósito de buscarmos uma definição – *imagem evenemencial* – capaz de sustentar a compreensão sobre narrativas visuais. Elas permitem, a um só tempo, a documentação referencial, a reconfiguração da experiência e a disciplinarização de olhares sobre universos socioculturais que são objeto de contemplação e representação.

Por meio da aplicação desse conceito, o objetivo é examinar a presença e, sobretudo, a natureza estruturante das estratégias que regem a enunciação da alteridade no discurso televisivo. Com fins práticos, recorre-se à análise de episódios do programa *O mundo segundo os brasileiros*, exibido pela TV Bandeirantes (Band), de modo a compreender os usos do discurso textual e imagético para reduzir a não familiaridade, ancorar e demarcar sentidos sobre a alteridade.

Sobre narrativas, representações e o lugar do Outro

Da oralidade ao meio digital, percebe-se a pertinência de examinar as narrativas humanas a partir daquilo que elas têm de mais singular: sua capacidade de, a um só tempo, produzir sentidos de identidade, viabilizar a sobrevivência psíquica do homem, perpetuar saberes e demarcar campos de legibilidade para os fenômenos do mundo. Essa capacidade reflexiva é associada por pensadores contemporâneos, como V. Flusser (2008), à *abstração*. Ou seja, é associada ao ato de mergulhar no mundo, convertendo-o em conceitos capazes de explicá-lo, traduzido em textos e imagens, embora mínima e não completamente. Não é difícil perceber, da pintura rupestre aos *pixels*, passando por fotografias, textos, narrativas orais e outras manifestações de nossa cultura, que o pensamento conceitual é o esforço capaz de criar tais expressões. Com elas, dão-se nomes aos objetos, fenômenos, processos, pessoas e coisas, documentando sua existência e, em última análise, inscrevendo-os no fluxo da história.

Ao menos três funções, delimitáveis em termos formais, saltam aos olhos em todo processo de representação/narração: a “inserção do indivíduo na complexidade relacional do *socius*” (SODRÉ, 2009, p. 141), ou seja, sua conformação ao corpo social; a conformação das identidades, por meio da narração de tradições, da tradição e da produção discursiva de oposições (HALL, 2001; BHABHA, 1998; WOODWARD, 2000); e a fruição estético-cultural ou do lazer, que se vincula ao potencial afetivo da linguagem e sua conexão com o lúdico. Por sua vinculação com nosso objeto – as imagens de alteridade –, os dois primeiros eixos demandam breve explicação e análise.

A primeira atribuição, que poderíamos denominar instrumental/cognitiva, vincula-se aos procedimentos discursivos de autenticação, verossimilhança e documentação. Ao processar e organizar determinadas informações do mundo, o indivíduo faz, muitas vezes sem notar, um ordenamento referencial, baseado nos sinais externos e em sua interpretação deles. Isso o ajuda a conviver com os elementos caóticos do ambiente ao seu redor.

Para autores como J. Freitas (1992), a organização do mundo e o reconhecimento entre indivíduos e comunidades são alguns dos principais produtos do discurso, entendido como “imbricação da socialidade e da singularidade, o laço social” (FREITAS, 1992, p. 122). É o mesmo raciocínio traçado por M. Gomes, para quem essa articulação surge como *ordem simbólica*, ou seja, “uma operação de diferenciação/substituição que organiza o mundo como um dado a ver e vivenciar” (GOMES, 2003, p. 17), marcando “a passagem natureza/cultura, ou o momento em que se trapaceia a natureza” (GOMES, 2003, p. 17).

Ao mesmo tempo em que indicam esse recorte crucial da subjetividade, tais operações trazem consigo um aspecto especialmente importante para a análise posterior de textos das mídias. Ao enunciar, a narrativa indica o que pode e deve ser visto. Ela *acostuma-nos* a olhar para a representação, que jamais abarca a complexidade daquilo que substitui. Se, como diz Gomes, “nascemos num mundo já organizado, herdamos uma série de valores constituídos pelos costumes” (GOMES, 2003, p. 35), entende-se que cabe ao discurso sustentar determinados juízos, escolhas e priorizações, problematizados e extensamente analisados nos estudos de linguagem.

Para autores como P. Charaudeau (2006, p. 46-47), o discurso é fruto de um sistema complexo de condições materiais, enunciados e relações intersubjetivas, que tem como uma de suas principais atribuições apontar para desejos sociais, produzir normas e revelar os sistemas de valores de determinados ambientes. Na forma de dispositivos engendrados nas representações, as disciplinas são os mecanismos a partir dos quais é dado um determinado ordenamento do representado. Em uma releitura de Foucault (1996), Gomes sumariza:

“onde quer que haja discurso há palavras de ordem, a disciplina e o controle com que ele alimenta, e dos quais se alimenta” (GOMES, 2003, p. 103). A todo tempo, é nele, e por meio dele, que “enuncia-se o *visível* e, portanto, o *vivível*”.

A dimensão cognitiva da narrativa abarca o potencial de organização da experiência e do conhecimento e, também, o aspecto disciplinar da representação. A ponte entre ela e sua dimensão identitária está no conceito de *representação social*. Em um trabalho que discute essa ideia à exaustão, S. Moscovici (2003) afirma que as relações humanas são pautadas por uma tendência à familiarização, ao reconhecimento e à legibilidade dos discursos. São necessidades lógicas para a produção de sentido. Afinal, “objetos, pessoas e acontecimentos são percebidos e compreendidos em relação a prévios encontros e paradigmas” (MOSCOVICI, 2003, p. 55), diz o autor.

Nos significados e dados já construídos e postos à vista, pode-se “ler” um mundo reconhecível, reduzindo ao mínimo possível o não familiar. Tal categoria, para o autor, *atrai e fascina* as pessoas e comunidades enquanto, ao mesmo tempo, “as obriga a tornar explícitos os pressupostos implícitos que são básicos ao consenso” (MOSCOVICI, 2003, p. 56). Dentro dessa dinâmica, dois processos se destacam para a análise aqui proposta: a *ancoragem* e a *objetivação*.

No primeiro, operações de pensamento e linguagem são construídas a fim de “ancorar ideias estranhas, reduzi-las a categorias e a imagens comuns”. Já o segundo mecanismo propõe objetivá-las, “isto é, transformar algo abstrato em algo quase concreto, transferir o que está na mente em algo que exista no mundo físico” (MOSCOVICI, 2003, p. 61). Essa operação resulta, nas narrativas, em estruturas diegéticas, personagens, determinados elementos ou outros recursos capazes de conferir legibilidade ao tema abordado.

Outra operação citada por Moscovici é a *rotinização*, ou seja, o processo de habituação do indivíduo a determinadas assertivas e denotações. Isso é exemplificado pelo autor a partir de termos tomados como preferenciais na linguagem cotidiana, em detrimento de palavra ou noção menos familiar (MOSCOVICI, 2003, p. 69).

O segundo aspecto dos processos narrativos, extensivo a tais raciocínios, que cabe aqui destacar é o da produção e circulação de identidades. Autores como Hall (2001), Bhabha (1998) e Woodward (2000) exploram os impactos da representação no campo da subjetividade humana, relacionando a produção de relatos à conformação de sentidos de coletividade, continuidade e tradição. O principal conceito que abarca tais fenômenos é o de narrativa da nação. Como afirma Hall, ele alude a “estórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas” (HALL, 2001, p. 49).

Para os estudos culturais, a produção de identidades coletivas demanda sua inscrição na linguagem, na forma de significados capazes de dar “sentido à nossa experiência e àquilo que somos” (WOODWARD, 2000, p. 17). Tal processo é permanentemente atualizado e refeito nas relações cotidianas. Por um lado – e recorrendo a uma frase já célebre –, as identidades “não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação” (HALL, 2001, p. 48). Por outro, surge aí uma dependência natural à demarcação da *alteridade*, para que os signos do “Eu” / “Nós” consigam alcançar nível mínimo de coesão e, assim, assegurar a *escrita* da identidade.

Seja na psicanálise, seja nos estudos culturais, a alteridade alude às representações, aos discursos e aos textos circulantes que remetem à não familiaridade e à diferença cultural. Trata-se do produto natural da demarcação de fronteiras que opõem e conectam as comunidades humanas. Ao mesmo tempo, atua como elemento crucial para a própria definição do sujeito, em uma relação de necessidade lógica. Como argumenta Freitas, “a operação de identidade se completa com a operação de alteridade, reverso daquela, reciprocidade essencial do simbólico” (FREITAS, 1992, p. 72). A realização do sujeito é marcada, diz a autora, por uma “dependência significativa à linguagem, ao lugar do Outro” (FREITAS, 1992, p. 54).

Seguindo o raciocínio de Moscovici, podemos aferir, ainda, que as dinâmicas de assimilação propiciadas pelas representações sociais refletem o estranhamento diante do desconhecido. Reduzir à não familiaridade é uma forma de reduzir a “ameaça de perder os marcos referenciais, de perder contato com o que propicia um sentido de continuidade, de compreensão mútua” (MOSCOVICI, 2003, p. 56). Isso se faz por meio de diversos recursos, dentre os quais se destacam os processos de *tradução* – ou seja, de contemplação e assimilação eventual de alguns aspectos da diferença cultural (BHABHA, 1998, p. 228) – e de ancoragem e rotinização, já citados. São meios de conferir legibilidade aos elementos exteriores à experiência concreta do indivíduo.

Em suma, compreende-se que a demarcação da alteridade na narrativa permite reduzir instabilidades e assegurar a existência de fronteiras que separam o “Eu” / “Nós” do Outro. Ao expor elementos diaspóricos, deslocar o eixo condutor da intriga narrativa para a enunciação de universos não familiares, investir em sua tradução e fixar sentidos sobre o que está fora, as denominadas *narrativas de alteridade* são os lugares por excelência para a conformação de subjetividade, para a re-identificação do sujeito e para a reconfiguração da experiência via mediação simbólica.

Sobre a imagem: operações, hipóteses e olhares

Produzidas por aparelhos, processos psíquicos ou técnicas de captura as mais diversas, as imagens vêm acompanhando a humanidade como suportes discursivos essenciais à conformação da subjetividade. Mais do que *infância do signo*, como o denomina R. Debray (1993), entendemos o discurso imagético como campo fértil para a aplicação de reflexões sobre a narrativa e, também, para o entendimento das mudanças relevantes pelas quais as comunidades humanas passaram a partir da ascensão da linguagem das mídias.

Autores como Bazin (1983), Kamper (2001) e Flusser (2008) analisam a gênese das imagens a partir de um ponto em comum: desde a pintura rupestre até as imagens mentais, o registro visual decorre da tentativa do homem de encontrar representações “substitutas daquilo que falta, que é ausente” (KAMPER, 2001, p. 14). Sua origem fundamenta-se em bases míticas, como “meio de sobrevivência”, capaz de tornar presente o ausente e “não somente evocar, mas substituir. Como se a imagem estivesse ali para preencher uma carência” (DEBRAY, 1993, p. 38). Reforçam-se, assim, três grandes funcionalidades: a *objetivação/ presentificação/ simulação* de algo, a *documentação* dos fenômenos e a *confirmação de uma ausência*.

Ao longo da história, o desenvolvimento de meios técnicos – da pintura à comunicação de massa – permitiu ao homem refinar as técnicas de produção e reprodução de imagens. Isso reforçou, a um só tempo, seu potencial de arquivamento/documentação, sua dimensão utilitária e sua capacidade de transmutar o real e apreender a subjetividade humana em processos narrativos dotados de funcionalidades semelhantes às de outras instâncias de linguagem.

A ascensão das chamadas *imagens técnicas*, disponíveis na fotografia, no vídeo e em simulações computacionais, pode ser vista como um reforço de seu potencial enunciativo e testemunhal, alimentando a “utopia de um total controle do visível” (MACHADO, 2002, p. 225) nas sociedades contemporâneas. As consequências, levantadas por Flusser (2007; 2008), são diversas. Elas vão desde um reforço do potencial *mágico* da representação visual, cada vez mais confundível com aquilo que representa, até a promoção de um “pensamento em superfície”, propiciado e alimentado não mais por conceitos ou pelo pensamento, mas por imagens que os materializam.

Retomando as reflexões anteriormente desenvolvidas sobre narrativas e identidades, pode-se questionar de que modo a transmissão de informação, a enunciação da cultura e a demarcação do familiar e do exótico são afetadas pelo discurso imagético em ambientes como a televisão, isoladamente ou combinado à linguagem sonora e textual. Três hipóteses contemporâneas nos são especialmente relevantes nesse sentido: a da imagem como

referência ou testemunho (indicial); a da imagem como espetáculo, calcada no consumo, na simulação e na aparência; e a da imagem como ambiente complexo de significação, marcado pela multiplicidade e interconectividade de representações e significados.

O indicial, o espetacular e a complexidade visual

A primeira linha de raciocínio é defendida por autores como Dubois (1994) e Sontag (2004), para quem a reprodução e captura de imagens serve como um meio de acessar determinados elementos materiais do real, encarnando-o em processos discursivos. Compreender a natureza *indicial* da imagem, segundo Dubois, é perceber sua capacidade de, mais do que *servir* fiel e plenamente à representação da realidade, atuar como meio de acesso a alguns elementos materialmente capturados pelo aparelho ou dispositivo. Ao entender que todo trabalho de representação é resultado de uma seleção arbitrária, o autor reconhece a subjetividade presente em todo registro imagético e a importância de examinar seu processo de captação e suas dinâmicas de leitura e apropriação. Em suas palavras:

A fotografia oferece ao mundo uma imagem determinada ao mesmo tempo pelo ângulo de visão escolhido, por sua distância do objeto e pelo enquadramento; em seguida, reduz, por um lado, a tridimensionalidade do objeto a uma imagem bidimensional e, por outro, todo o campo das variações cromáticas a um contraste branco e preto; finalmente, isola um ponto preciso do espaço-tempo e é puramente visual (DUBOIS, 1994, p. 38).

Nessa perspectiva, embora haja subjetividade e arbitrariedade no empreendimento narrativo, a imagem atesta, indica, afirma. Ela conduz aquele que a lê rumo a algum tipo de confirmação ou testemunho de uma realidade material, embora parcialmente representada. Posição semelhante possui Sontag, que, em um ensaio célebre sobre a fotografia de conflitos, reforça o poder da imagem em afirmar não só uma realidade mas também a presença de quem a observou. Para a autora, “num sistema calcado na máxima reprodução e difusão de imagens, o ato de testemunhar requer a criação de testemunhas brilhantes” (SONTAG, 2004, p. 32).

Outra perspectiva relevante é a da *imagem espetacular*, desenvolvida por autores de viés mais crítico, como Debord. Ele trata do suporte sob um aspecto mais amplo, considerando suas inflexões e consequências no campo da socialidade e consciência humanas. Preocupa-se mais com os impactos sociais da imagem do que com suas propriedades técnicas. Com essa concepção muito mais ampla sobre o que elas significam, Debord (1997) atribui a função de viabilizar a expansão excessiva e desmesurada do visual ao espetáculo. Não o entende como mero adjetivo para imagens exuberantes, sensacionais ou escatológicas, e sim como uma condição ou configuração dos sujeitos na contemporaneidade, que influencia seus comportamentos e rotinas sociais.

Percebendo usos notoriamente nefastos da imagem pelas coletividades, Debord indica a existência de um universo de *performance*. Ou seja, um universo de aparência, simulação e implosão do sentido propiciado pelas imagens. Estas são cada vez mais fracas em referência e dotadas de mensagens hermeticamente fechadas, em sintonia com a expansão da sociedade de consumo. Ao invés de contribuir para a socialidade humana, a imagem a desconstrói.

O espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana, socialmente falando, como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo descobre-o como a negação visível da vida; uma negação da vida que se tornou visível (DEBORD, 1997, p. 16).

Para o autor, a hipnose, o comportamento esquizoide, a sensação de êxtase permanente seriam traços do consumidor de imagens contemporâneo, para o qual o *parecer* se sobrepôs não apenas ao *ser*, mas ao próprio *ter*. A perspectiva de Debord nos permite ver as possibilidades de esvaziamento de sentido, de apagamento das multiplicidades, de autorreferência e de superficialidade das imagens veiculadas nos espaços midiáticos.

A terceira hipótese que optamos por discutir possui perspectiva diametralmente oposta. Ligada aos estudos de Josep Maria Català (2005), a denominada teoria da *imagem complexa* atesta que a ascensão de tecnologias capazes de fazer circular os registros visuais do mundo em diferentes plataformas – audiovisual, *online*, impressos etc. – não atua contra, e sim a favor da produção de sentidos. Ela o faz por meio de narrativas em que a pluralidade, a referencialidade e a conectividade são palavras-chave.

O autor afirma que “a imagem já não existe; existem em todos os casos as imagens, sempre no plural” (CATALÀ, 2005, p. 43, tradução nossa)¹. Assim, indica que a relação simbiótica entre diferentes representações para os mesmos fenômenos – não apenas em imagem, mas em suportes textuais, verbais etc. – estimula a multiplicidade. Ou seja, ao invés de mensagens prontas, totêmicas e prontas para contemplação, as imagens de hoje:

Difícilmente se percebem de maneira isolada, quer seja porque elas mesmas se apresentam conjuntamente (...) ou porque nosso olhar, que ingressou em um regime perceptivo particular, se encarrega de agrupar algumas imagens com outras (...). Já não existem imagens isoladas; nem sequer estão isoladas aquelas que foram idealizadas isoladamente, aquelas que pertencem à era da imagem fechada (CATALÀ, 2005, p. 46-47, tradução nossa)².

1 Do original: “la imagen ya no existe, existen en todo caso las imágenes, siempre en plural”.

2 Do original: “Difícilmente se perciben de manera aislada, ya sea porque ellas mismas se presentan conjuntamente (...) o porque nuestra mirada, que ha entrado en un régimen perceptivo peculiar, se encarga de agrupar unas imágenes con otras (...). Ya no existen imágenes aisladas, ni siquiera están aisladas aquellas que fueron pensadas aisladamente, aquellas que pertenecen a la época de la imagen cerrada”.

Essas conexões cada vez mais ricas entre as imagens fazem com que a cultura visual – para o autor, substituta natural da cultura da imagem – se pautem em três elementos: a multiplicidade, entendida como capacidade de construção de várias representações capazes de “dar conta de rede de elementos que compõem o fenômeno” (CATALÀ, 2005, p. 61)³; a entre-captura, ou capacidade de as imagens estabelecerem uma relação com o conjunto e, também, entre si; e a estrutura dissipativa, por meio da qual as representações visuais se substituem e renovam continuamente, em um cenário positivamente instável para a consciência e criatividade.

Baseadas em exemplos da televisão, das mídias digitais e do cinema, as reflexões de Català (2005) levam-nos, portanto, a pensar a imagem midiática para além de seu potencial referencial/testemunhal e de sua dimensão espetacular. Elas indicam que narrativas visuais podem – e devem – atuar como veículos de recriação simbólica, ampliação de angulações de representação possíveis e interação entre diferentes universos e ambientes.

É a partir desses diferentes olhares que podemos construir a noção de *imagem evenemencial*. Trata-se de um tipo de construção ou categoria de representação visual que designa enunciados capazes de, a um só tempo: enunciar um testemunho; atestar a materialidade de determinados traços do mundo; visualizar suas facetas possíveis, em permanente interconectividade e referencialidade; e, principalmente, reconfigurar as experiências humanas sob a égide da mediação técnica.

Em consonância com a ideia de complexidade visual de Català, entende-se que a imagem evenemencial permite ao homem conhecer e vivenciar os ambientes sob representação, por meio de conexões capazes de sugerir a lógica do sentido (simbólica), a materialidade (indicial) e a visualidade (icônica) daquilo que é registrado. Estão incluídos aí todos os riscos e potencialidades decorrentes desse processo, com reflexos diretos nas tramas relacionais e na produção de identidades.

Em trabalhos anteriores (LOBATO, 2013), discutimos e examinamos a presença de imagens evenemenciais em séries de fotografia, aludindo à combinação de experiência concreta, testemunho e representação em imagens estáticas sobre o espaço urbano. A seguir, buscamos cruzar tais reflexões à observação do ambiente televisivo. Procuramos compreender de que modo narrativas de alteridade, protagonizadas por brasileiros em diferentes partes do mundo, podem atuar na conformação de sentidos sobre o Outro, na promoção de experiências de tradução e no contato com a diferença cultural.

3 Do original: “dar cuenta de la red de elementos que componen el fenómeno”.

Testemunho e mediação de alteridade em *O mundo segundo os brasileiros*

Embarque numa viagem pelos quatro cantos do planeta, sem sair de casa. A série percorre os principais roteiros turísticos do mundo, lugares muitas vezes longínquos, pouco explorados e repletos de descobertas e contrastes. África, Ásia, Oceania, Europa e Américas: a cada destino uma nova aventura, narrada por personagens reais em tom documental e quase autobiográfico. A cada novo episódio, as várias facetas de uma mesma cidade, com dicas, roteiros, histórias e revelações emocionantes (*Site oficial do programa O mundo segundo os brasileiros*).⁴

O descritivo acima figura no *site* oficial do programa *O mundo segundo os brasileiros*, exibido pela TV Bandeirantes desde 2011, tendo cinco temporadas no ar até fevereiro de 2015. Denominado pela própria emissora como um *reality*, o programa exhibe, a cada edição, 45 minutos de documentário sobre cidades globais de médio e grande porte. A apresentação dos lugares fica por conta de brasileiros neles residentes. Com média de audiência de quatro pontos – um dos melhores desempenhos da Band –, o programa já percorreu mais de 50 cidades, cobrindo países como China, Estados Unidos, Portugal, Moçambique, Escócia, Malásia, Índia, Paraguai, República Tcheca, Noruega, Sérvia, Costa Rica, Marrocos e Nova Zelândia.

Por conta da própria natureza dos relatos, o programa se enquadra como *narrativa de alteridade* ao promover a tradução e enunciação de universos socioculturais exógenos. Trabalha com elementos não familiares, jogos de oposição e fronteiras construídas discursivamente a fim de tornar legíveis determinados costumes, paisagens e ambientes retratados das cidades. Selecionamos quatro edições para análise: *Xangai (China)*, *Dubai (Emirados Árabes Unidos)*, *Porto (Portugal)* e *São Francisco (Estados Unidos)*. Nota-se, nelas, a recorrência de diversas estratégias discursivas que reforçam as dimensões testemunhal e referencial, além de mecanismos de dramatização, como reflexo do formato híbrido do programa.

Uma das primeiras estratégias discursivas que notamos, também mapeada em análises anteriores sobre as narrativas jornalísticas e de ficção, é a *singularização* ou *personificação*. Em um trabalho focado no discurso informativo da televisão, Leal (2009) identifica esse aspecto, com outros três, como termos-chave para compreender as narrativas jornalísticas: objetividade, efeito de real e verossimilhança. Nessa estratégia, “o tema geral e as perspectivas que a notícia apresenta aparecem encarnadas em figuras específicas”, a fim de “tornar o relato mais acessível ao espectador, acionando sua identificação com o que é narrado” (LEAL, 2009, p. 96).

4 Disponível em: <http://entretenimento.band.uol.com.br/omundosegundoosbrasilieiros/o-programa.asp>. Acesso em: 8 Mar. 2015.

Esse recurso é, mais que aplicado, tido como um padrão estrutural das narrativas de *O mundo segundo os brasileiros*. Ele é comumente aplicado no jornalismo, na forma do *povo fala* – entrevistas curtas, destinadas à coleta avulsa de opiniões sobre um tema – e das passagens de vídeo de repórter, com incursões *in loco*. Todos os programas são narrados exclusivamente pelos brasileiros expatriados, que caminham pelos pontos turísticos, mostram lugares que gostam de frequentar, comentam sobre os problemas e vantagens de viver no local e provam comidas exóticas, muitas vezes em tom de surpresa. Tudo é filmado por cinegrafistas profissionais e com edição semelhante a um *reality show*, com cortes bruscos e ágeis e trilha sonora frequente. Esta é composta quase sempre por músicas típicas locais ou que abordam, em suas letras, as cidades apresentadas.

Essa mesma característica leva-nos a mapear, nas personagens, a figura responsável por executar – e encarnar – os processos de *tradução* da alteridade. Ela converteria elementos não familiares em discursos compreensíveis, comumente à base de comparações e da definição discursiva de *fronteiras*, produzindo oposições que distinguem o limiar entre elementos próprios de determinado universo sociocultural e exteriores a ele.

A ideia de fronteira é explorada no âmbito da semiótica da cultura, no trabalho de Iuri Lotman (1998). Ao defini-las como os espaços intersticiais nos quais ocorrem as trocas entre textos culturais advindos de universos semióticos diferentes, o autor reforça a necessidade de tal comunicação. Isso tanto para a especialização e reforço dos traços diferenciais de uma cultura como para a absorção ou assimilação de aspectos externos, tornando-os familiares, legíveis e, em última instância, visíveis.

Em especial nos episódios ambientados nos Emirados Árabes e na China, onde há idiomas desconhecidos, cabe aos brasileiros explicar os costumes locais. Cabe a eles também, por vezes, imitá-los e conversar com moradores locais, vendedores populares e guias turísticos, traduzindo, inclusive, a resposta deles para o português após o fim do diálogo, olhando para a tela. São estratégias de compreensão que buscam, ao mesmo tempo, “apreender o desconhecido com o auxílio do conhecido” (TODOROV, 1993, p. 124) e demarcar os pontos de diferenciação cultural entre o próximo e o distante.

No programa sobre Xangai, por exemplo, Alexandre, de 26 anos, e Fernanda, 27, caminham pela *People Square*. Nesse local, famílias exibem propostas de casamento para parentes do sexo feminino. Demonstrando surpresa com o que veem, os brasileiros leem informações em cartazes. “Parece um currículo!”, diz Alexandre. Eles conversam entre si e explicam a diferença do rito matrimonial no país. “Eles veem o casamento de um jeito totalmente diferente. Esse negócio de casar e de ter filho... é uma coisa que eles nasceram pra fazer isso. É uma cobrança muito forte dos pais (...), quase uma obrigação”, comenta Fernanda.

Situações semelhantes são vividas por Nataly, 23 anos, no programa sobre a cidade do Porto. Ele engendra os jogos de oposição em seu discurso e nas imagens capturadas. Após subir uma ladeira rumo à rua Santa Catarina, tradicional região de comércio, a jovem se depara com moradores locais sacando dinheiro. Ela comenta ter se surpreendido com a exposição dos caixas eletrônicos nas ruas de Portugal:

Tem uma coisa engraçada... no Brasil você precisa sacar o dinheiro, que aqui chama de “levantar”. Você vai numa cabine, você entra na fila... Aqui não, as pessoas tiram dinheiro assim, ao ar livre [aponta para duas moças usando um caixa eletrônico de rua]. (...). Pra mim é surreal, a primeira vez que fui levantar dinheiro eu... [pensei] assim, “no meio da rua?” Mas é normal.

Outra ferramenta, reforçada principalmente pelas imagens que mesclam comentários dos brasileiros e paisagens típicas das cidades – o rio Douro e as ruas de comércio, no Porto; os arranha-céus e mercados de rua de Xangai; as ruas do Castro, tradicional reduto da comunidade *gay* em São Francisco –, diz respeito ao reforço da *função testemunhal*, que recorre à referencialidade a fim de provocar verossimilhança e atestar a presença da personagem no ambiente exótico. O recurso testemunhal é comum na narrativa jornalística, embora também marque presença em obras de ficção, sobretudo em telenovelas ambientadas em outros países. Ele é associado à estratégia de autenticação do real no ambiente televisivo, como comenta Jost (2009). Com ele, “o signo não remete mais a um objeto que seria o mundo, o enunciador é um sujeito humano, que está ligado ao mundo pelo olhar” (JOST, 2009, p. 23).

Um exemplo disso é o trecho do programa de Dubai, em que Douglas, 30 anos, apresenta a praia pública local. Nela, mulheres de fé islâmica não podem usar trajes de banho. Para ilustrar esse impedimento, ele pede discretamente ao cinegrafista para que filme uma mulher ao fundo, à sua direita, que caminha à beira do mar apenas molhando os pés. Ele afirma, com voz baixa: “Como vocês podem ver, aqui a gente tem que ser um pouquinho discreto, mas aqui ao fundo tá passando uma mulher com a indumentária... É assim que as mulheres árabes passam nas praias públicas”.

A *referencialidade* também marca presença nos textos-legendas que surgem na tela periodicamente, a fim de contextualizar informações dadas de modo informal pelos brasileiros. Eles incluem dados históricos, indicadores e fatos curiosos envolvendo os pontos turísticos e bairros das cidades. Tal elemento, somado a recursos como o uso de trilha sonora, à edição fragmentária e ao grande volume de personagens (ao menos quatro por programa), indica a natureza híbrida do programa, mesclando elementos de reportagem televisiva, documentário e *reality show*.

Em suma, a presença dos recursos testemunhal, de singularização e de produção de fronteiras discursivas é reveladora da natureza estrutural de narrativas de alteridade no espaço televisivo. Tais estratégias repousam essencialmente sobre a combinação de texto (*discurso dos expatriados + textos-legenda*), som (*trilha sonora + som ambiente*) e imagens de exotismo. Trata-se de uma complexa forma documentária e também ficcionalizada, usada como mecanismo de enunciação de representações que conferem visibilidade à alteridade, a simplificam, a disciplinam e a ancoram em referenciais de legibilidade cultural.

A respeito dos usos da imagem, nota-se pouca emergência de complexidades enunciativas. *O mundo segundo os brasileiros* não traz visualização de informações que permitam o *mergulho* na alteridade, em sintonia com a dimensão evenemencial da imagem. Ao invés disso, concentra-se em uma abordagem factual e pouco contextual/interpretativa das cidades habitadas por imigrantes. Restringe-se à apresentação de pontos turísticos, comidas, mercados, passeios e eventualmente costumes dos próprios expatriados.

Os usos da imagem, em suma, passam à margem da complexidade visual defendida por Català: ao invés das “hibridizações e impurezas que tanto enriquecem a representação contemporânea” (CATALÀ, 2005, p. 54)⁵ e ao invés da abertura à explanação da complexidade de sentidos, somos expostos a imagens em planos fechados, focadas nas personagens e naquilo que elas narram. Dificilmente escapam do contexto da narração textual. São raros os momentos em que, por exemplo, são exibidas imagens jornalísticas ou ficcionais como registros alternativos. O programa se atém ao aqui e agora, pouco mergulhando em outros sentidos e conexões. As dimensões icônica e indicial da narrativa, enfim, sobrepõem-se ao potencial simbólico, de *abertura* para o mundo e da experiência de contato com a alteridade. Isso aparentemente em nome de uma representação factual dos lugares abordados.

Considerações finais

Vilém Flusser nos diz de um *novo homem*, o homem da era das imagens técnicas, da mediatização e dos aparelhos de captura e reprodução da realidade sensível. Ele não quer ter ou fazer, “ele quer vivenciar. Ele deseja experimentar, conhecer e, sobretudo, desfrutar” (FLUSSER, 2008, p. 58). Poderíamos questionar se *O mundo segundo os brasileiros* produz, de fato, enunciados que permitam ao telespectador vivenciar aquilo que os brasileiros residentes vivem em seus mundos exteriores, em vez de apenas informá-los em sentido estrito.

5 Do original: “hibridaciones e impurezas que tanto enriquecen la representación contemporánea”.

Recobrando a crítica de Flusser à nossa sociedade orientada por imagens, escrava irremediável dos processos de mediação, é como se estivéssemos diante de um produto audiovisual que, de tão apegado à referencialidade e à apresentação testemunhal do vivido, torna-se opaco. Ele pouco revela do universo sob representação, deixando de lado a multiplicidade de significados que poderia ser aventada a partir do uso da imagem não como acessório do texto, mas como veículo que enuncia a singularidade, a historicidade e a complexidade sociocultural do Outro.

“As fotografias e a explicação são mediações entre mim e a pedra; elas se colocam entre nós, e me apresentam à pedra. Mas posso também ir diretamente de encontro à pedra e tropeçar nela”, sugere-nos o autor (FLUSSER, 2008, p. 111), examinando a imagem estática. Pois bem: o que fazer quando a alteridade não está disponível para contato imediato, e sim no teleespaço? Como compreender sua produção, sua complexidade, criticar os regimes que regem a fixação de sentidos, identificar as fronteiras e os limites ontológicos de sua conversão em narrativa? Em nossa opinião, um importante passo é compreender as estruturas por trás de tais processos. Tal trabalho buscamos, ainda que em formato bastante inicial, empreender aqui.

Referências

- BAZIN, A. "Ontologia da imagem fotográfica". In: XAVIER, I. *A experiência do cinema*. Rio de Janeiro: Graael, Embrafilme, 1983.
- BHABHA, H. *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- CATALÀ, J. M. *La imagen compleja*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2005.
- CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.
- DEBORD, G. *A Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DEBRAY, R. *Vida e morte da imagem*. Petrópolis: Vozes, 1993.
- DUBOIS, P. *O ato fotográfico e outros ensaios*. Campinas: Papirus, 1994.
- FREITAS, J. M. M. *Comunicação e psicanálise*. São Paulo: Escuta, 1992.
- FLUSSER, V. *O universo das imagens técnicas*. São Paulo: Annablume, 2008.
- FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. São Paulo, Loyola, 1996.
- GOMES, M. R. *Poder no jornalismo*. São Paulo: Hacker/Edusp, 2003.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Guaracira Lopes Louro, 2001.
- JOST, F. "Que significa falar de 'realidade' para a televisão?". In: GOMES, I. M. M. (Org.). *Televisão e realidade*. Salvador: EDUFBA, 2009.
- KAMPER, D. "Imagem". In: WULF, C.; BORSARI, A. (Orgs.). *Cosmo, corpo, cultura*. Enciclopedia Antropologica. Milano: Mondadori, 2001.
- LEAL, B. S. "Telejornalismo e autenticação do real: estratégias, espaços e acontecimentos". In: GOMES, I. M. M. (Org.). *Televisão e realidade*. Salvador: EDUFBA, 2009.
- LOTMAN, I. "Acerca de la semiosfera". In: LOTMAN, I. *La semiosfera*. Madrid: Cátedra, 1998.
- MACHADO, A. *Pré-cinemas e pós-cinemas*. Campinas: Papirus, 2002.
- MEDINA, C. *A arte de tecer o presente*. São Paulo: Summus, 2003.
- MOSCOVICI, S. *Representações sociais*. Petrópolis, Vozes, 2003.
- SODRÉ, M. *A narração do fato*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- SONTAG, S. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

TODOROV, T. *A conquista da América: a questão do outro*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

WOODWARD, K. “Identidade e diferença: uma introdução teórico e conceitual”. In: SILVA, T. T. *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

A FOTOGRAFIA ENTRE O AUTOBIOGRÁFICO E O DOCUMENTAL: AUTORIA E REFERENCIALIDADE NA CRÍTICA DE IMAGEM

Eliza Bachega Casadei

Mariana Duccini Junqueira da Silva

A escrita sobre si, para Barthes, pode parecer um ato pretensioso, porém, “é também uma ideia simples: simples como uma ideia de suicídio” (BARTHES, 1978, p. 18). Isso porque toda nomeação sempre se relaciona com a morte. Possuir um nome é sujeitar-se a uma eterna possibilidade de repetição desse nome no futuro, mesmo quando o nomeado não estiver mais presente¹. O escrever sobre si, portanto, é um ato de abolição em que “não digo ‘vou me descrever’, mas sim, ‘escrevo um texto e o chamo de R.B.’”, em um ato que prescinde da imitação e se calca na nomeação (BARTHES, 1978, p. 18) – ou, antes, na própria mimética do processo de nomeação. Por isso, para Barthes, é possível dizer que, no campo do sujeito, não há referente, de forma que, “na linguagem, não tenho nada com o que me comparar; e, nesse movimento, o pronome do imaginário ‘eu’ se mostra impertinente”. A escrita sobre si, portanto, carrega a morte do sujeito no mesmo movimento em que o enuncia.

¹ Como nos lembra Derrida (1988, p. 50), “a morte revela que o nome próprio pode sempre se prestar a repetições na ausência de quem o carrega, se tornando, deste modo, um nome singular tão comum quanto a pronúncia ‘Eu’, apagando, assim, a sua singularidade mesmo quando a designa” (DERRIDA, 1988, p. 50).

Em seu *Manifeste photobiographique*, contudo, Gilles Mora e Claude Nori dão outros contornos à questão da representação de si, ao afirmarem que a fotobiografia, “ao contrário de todas as anedotas que estão na moda, não é um lugar de morte, mas ao contrário, e fundamentalmente, um lugar de vida: a nossa, a dos outros” e, assim, “a fotografia se constitui, para nós, acima de tudo, como uma amplificadora da existência” (MORA; NORI, 1983, p. 10). E eles o afirmam baseados no fato de que, assim como a existência, a representação de si não é senão um ato performativo, que se revela apenas à medida que é enunciada. Seriam próprios tanto da vida quanto da fotobiografia os problemas das representações individuais, o jogo das memórias coletivas, o comprometimento com uma projeção imaginada, o pacto com uma narrativa ficcional urdida e a ausência de um referente exterior àquele construído na própria linguagem.

Enquanto território performático, o tensionamento entre o documental e o autobiográfico na imagem é um tema recorrente na obra de fotógrafos como Sophie Calle, Annie Ernaux, Corinne Day, Richard Avedon, entre outros. Eles tomam, sob diferentes perspectivas, os engendramentos que ligam o tripé formado entre a memória, a ficcionalização do *eu* na imagem e os efeitos de referencialidade do dispositivo, espécie de *desejo ontológico* em relação à fotografia que garante sua distinção em uma comunidade das imagens (BARTHES, 2006). Posto que a fotografia sempre é urdida nas fronteiras entre a referencialidade (fotografia como técnica) e a criação (disposição autoral, ela própria decorrente do gênero discursivo), o objetivo do presente trabalho é analisar o conceito de autoria na obra de fotógrafos que, em seus trabalhos, transitam entre a autobiografia e o documental.

A guinada subjetiva que se impôs durante os anos 1970-80 reabilitou o interesse epistemológico quanto aos processos de subjetivação e às formas de construções identitárias como efeitos de legitimação das experiências convertidas em relatos. O estatuto do testemunho e das narrativas orais indiciam uma *recuperação da confiança* nessa primeira pessoa que, ao dar compleição a um ponto de vista, reivindica também a dimensão subjetiva. Esta, então, se converte em recurso privilegiado – ou em estatuto de verdade – para representar a experiência, especialmente no dimensionamento de eventos historicamente traumáticos, no sentido de “conservar a lembrança ou reparar uma identidade machucada” (SARLO, 2007, p. 19).

A instalação da primeira pessoa como recurso privilegiado em diversas formas de expressão na contemporaneidade converte-se mesmo em mecanismo de produção de discursos. Aponta para expectativas socioculturais e políticas que têm, nos índices presenciais dos diferentes atores (a imediaticidade do corpo, da voz, dos gestos), um lastro de autenticidade, em que a mostra calculada de segmentos da *vida vivida* converte-se em um índice de realismo.

Sobrevém, nessa perspectiva, a concepção do realismo como um operador estético, um conjunto de protocolos que articulam a relação entre o real e sua representação conforme expectativas socialmente determinadas. Isso explica a disposição valorativa que torna certas representações mais legítimas do que outras, exercício contingente a cada época e a cada contexto cultural próprios às representações. As produções aqui analisadas trabalham com uma qualidade estética que faz aparecer novas configurações de realismo, em que a legitimidade do relato não mais se atesta pela objetividade, mas pela ênfase no lugar de onde se enuncia: o espaço de uma experiência irreduzível, particular, em oposição às categorias universalizantes. Nesse sentido, as narrativas que se ordenam por um efeito de real deslizam de um realismo de matiz histórico (referencial) para um realismo dos afetos, das subjetividades.

A realidade da inscrição toma, pois, o primeiro plano da narrativa, em que se enfatiza o envolvimento do narrador com o objeto de sua narração. O *realismo dos afetos*, portanto, tem na ênfase da experiência subjetiva seu valor ético e estético. É assim que ganham compleição, nas diferentes formas de expressão da contemporaneidade – entre elas, a própria fotografia documental –, as dimensões do testemunho, da autorrepresentação, do envolvimento pessoal com a matéria narrada, do sofrimento (no sentido patético) que se experimenta em primeira pessoa e, eventualmente, do amadorismo.

A gênese do realismo como operador estético remonta ao século XIX e afirma sua presença por meio de recursos de verossimilhança incorporados às expressões ficcionais em nome de uma rentabilidade narrativa (atribuir laivos de realidade àquilo que se *inventava*). Contemporaneamente, o panorama dos novos realismos parece orientado, paradoxalmente, em sentido inverso: a criação de realidades que se tornam tanto mais *reais* se adensadas por estratégias ficcionais, construtos estéticos que operam por um efeito de suplementação do real.

A principal novidade destes efeitos realistas é que já não se pautam principalmente na aguçada observação empírica tendente a criar mundos plausíveis ou a conseguir que uma ficção seja verossímil, tal como ocorria nas descrições naturalistas dos romances do século XIX ou nos fluxos de consciência dos inícios do XX. Ao invés disso, promove-se uma intensificação e uma crescente valorização da própria experiência vivida (...). Os alicerces desses relatos mais recentes tendem a se fincar no próprio *eu* que os assina e narra. Com uma frequência inédita, o eu protagonista — que costuma coincidir com as figuras do autor e do narrador — se torna uma instância capaz de avaliar o que se mostra e o que se diz. (...). Em vez da imaginação, da inspiração, da perícia ou da experimentação que nutriam as peças de ficção mais tradicionais, nestes casos é a trajetória vital de quem fala (e em nome de quem se fala) que constitui a figura do autor e o legitima como tal. Tanto essas vivências pessoais como a própria personalidade do eu autoral, porém, também são ficcionalizadas com a ajuda da aparelhagem midiática (SIBILIA, 2012, p. 24-25, grifo da autora).

É justamente a partir desses pressupostos que se pode pensar os modos de instalação de um lugar autoral na fotografia como conceito núcleo para uma crítica da imagem.

O dispositivo fotobiográfico e as disposições da autoria

A fotobiografia comporta um conjunto vasto de gêneros e produções. Como características comuns, é possível dizer que “reclamar da fotobiografia, para um fotógrafo, é situar seu trabalho em um espaço onde o ‘autobiográfico’ não se traduz forçosamente pela presença visível do operador sobre o clichê” (DELORY-MOMBERGER, 2006, p. 109). Ao passo que as autobiografias escritas possuem um pacto autobiográfico (LEJEUNE, 2008) mais evidente, na medida em que a narração engendra um *eu* que encena uma suposta compatibilidade entre o autor, o narrador e o protagonista, o *eu* narrativo da fotografia está em um território mais movediço, em que “cabe então ao fotógrafo reconhecer a dimensão fotobiográfica em seu trabalho, ou ao espectador, na leitura que faz” (DELORY-MOMBERGER, 2006, p. 110).

As imagens fotobiográficas encenam, assim, “uma presença em uma situação ou um espaço”; elas “se apresentam como narrações identitárias, uma escrita de si em uma linha genealógica ou a apropriação de um lugar, numa referência a si” (DELORY-MOMBERGER, 2006, p. 110), mesmo diante da ausência da representação literal do fotógrafo na imagem.

Como toda produção do campo da autoficção, nas fotobiografias, “o aparecimento de um personagem que carrega o mesmo nome do autor extratextual não exclui o restante, a invenção ou o embelezamento dos eventos da vida real ou, ainda, a inclusão de episódios completamente ficcionais”. Todos os episódios são construídos na linguagem e moldados pela narrativa imagética, de forma que o sujeito da fotobiografia “é um híbrido, uma fusão entre o passado e o presente, o eu e o outro, o documento e o desejo, o referencial e o textual, o enunciado e a enunciação – não um produto, mas um processo” (EDWARDS, HUBBELL e MILLER, 2011, p. 3-4). Trata-se de uma produção que, em vez de utilizar a fotografia como referência ou prova de uma vida vivida, trabalha nos limites de “uma negociação entre o material autobiográfico e os procedimentos tanto de mise-en-scène quanto de narração que atuam sobre ele” (MONTÉMONT, 2011, p. 41).

No pacto autobiográfico, engendra-se uma relação com o verdadeiro que está no seu próprio aspecto formal, independentemente do conteúdo que serve de objeto a essa fé juramentada que sustenta o testemunho. Enquanto articulação formal, portanto, a promessa de verdade da autobiografia “não tem a ver com o enunciado como tal, mas com a garantia de sua eficácia: o que nele está em jogo não é a função semiótica e cognitiva da linguagem como tal, mas sim, a garantia de sua veracidade e da sua realização” (AGAMBEN, 2011, p. 12).

Esse aspecto é lastreado por um tipo de experiência que abrange igualmente a posição do espectador. Contemplar uma fotografia tem, como correlata, a disposição em colocá-la (ou não) em *situação de existência*. Tal investimento subjetivo, que se perfaz em termos dialógicos, há de levar em conta a vinculação de toda imagem com a esfera do simbólico: o domínio das relações socializadas, das convenções estabilizadas que modulam as formas de relação do sujeito com o mundo: “a imagem veicula, sob forma necessariamente codificada, um saber sobre o real” (AUMONT, 2012, p. 84).

Isso posto, é possível articular as relações que o dispositivo fotobiográfico engendra com a questão da autoria. Para Cotton, “predominantemente, o modernismo considerava a fotografia em termos de sua autoria e dos desenvolvimentos estéticos e técnicos desse veículo” (COTTON, 2013, p. 191). Isso teve como efeito a criação de

um cânone de profissionais excelentes, um histórico de pioneiros desbravadores das capacidades da fotografia, compondo o grupo dos ‘poucos’ que poderiam ser distinguidos dos ‘muitos’ produtores triviais de fotos (COTTON, 2013, p. 191, grifo do autor).

Desde meados da década de 1970, contudo, a autoria na fotografia passou a ser entendida de outro modo, “que não tinha a intenção de servir para construir um panteão de criadores fotográficos à imagem e semelhança dos nomes consagrados da pintura e da escultura”, mas sim, “foram vistas como sinais que adquiririam seu significado ou valor a partir de sua inserção no bojo de um sistema mais amplo de codificações sociais e culturais” (COTTON, 2013, p. 191).

A partir do entendimento de que a escritura é da ordem da *performance* e não estritamente da criação, a autoria passa a ser pensada não como a ação do sujeito-fotógrafo na feitura de sua obra particular, mas como o espaço a partir do qual se dá a organização discursiva das significações derivadas da fotografia (BARTHES, 2004; FOUCAULT, 2009). A autoria, portanto, é pensada como uma função, e não como a materialização da subjetividade no engendramento de uma *obra*. Em outros termos, é necessário considerar o autor como um efeito derivado de certos gêneros do discurso, ou seja, como um efeito simultâneo de um jogo estilístico – cujas regras subsumem a própria ideia do gênero – e de uma posição enunciativa que se ocupa em assunção aos protocolos do gênero em questão.

A isso, coaduna-se a ideia de que a função-autor é também um espaço de autoridade: ela “não se forma espontaneamente como a atribuição de um discurso a um indivíduo. É o resultado de uma operação complexa que constrói certo ser de razão que se chama de autor” (FOUCAULT, 2009, p. 276). Ao autor, destinam-se um *status* realista e uma posição de autoridade. Toda autoria, portanto, sempre pressupõe operações de autorização de um lugar enunciativo, em face das práticas mais ou menos valorizadas em cada época e em cada momento histórico.

Sempre haverá, nas tipologias discursivas que contemplamos, um enunciador proposto, um lugar de onde as proposições de sentido serão irradiadas. A partir desse pressuposto, é possível dizer que o movimento inerente à noção de autoria traduz-se em estratégias de autorização para que se ocupe esse posicionamento. No próximo tópico, investigaremos algumas dessas estratégias de autorização em diferentes produções fotobiográficas. Evidentemente, tais protocolos de composição não são unívocos – e a construção de um lugar de autoria frequentemente se perfaz por uma espécie de articulação e gradiência entre eles.

A busca pelo eu



Figura 1.

São poucos os trabalhos fotobiográficos que utilizam a câmera voltada para o próprio fotógrafo. Nesse campo, o trabalho *Diary*², de Corinne Day, se destaca. Ela começou sua carreira como modelo e ficou famosa ao realizar fotografias que retratavam os bastidores do mundo da moda, especialmente de suas próprias amigas. No final da década de 1990, ela descobriu um tumor cerebral que fez com ficasse vários meses internada. Nas fotografias (Figura 1), Day mostra tanto a sua condição física, quanto os altos e baixos de seu círculo social. Como aponta Cotton, “o estilo do livro e as exposições subsequentes obedeceram a padrões então já consagrados para a apresentação da fotografia de intimidade. Os únicos textos no livro, afora o esclarecimento sobre sua finalidade, eram os títulos das imagens, escritos à mão” (COTTON, 2013, p. 147).

Ao tematizar o próprio corpo em risco de desaparecimento, essa modalidade de fotobiografia flerta com determinada tradição da arte contemporânea. Trata-se da estetização da dissolução do *eu*, em que a confrontação com o informe, assim como sua figurativização, paradoxalmente convertem-se em estratégias estéticas para a afirmação de uma irredutibilidade do sujeito

2 http://www.corinneday.co.uk/exhibitions.php?action=view_exhibition&id=7.

(SAFATLE, s/d). Isso porque, ao mesmo tempo em que a inscrição do *eu* reverbera um efeito de autenticidade e uma condição *inalienável* àquilo que se enuncia, as conformações culturais de nossos tempos também respaldam a multiplicidade identitária, na contramão da ideia do *eu* como princípio de unidade e síntese. No limite, essa produção artística advém como um questionamento à ideia do corpo cada vez mais plástico, suscetível de ser indefinidamente reconfigurado conforme as demandas orientadas ao consumo próprias da indústria cultural (SAFATLE, s/d). A dissolução, a despersonalização e a deterioração, trabalhadas nesse âmbito, reclamariam a possibilidade de uma experiência não-narcísica do *eu*³.

A busca por um *eu* que se deteriora também é explorado no trabalho de Annie Ernaux, *L'usage de la photo*. Feito em conjunto com seu companheiro, Marc Marie, o projeto retrata uma série de objetos no chão: trata-se de peças largadas pelo dois durante o ato sexual. Seu trabalho, contudo, vai bem além da temática do sexo. Nessa época, Ernaux enfrentava um tratamento contra o câncer de mama. Tais objetos, portanto, representavam também tanto metaforizações de seu próprio corpo, como objeto de experiência, quanto uma reflexão sobre a total ausência do *eu* na independência do objeto. Para Kawakami, trata-se de um trabalho em que “Ernaux insiste em estabelecer um link referencial entre texto e realidade” através de suas fotos, “fazendo delas uma ‘prova de vida’ criada durante o período de sua doença” (KAWAKAMI, 2010, p. 451, grifo do autor). Para ele, tais objetos funcionam como elementos magicizantes em uma experiência dupla de autoexposição e consciência da morte.



Figura 2.

3 Para Rancière (2012), isso se coaduna à emergência, no século XIX, de um novo regime de pensabilidade em relação à arte, denominado de regime estético. Em oposição ao regime representativo, a arte da era estética baseia-se em uma “emancipação da semelhança em relação à representação”, assim como na “revogação da separação representativa entre razão dos fatos e razão das ficções” (p. 130). Trata-se, ainda, de uma política da indiferença, na medida em que articula uma indistinção entre atividade e passividade, saber e ignorância, movimento e imobilidade, espaço público e existência privada. Para ilustrar essa política da indiferença, Rancière (2010) remete à descrição, por Winckelmann, do *Torso* do Belvedere, a estátua decepada de um herói, “despojada de tudo que caracterizava o regime representativo da expressão artística: sem rosto para expressar um sentimento, sem boca para manifestar uma mensagem, sem membros para comandar ou executar ação alguma” (p. 48). O corpo em dissolução torna-se, assim, uma das figurativizações frequentes nas expressões próprias ao regime estético das artes.

Ambos os trabalhos têm como característica “o estilo aparentemente subjetivo, cotidiano, despreocupado e confessional” que “assimila e redireciona a linguagem da fotografia doméstica e dos instantâneos de família para uma exposição pública”. E, assim, tais técnicas domésticas, pretensamente não-artísticas, “são empregadas como uma linguagem por meio da qual as experiências íntimas são comunicadas ao observador” (COTTON, 2013, p. 137).

Paralelamente, à luz de autores como Philippe Dubois, David Green e Joanna Lowry, Fabris (2007) situa essa tipologia fotobiográfica conforme o modelo teórico do índice. De acordo com tal modelo, a densidade semântica nas obras não se respaldaria apenas em vista do *vestígio de real* capturado, mas também pelo estatuto do próprio ato fotográfico, cujo gesto daria concreção imagética a um fragmento da realidade⁴. Por derivação imediata, a presença do fotógrafo nesse espaço sensorial, dada a visão patentemente subjetiva fixada na imagem, situa a dimensão da autoria conforme uma dinâmica que entrelaça nessas produções a materialidade referencial (um *dado do mundo*) e a singularidade enunciativa (uma *visão de mundo* ou, simplesmente, um ponto de vista).

A busca pelo outro



Figura 3.

Em alguns trabalhos, é a busca pelo outro que estrutura a fotobiografia. Em *Suite vénitienne* (Figura 3), Sophie Calle faz um ensaio fotográfico em forma de diário em que retrata uma obsessão amorosa: ela havia conhecido um rapaz em Paris pouco tempo antes de ele embarcar para uma longa viagem a Veneza. Após a sua partida, Calle passa a segui-lo disfarçadamente, ao longo de 13 dias, registrando os seus passos em imagens e escrevendo

4 “Exemplos dessa concepção podem ser encontrados no uso testemunhal da fotografia por parte de nomes como Nan Goldin, Jack Pierson, Corinne Day, Jurgen Teller e Wolfgang Tillmans, que propõem uma iconografia da miséria e do desassossego social e psíquico, próprios de modos de vida alternativos” (FABRIS, 2007, p. 35).

sobre suas impressões. No livro, há uma mistura entre as imagens e os pensamentos da fotógrafa, mas, curiosamente, várias das imagens apresentadas *não são as que foram tiradas ao longo da perseguição*. Após o ocorrido, Calle contrata atores que recriam as cenas fotografadas, de forma que, no livro, há uma indistinção entre as fotografias originais e as imagens encenadas.

Para Tavares, “o entrelaçamento entre os dois ‘sets’ de fotografias na narrativa é tão sutil que o público mal consegue separar os acontecimentos originais das ações performáticas, salientando o caráter engenhoso e até desleal da obra”. Assim também se dá com a parte textual, “que foi aparentemente reescrita para que, de certa forma, consiga ilustrar o que é contado através das imagens”. Dessa maneira, “Calle tenta despistar não somente seu perseguido, mas também seu leitor, ao se retratar como uma detetive descuidada que, na verdade, calcula minuciosamente cada inserção no relato” (TAVARES, 2015, p. 3).

Ao mesmo tempo, a elaboração de um artifício narrativo em *Suite vénitienne* propõe um jogo que estabelece normas para que a história possa se desenvolver, mas potencializa o acaso, o fortuito. São os passos do outro, identificado, na obra, pelo nome de Henri B., que determinam a atuação da artista e os próprios desdobramentos narrativos. A identidade, assim, é forjada por uma espécie de delegação: dissimula-se e imiscui-se no trajeto do outro para poder se afirmar. Em um tensionamento entre controle e falta de controle, a obra incorpora algum risco de fracasso, o que chega a se concretizar quando a *detetive* é finalmente descoberta e dá o jogo por encerrado. Entretanto, reiteramos, a *própria figurativização desse fracasso rentabiliza a narrativa e legitima a engenhosidade do dispositivo criado para que a obra acontecesse*.

É assim que a ficcionalização do *eu* prevê como contrapartida no ensaio fotográfico a ficcionalização do outro, já que as imagens encenadas corporificam uma ausência, a de Henri B. O intuito não é o de recobri-la, mas de desviá-la e torná-la potente na medida de sua própria reconfiguração: também aqui uma identidade por delegação, em um processo que constrói a condição subjetiva (do *eu*, do outro) como uma performance.

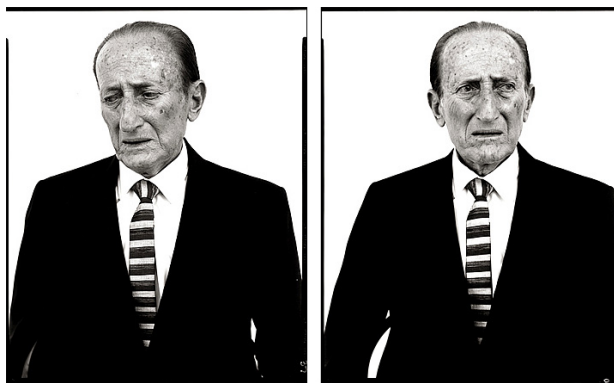


Figura 4.

Richard Avedon também possui um trabalho interessante nas fotobiografias que têm a busca pelo outro como centro de interesse. No final da década de 1970, ele fotografa seu pai, Jacob Israel Avedon, também fotógrafo, nos anos que antecedem o seu falecimento, em imagens que testemunham a lenta deteriorização de seu corpo (Figura 4). A exposição que reuniu o material tinha como título, naturalmente, o nome do pai. Isso, de saída, suscita reflexões quanto à dimensão simbólica particularmente implicada nesse trabalho de Avedon.

O registro da morte iminente do pai inscreve o filho no enunciado fotográfico segundo a perspectiva da realização de um mandato. É um exemplo de obediência retrospectiva, conceito freudiano retomado por Derrida, de forma que “o pai morto torna-se mais forte do que jamais o foi enquanto vivo” (DERRIDA, 2001, p. 78). Isso porque a série fotográfica não inscreve literalmente a morte, mas, ao prefigurá-la, antevendo seu efeito de irreparabilidade, implica à obra uma condição de arquivo, nos termos da conservação dos traços de uma experiência de vida que se extingue e, ao mesmo tempo, de um compromisso em relação ao futuro, um dever de memória. Trata-se de uma dupla contingência que expressa o sentido de uma herança, em vista de uma conservação e de uma continuidade.

Essa obra tematiza, pois, o aspecto da filiação e do patrimônio (o nome próprio), o que se torna mais expressivo na medida em que, biograficamente, pai e filho compartilharam o mesmo ofício ou o mesmo dom – a fotografia. O trabalho é expressivo também em vista da inegável valoração da obra de Richard Avedon nos circuitos institucionalizados da arte contemporânea.

Nos dois trabalhos aqui analisados, Calle e Avedon mobilizam a estratégia estética de buscar a medida de sua singularidade – a dimensão de um *eu* que se subjetiva na escritura fotográfica – imiscuindo-se no espaço da alteridade, cooptando seus gestos, seus rastros, seu modos de *estar no mundo*, para dar compleição e legitimar as próprias expressões artísticas.

A busca por uma demanda

Na coletânea *Double jeux*, o trabalho de Sophie Calle atende a uma demanda: viver, fotograficamente, trechos da obra *Leviatã*, de Paul Auster. As duas obras se cruzam de forma curiosa: no livro de Auster há uma personagem chamada Maria, que é fotógrafa, artista e escritora. Em *Double jeux*, Calle se apropria de alguns trechos da obra ficcional e os recria em sua própria vida, em um conjunto que irá formar sete livros: *De L'obéissance*, *Le rituel d'anniversaire*, *Les panoplies*, *A suivre*, *L'hôtel*, *Le carnet d'adresses* e *Gotham handbook*.

Em *De L'obéissance*, por exemplo, “Calle troca de lugar com Maria e segue à risca rituais impostos por Auster à sua personagem: ela acompanha uma dieta cromática para cada

dia da semana, além de viver dias inteiros baseados em uma única letra do alfabeto”. Em *Le ritual d’anniversaire*, Calle “registra os presentes de aniversário que ganha durante 13 anos, em festas organizadas por ela mesma, cujo número de convidados corresponde à sua idade recém-completada e inclui sempre um desconhecido” (TAVARES, 2015, p. 5).

O embaralhamento entre o cotidiano particular e o espaço público, assim como uma indistinção entre a arte e a vida são o cerne da ideia de *performance* nas obras de Calle e de outros artistas contemporâneos. Aqui aparecem dinamizados por uma evidente predisposição ficcional que revela o caráter de construto pressuposto em toda forma de biografização de si ou do outro. O próprio estatuto da intimidade, dessa maneira, converte-se em experiência coletiva, na medida em que obedece a certos protocolos socioculturais que regulam sua gênese e sua mostração em circuitos comunicativos. Evocam-se, e eventualmente subvertem-se, parâmetros sobre os limites da privacidade.

Em *L’hôtel* (Figura 5), a artista emprega-se como camareira em um hotel veneziano e, enquanto trabalha, passa a vasculhar os pertences dos hóspedes, os cestos de lixos, as anotações e documentos que se deixam ficar pelas mesas de cabeceira. Documenta essa *devassa*, aparentemente restrita a um impulso voyeurístico ou à mera bisbilhotice, para dar formas a vidas ausentes, forjar subjetividades segundo uma disposição metonímica: um olhar que constrói a alteridade segundo os indícios mais ou menos descartáveis (*imprópios*) de certas existências cotidianas. O que se põe em relevo nessa ação artística é o caráter especular da identidade: buscam-se nos indícios do outro os indícios de si, sempre mediados por esses objetos transitórios.



Figura 5.

A busca de uma demanda como artifício de contenção e ordenação da *performance* artística, a que aludimos aqui, torna-se evidentemente indissociável dos dois aspectos anteriormente referenciados como estratégias de autorização de um ponto de vista enunciativo nas fotobiografias (a busca pelo eu e a busca pelo outro). Em tal perspectiva, dimensionamos a instalação da autoria nessas obras necessariamente como fator do gênero discursivo: a articulação do conteúdo temático, do estilo e da construção composicional na organicidade dos enunciados (BAKHTIN, 2003).

Contemplar as fotobiografias contemporâneas no âmbito de um gênero de discurso supõe levar em conta, como sustentamos, uma ambivalência constitutiva entre o desejo de referencialidade próprio a essa prática e as demandas pela inscrição de uma experiência subjetiva. Estas últimas conformam as novas modalidades de realismo que atravessam diferentes produções culturais de nossa época.

Mais do que isso, tal discussão é tributária de uma visada em que a interpretação e a valoração das obras de arte não mais se restringem aos aspectos dos suportes ou dos códigos implicados nos trabalhos. Relacionam-se, sobretudo, às suas condições de produção, circulação e apropriação. Se o lugar da autoria é reorientado em vista desse panorama, é inferível que também o seja o papel do público a que se destinam esses trabalhos. Ele é solicitado, em gradações diversas, a se envolver coenunciativamente na construção de narrativas sobre a intimidade.

Considerações finais

Nas fotobiografias, é possível dizer que estamos diante de uma mimética rasgada, se tomarmos esse termo no seguinte sentido: “*abrir a imitação* não é excluir a semelhança, é pensar e fazer trabalhar a semelhança como um *drama* – e não como o simples efeito bem-sucedido de uma técnica mimética” (DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 272, grifos nossos). O problema da semelhança se coaduna, então, não a uma cópia fiel da realidade, mas à remetência a um lugar de origem, de onde proveriam as imagens. Esse estatuto Rancière qualifica não propriamente como semelhança, mas como arquisemelhança:

(...) a alteridade que nossos contemporâneos reivindicam para a imagem ou deploram que tenha se esvaído junto com ela. Mas, de fato, ela nunca se esvai. Na verdade, ela não para de fazer seu próprio jogo passar justamente pela brecha que separa as operações da arte das técnicas de reprodução (RANCIÈRE, 2012, p. 17).

Evidentemente, essas formulações têm em comum o horizonte epistemológico da fenomenologia, que considera a alteridade imediata da imagem em uma perspectiva de pura evidência sensível. Ela não teria, assim, como assumir a dimensão semiológica, os jogos e estratégias de linguagem, ao tratar das imagens fotográficas. Isso, entretanto, apresenta-se como falso dilema. Para explicitá-lo, Rancière retoma o conceito barthesiano de *punctum*, o efeito de puro *pathos* derivado de elementos pretensamente alheios à possibilidade de codificação em uma fotografia. Ele o credita não a uma adesão irretorquível de Barthes ao que se apresentava como a emanção transcendente dos corpos (o *isso foi*) na fotografia, mas a uma espécie de *compensação* de abordagens anteriores, notadamente aquela apresentada em

Mitologias. Ali Barthes sublinha o aspecto de codificação de mensagens e palavras de ordem na aparente intransitividade das imagens, que dessa maneira naturalizariam disposições ideológicas e conformações de poder nas sociedades.

O que o falso dilema encobre é a necessária correlação entre a forma nua das imagens (seu aspecto de evidência sensível, intransitiva) e o caráter discursivo nelas implicado, visto que toda imagem veicula saberes, crenças e valores próprios a um momento histórico. A força afetiva do *punctum*, nessa concepção, torna-se dependente de sentidos culturalmente estabilizados e compartilhados, cuja designação seria da ordem do *studium*.

É também nesse panorama que o estatuto do testemunho como presença subjetiva inscrita em uma cena reveste-se contemporaneamente como índice de realismo nos diferentes relatos, sendo mesmo reivindicado como reserva de autenticidade nas inflexões autobiográficas. A arte é o que possibilita aos sujeitos dar forma a modos de estar no mundo e tomar parte em experiências compartilhadas, subvertendo as maneiras de apresentação de um *estado das coisas*. Nesse sentido, a instalação da primeira pessoa nos enunciados fotobiográficos certamente exorbita o limite da autocontemplação narcísica.

A autorização de pontos de vista que reverberam lugares de autoria nessas produções se perfaz, paradoxalmente, por uma *abertura do eu*: a identidade construída como experiência social, em que a ficcionalização, o intercâmbio de posições entre sujeitos e objetos e o estabelecimento de jogos narrativos suscitam sentidos polêmicos. Isso pode inspirar uma crítica da imagem que não se baseie na autossuficiência das formas e dos gestos, mas que, ao interrogá-los, contextualize o próprio sentido dessas expressões em nossas formas cotidianas de existência.

Referências

- AGAMBEN, G. *O sacramento da linguagem*. arqueologia do juramento. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.
- AUMONT, J. *A imagem*. Campinas: Papirus, 2012.
- BAKHTIN, M. “Os gêneros do discurso”. In: BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BARTHES, R. *A câmara clara*. Porto: Edições 70, 2006.
- BARTHES, R. *O rumor da língua*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- BARTHES, R. *Roland Barthes por Roland Barthes*. Barcelona: Kairós, 1978.
- COTTON, C. *A fotografia como arte contemporânea*. São Paulo: Martins Fontes, 2013.
- DAY, C. *Diary*. Disponível em: <http://www.corinneday.co.uk/exhibitions.php?action=view_exhibition&id=7>. Acesso em: 28 Jan. 2016.
- DELORY-MOMBERGER, C. “Fotobiografia e formação de si”. In: SOUZA, E.C.; BARRETO, M.H.M (Org.). *Tempos, narrativas e ficções: a invenção de si*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.
- DERRIDA, J. *Memoires for Paul de Man*. Nova York: Columbia University Press, 1988.
- DERRIDA, J. *Mal de Arquivo: uma impressão freudiana*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.
- DIDI-HUBERMAN, G. *Diante da imagem*. São Paulo: Editora 34, 2013.
- EDWARDS, N.; HUBBELL, A. L.; MILLER, A. “Textual and visual selves”. In: EDWARDS, N.; HUBBELL, A. L.; MILLER, A. (Org.). *Textual and visual selves: photography, film and comic art in French autobiography*. Nebraska: University of Nebraska Press, 2011.
- ERNAUX, A., MARIE, M. *L’usage de la photo*. Paris: Gallimard, 2005.
- FABRIS, A. “Discutindo a imagem fotográfica”. *Domínios da imagem*, Londrina, v.1, n.1, Nov. 2007.
- FOUCAULT, M. “O que é um autor”. *Estética: literatura e pintura, música e cinema*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.
- JAGUARIBE, B. *O choque do real: estética, mídia e cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

KAWAKAMI, A. “Annie Ernaux’s ‘Proof of life’: l’usage de la photo”. *French studies*, n. 64, v. 4, 2010.

LEJEUNE, P. *O pacto autobiográfico*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2008.

MORA, G.; NORI, C. *L’été dernier. Manifeste photobiographique*. Paris: Étoile, 1983.

MONTÉMONT, V. “Beyond autobiography“. In: EDWARDS, N., HUBBELL, A.L., MILLER, A. (Org.). *Textual and visual selves: photography, film and comic art in French autobiography*. Nebraska: University of Nebraska Press, 2011.

RANCIÈRE, J. “Política da arte”. *Urdimento* – Revista de estudos em artes cênicas. Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, v. 1, n. 15. Florianópolis, Out. 2010.

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

SAFATLE, V. “O que vem após a imagem de si? Os casos Cindy Sherman e Jeff Koons”. *Revista Trópico*, s/d. Disponível em: <<http://www.revistatropico.com.br/tropico/html/textos/2793,1.shl>>. Acesso em: 28 Jan. 2016.

SARLO, B. *Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva*. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2007.

SIBILIA, P. “A construção de si como um personagem real: autenticidade intimista e declínio da ficção contemporânea”. *Eco-Pós*. Rio de Janeiro, v. 15, n. 3, p. 22-46, 2012. Disponível em: <<http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=download&path%5B%5D=594&path%5B%5D=528>>. Acesso em: 28 Jan. 2016.

TAVARES, A. S. M. “Para identificar e lembrar Sophie Calle: o papel da fotografia e do texto ao construir memórias”. *Anagrama*, São Paulo, ano 9, v. 1, Jan.-Jun. 2015.

IMAGENS DA POBREZA COMO PAISAGEM IDEOLÓGICA: POLÍTICAS DA REPRESENTAÇÃO EM O CONTADOR DE HISTÓRIAS

Cíntia Liesenberg

Daniele Gross

Sob a perspectiva de uma crítica da imagem, este artigo é motivado, entre outros aspectos, pelo texto de Eduardo Peñuela Cañizal (2013) que aborda as imagens sob a rubrica de uma categoria específica, isto é, como paisagem em uma narrativa ou texto maior. Tais imagens, apreendidas assim, são tidas como componentes do entorno que, em um quadro, reúnem “configurações de objetos pertencentes ao mundo da natureza ou da cultura” (PEÑUELA CAÑIZAL, 2013, p. 96).

Dessa forma, elas próprias como narrativas atuam como enquadramentos que direcionam o olhar e a interpretação de momentos ou cenas e os sentidos ou efeitos de sentidos associados a elas. Instauram-se como um tipo de *framing*, isto é, um conjunto de traços semânticos ordenados a fim de estabelecer uma plataforma de interpretação destinada a um determinado enfoque compreensivo de um texto (PEÑUELA CAÑIZAL, 2013, p. 101).

Destaca o autor que tais imagens – como paisagem – funcionam, então, como apresentação de mundo, como um recorte realizado por visadas de valores e sentidos em que se situam padrões ideológicos, de ação e de posicionamentos diante da vida. “Isso me leva à ideia de que a interpretação de um texto visual pode ser feita por meio de dois enquadramentos: o ideológico e o da estrutura/armação” (PEÑUELA CAÑIZAL, 2013, p. 101).

Ainda para o autor (2013, p. 102), ao ser ancorada em *enquadramentos ideológicos*, a paisagem carrega interpretações de natureza ou espaço físico a partir do que a cultura em que estamos inseridos determina. Uma paisagem que pode também, dependendo do contexto, ser carregada por outro conceito, o de fronteira: um local de encruzilhada, onde elementos culturais diversos se reúnem (2013, p. 103-104).

Partindo desses diversos olhares trabalhados por Peñuela Cañizal, direcionamos nosso estudo em uma reflexão sobre *imagens da pobreza como paisagem*. Pensamos em sua composição como elemento da narrativa que atribui efeitos de sentido e significados que recortam e condicionam elementos textuais. Estes configuram aquilo que, sob um enfoque específico, permite ascender ao *status* da visibilidade.

É nesse terreno que o *conceito de representações sociais* (MOSCOVICI, 2011) pode ser evocado, como representações de algo ou alguém. Seu conteúdo se torna significante como elemento da ordem simbólica, operando ao fazer sentido para uma comunidade. Ele tem eficácia ampliada à medida que são apagadas as marcas de sua formação como construção, ao serem tomadas como naturalizadas. Para Moscovici,

as representações sociais são entidades quase tangíveis. Elas circulam, se entrecruzam e se cristalizam continuamente, através duma palavra, dum gesto, ou duma reunião, em nosso mundo cotidiano. Elas impregnam a maioria de nossas relações estabelecidas, os objetos que nós produzimos ou consumimos e as comunicações que estabelecemos. Nós sabemos que elas correspondem, dum lado, à substância simbólica que entra na sua elaboração e, por outro lado, à prática específica que produz essa substância, do mesmo modo como a ciência ou um mito correspondem a uma prática científica ou mítica (MOSCOVICI, 1961/1976, p. 40-41 apud DUVEEN, 2011, p. 10).

Desse modo, as representações sociais estabelecem o lugar do “eu” e do “outro”, do familiar e do não familiar, do adequado e do inadequado a partir de um protótipo padrão que ganha fixidez. Ele se torna cristalizado e, no entanto, pode ser modificado ou se modifica a partir da instauração de elementos que alterem os sentidos, relações e conteúdos a ele associados.

Assim sendo, torna-se relevante pensar na pobreza do ponto de vista de suas *políticas da representação* – ou seja, de suas “[...] diferentes maneiras de *apropriação dos mecanismos de produção da representação*” (HAMBURGER, 2005, p. 209, grifos da autora). Tais políticas da representação podem ser tomadas como elementos dotados de forte poder simbólico nos direcionamentos conferidos à narrativa, mas também da própria conformação da pobreza como objeto em estudo. Elas referem-se a recorrências e linhas diretivas de sentido e

significado que podem ser atrelados a ela na construção de enquadramentos e fixação ou transformação de olhares sobre o universo que engendra a seu redor.

Nesse terreno, entendem-se as imagens da pobreza como paisagens que surgem em cenas diversas atribuindo sentidos às representações sociais em seu entorno a partir de variações e recorrências que se estabelecem. Instauram, assim, políticas da representação sobre o objeto, uma vez que, simbólicas por natureza, determinam visadas, comportamentos e tomadas de posição. Elas configuram as ações e, assim também, as formas de inscrição dos sujeitos no mundo, com implicações em todo esse universo de sentidos e gestos na constituição de nosso cotidiano contemporâneo. Estamos em um mundo e época que têm, na pobreza, um dos pilares de sustentação de seus sistemas econômico e social, e em uma era que tem, na multiplicação e circulação de imagens, novas configurações de interação humana e convivialidade.

Políticas da representação da pobreza em *O contador de histórias*

Na busca pela identificação de tais políticas da representação em torno de imagens da pobreza e, assim, de suas caracterizações, utiliza-se como aporte o filme *O contador de histórias*, de Luiz Villaça (2009). Ele é baseado na trajetória de vida de Roberto Carlos Ramos, deixado pela mãe durante a infância na Fundação de Bem-Estar do Menor (FEBEM), nos anos 1970, quando a instituição foi criada pelo governo. Trata da relação que se estabelece entre ele e a pedagoga francesa Margherit Duvas a partir da pesquisa por ela desenvolvida no Brasil.

Tal encontro se instaura pela atenção que o menino desperta na pedagoga em relação ao lugar que ele ocupa na instituição como sujeito “desviante”, no que diz respeito à formação domesticadora proposta. Importa também o teor imagético dos relatos que ele faz sobre sua vida, dotados de forte veio criativo: imaginando versões fantasiosas apresentadas por ele como reais e histórias fantásticas que visualiza como retrato e transformação de seu cotidiano. Tais relações entre realidade e fantasia são a tônica inicial que desencadeia parte da narrativa do filme, desatada a partir de um olhar específico e interessado da pesquisadora para o infante.

Em relação à análise proposta, vale ressaltar que, apesar de a tônica do filme ser pautada pelos anos de infância da personagem principal, o que se busca aqui, como objeto primeiro de análise, são as políticas da representação da pobreza como paisagem ideológica. Isto é, formas de apresentação da pobreza como cenário que conferem sentido à história. Não se busca uma análise do ponto de vista da temática da infância em si ou de uma imagem de infância presente também na narrativa de superação colocada pelo filme, ainda que esta lhe esteja associada.

Na procura por alcançar os objetivos que aqui se propõe, destacam-se percursos narrativos do filme identificados a partir de diferentes enquadramentos. Estes detêm uma implicação na atribuição de sentidos à cena, como se pode afirmar com Peñuela Cañizal (2013). Ao retomar palavras de Olivier Beuvelet (2013 apud PEÑUELA CAÑIZAL, 2013, p. 100), o autor ressalta a relevância dos enquadramentos por conta do efeito de sentido que conferem à narrativa e, entre outros aspectos, pela ilusão causada pela presença referencial do objeto que precede a imagem visual. Fazem passar, como abordado anteriormente, da representação à apresentação de uma realidade enunciada.

Tomando como premissa o conceito de apresentação de mundo pela imagem, o autor discorre sobre os níveis semântico e expressivo de determinada fotografia. No nível semântico, “os objetos aparecem dispostos de acordo com uma lógica simbólica que lhes atribui significado”. No nível expressivo, “esses mesmos objetos são colocados em um espaço signifiante estabelecido por um retângulo, uma figura geométrica que os delimita em um campo de visão” (PEÑUELA CAÑIZAL, 2013, p. 101). Como ressalta:

Destas duas operações depende, em princípio, o significado do texto fotográfico em questão. De modo que, por um lado, esses planos são integrados na forma de um sinal, cujo conteúdo é sobredeterminado pela interação dos dois componentes. Aceitando, portanto, que a lógica simbólica estabelece uma configuração ideológica, é necessário também admitir que a figura geométrica em que se manifesta a razão é, portanto, uma expressão de configuração. Isso me leva à ideia de que a interpretação de um texto visual pode ser feita por meio de dois enquadramentos: o ideológico e o da estrutura/armação (PEÑUELA CAÑIZAL, 2013, p. 101).

É a partir desses aspectos que o presente artigo insere a análise do filme apresentada a seguir: na busca por elementos que confirmem direcionamento de sentido e enquadramento ideológico para as representações da pobreza. Ou seja, preocupa-se com as políticas da representação da pobreza considerando objetos componentes da paisagem a partir de seus diferentes enquadramentos, que se destacam como momentos específicos da narrativa. Estes podem ser entendidos como “narrativas secundárias” que se inter-relacionam na composição da narrativa maior e dos sentidos que circulam nesse percurso.

Dessa forma, temos uma análise que destaca, ou coloca em evidência, narrativas diferentes que, em interação, conformam ou compõem a história contada a partir de momentos anteriores à entrada da personagem principal na FEBEM, de seus momentos nessa instituição, das alterações que ocorrem após o encontro com Margherit, de seu retorno e de seu desfecho como contador de histórias profissional.

Apresentam-se, então, diferentes enfoques em percursos narrativos distintos recortados a partir da narrativa principal. Tais enfoques chamam a atenção por conterem elementos diversos que culminam em visões sobre a pobreza e nas políticas de representações que a conformam. O filme, em uma narrativa mais ampla, fala do ponto de vista da superação do ambiente da pobreza, que se caracteriza sob um ponto de vista dominante. Apesar disso, apresenta em si elementos e representações que conferem outras possibilidades de interpretação, quando se destacam ou se colocam em eixo de visibilidade determinados enfoques. Isso permite uma análise ampla dessas políticas da representação da pobreza, bem como a percepção de algumas sutilezas em torno de modelos já cristalizados que configuram uma “violência simbólica inscrita numa trama social em que normatividade, tradições e imaginário se articulam numa espécie de desapossamento simbólico que, tanto quanto a privação material, caracteriza a pobreza” (TELLES, 2001, p. 66).

Paisagens e fronteiras: os percursos narrativos em *O contador de histórias*

Assim, na busca pela compreensão do que aqui propomos, destacamos alguns percursos específicos que compõem a narrativa do filme. Tais percursos foram selecionados pelo nível expressivo, isto é, do ponto de vista da aparição das imagens em cena pelo enquadramento da câmera. Visaram a uma configuração de nível semântico e, assim, de atribuição de significados à narrativa. Por esse olhar, são destacados enquadramentos do texto que, em nível semântico e expressivo, apresentam-se com características distintas no que tange à seleção de elementos para análise de significados conferidos à cena maior do filme. Exemplificaremos melhor por meio das análises que apresentamos a seguir.

Enquadramento dos pés das personagens nas passagens de cena

Em momentos diversos da história, perpassando desde momentos iniciais até o final do percurso narrativo do filme, os pés, enquanto significante da pobreza, são mostrados ou descalços ou com calçados surrados. Caracterizam uma representação mais cristalizada do ambiente da pobreza como lugar de destituição. Estão em oposição a pés bem calçados, representando aqueles que se distinguem desse meio. Quando do primeiro encontro entre o garoto e sua protetora, uma pedagoga francesa que desenvolve pesquisa no Brasil (Figura 2), os pés dela aparecem com um calçado refinado e os dele, sem calçado. Posteriormente, quando Roberto retorna à FEBEM, agora como um estagiário e um contador de histórias para os garotos internos, aparece bem vestido e calçando sapatos de couro (Figura 2).



Figura 1. Enquadramento dos pés traz representações ideológicas da pobreza atreladas à violência e ao desamparo.



Figura 2. As diferentes representações do pobre e do não pobre.

Pensando nas representações operadas no filme, podemos colocar lado a lado a pobreza e a violência. Como exemplo, ao desejar entrar para o bando de Reizinho, líder de uma gangue de meninos que vivem nas ruas e admirado por Roberto, este é violentado pelos garotos (Figura 1, inferior esquerda). A pobreza é sempre representada de forma desgastada ou ausente de proteção (Figura 1).

Uma fronteira entre as paisagens trabalhadas no filme também é estabelecida mostrando uma cultura em que o pobre é o fracassado. Ele é o descalço ou que tem acesso a calçados surrados, desgastados (Figura 1). O não pobre é representado por meio de vestimentas alinhadas, no lugar simbólico do bem-sucedido (Figura 2).

Essa é uma oposição que remete aos estudos realizados por Elías e Scotson (2000), quando observam as separações sociais existentes entre o que os autores elencaram como pessoas pertencentes ao grupo estabelecido e aquelas que se enquadram no *outsider*. Analisando tal estudo, Neiburg afirma que os *outsiders* “viviam estigmatizados por todos os atributos associados com anomia, como a delinquência, a violência e a desintegração” (NEIBURG, 2000, p. 7). Nas palavras dos próprios autores da pesquisa:

(...) os grupos estabelecidos que dispõem de uma grande margem de poder tendem a vivenciar seus grupos de outsiders não apenas como desordeiros que desrespeitam as leis e as normas (as leis e normas dos estabelecidos), mas também como não sendo particularmente limpos (ELIAS; SCOTSON, 2000, p. 29).

O estudo proposto por esses autores também nos permite refletir sobre as representações da pobreza e sobre as paisagens que são construídas ao redor dela. Nas reflexões que a estigmatização do cenário da pobreza traz sobre seus indivíduos, apresentamos a abordagem de Marilena Chauí sobre a sociedade brasileira. A autora trata dos atributos conferidos ao termo periferia, que carregam sentidos análogos à pobreza e podem ser visíveis no filme em estudo:

É uma sociedade na qual a população das grandes cidades se divide entre um “centro e uma periferia”, o termo periferia sendo usado não apenas no sentido espacial-geográfico, mas social, designando bairros afastados nos quais estão ausentes todos os serviços básicos (luz, água, esgoto, calçamento, transporte, escola, posto de atendimento médico), situação, aliás, encontrada no “centro”, isto é, nos bolsões de pobreza, as favelas (...). Os serviços públicos – hospitais, aposentadoria, creches – sendo considerados favor e concessão estatal, quando existentes (CHAUÍ, 1986, p. 58-59).

Tal quadro pode ser complementado com a descrição de Teresa Caldeira. Segundo a autora, de acordo com as representações populares,

(...) é nas ruas e favelas onde estão o ambiente deteriorado, a sujeira, a família desagregada, o não-trabalho, a vagabundagem, enfim, todas aquelas características que descrevem “os mais pobres de tudo”. E serão essas mesmas características e esses mesmos personagens que estarão invariavelmente associados à violência e ao crime (CALDEIRA apud TELLES, 2001, p. 83).

Por outro lado, Telles afirma que a “versão oficial” da pobreza como foco da desordem e da violência não é uma imagem de pura ficção. Para ela, essa imagem “é construída através de um conjunto de representações que encenam o lugar das classes nas hierarquias simbólicas da sociedade”. É imagem que “não existe apenas como discurso, mas é tecida numa normatividade em que o sentido de ordem é (também) produzido nas formas ritualizadas da vida social que sacramentam identidades, diferenças e lugares de pertencimento” (TELLES, 2001, p. 80).

Essa é uma caracterização que conduz, também, a outro aspecto bastante presente nas representações dos grupos excluídos (*outsiders*): a autoimagem. Para Chauí,

as classes ditas “subalternas” de fato o são e carregam os estigmas da suspeita, da culpa e da incriminação permanentes. (...) Preconceito que atinge profundamente os habitantes das favelas, estigmatizados não só pelas classes média e dominante, mas pelos próprios dominados (CHAUÍ, 1986, p. 57).

Pensamento que Elias e Scotson (2000, p. 27) complementam quando afirmam que os termos estigmatizantes

(...) simbolizam o fato de que é possível envergonhar o membro de um grupo outsider, por ele não ficar à altura das normas do grupo superior, por ser anômico em termos dessas normas. (...) A anomia talvez seja a censura mais freqüente a lhes ser feita; repetidamente, constata-se que outsiders são vistos pelo grupo estabelecido como indignos de confiança, indisciplinados e desordeiros (ELIAS; SCOTSON, 2000, p. 27).

Depois de algum tempo, os *outsiders* pareciam aceitar, “com uma espécie de resignação e perplexidade, a idéia de pertencerem a um grupo de menor virtude e respeitabilidade” (ELIAS; SCOTSON, 2000, p. 20). Isso, no entanto, não podia ser justificado pela conduta da maioria de seus integrantes.

Em *O contador de histórias* a autoimagem negativa é explicitada, entre outros momentos, na cena em que Margherit leva Roberto a um jogo de futebol e o garoto fica nervoso diante da presença de policiais que fazem revista nos torcedores.



Figura 3. O temor de ser preso pela simples presença da polícia na revista na entrada do estádio de futebol faz com que Roberto recue. Há o questionamento de Margherit: “Olhe no espelho! Por que alguém iria te prender? Olhe pra você! Você não acha que a sua vida mudou?”. “Mas eu continuo preto”, alega o garoto. No último quadro (inferior direito), a alegria do garoto, que, não temendo mais a presença da polícia, passa várias vezes pela revista.

Trata-se de uma autoimagem associada aos estigmas e cenário descritos, que é evidenciada em discurso direto, na fala do próprio personagem. Mas ela é evidenciada também, e com maior ênfase, na fala que outros agentes tecem sobre eles, como durante os maus-tratos recebidos na FEBEM. No caso de Roberto, com a ajuda de Margherit, o pressuposto negativo da autoimagem do pobre, que se acentua pelo preconceito de ordem étnica, é desconstruído. Isso permite que Roberto se perceba como uma pessoa livre dos atributos pejorativos que estavam internalizados nele e o impediam de sentir-se integrado à sociedade sob um prisma de positividade (na Figura 3, imagem inferior direita, Roberto passa várias vezes na fila da revista sem temer a polícia).

FEBEM: propaganda domesticadora da pobreza

Nos anos 1970, a FEBEM lança propaganda televisiva que publiciza uma instituição que visa a educação e formação das crianças pobres menores de 18 anos, sob a ótica de uma pobreza a ser domesticada, como aspecto de atributo moral a ser superado por uma educação disciplinar para o trabalho. Apresenta um discurso de inclusão social que promete formação a crianças e adolescentes que não terão outra oportunidade de ascensão social, como pode ser observado na letra da música veiculada pela propaganda, numa explícita tentativa de domesticar a pobreza:

Esse é um Brasil que vai pra frente..oh,oh,oh,oh,oh...
De uma gente amiga e tão contente oh,oh,oh,oh,oh...
Para que as crianças tenham um futuro que as leve para frente
Elas precisam de cinco coisas:
O F: de Fé
E: de Educação
O B: de Bons Modos
O E: de Esperança
O M: de Moral
Aqui as crianças carentes terão a chance de se tornar homens do bem.
Aqui terão a chance de se tornar médicos, enfermeiros, advogados.
FEBEM, mais uma vitória do nosso governo!

Esse discurso carrega uma imagem de que crianças pauperizadas só alcançarão um desenvolvimento social adequado por meio dos pilares oferecidos pelo acróstico da instituição: fé, educação, bons modos, esperança, moral. Por tal fala, aquele que não preencher esses quesitos não pode se tornar esse “homem de bem” representado pela propaganda da instituição. Não pode ser inserido em uma sociedade que rotula e restringe a esse modelo a possibilidade de aceitação e inclusão. Bauman (1998) contribui para o debate dessa questão ao abordar a sociedade contemporânea. Segundo o autor, entre os fatores que podem ser relacionados à situação difícil do mundo atualmente, deve-se conceder um papel de destaque às forças de mercado “cada vez mais desregulamentadas, isentas de todo controle político eficaz e guiadas exclusivamente pelas pressões da competitividade” (BAUMAN, 1998, p. 72-74).

O mesmo autor (1998, p. 56-57) faz uso da metáfora do jogo para suas argumentações sobre o mercado. Ele diz que os jogadores incapazes e indolentes – ou os outsiders, se formos utilizar a nomenclatura de Elias e Scotson (2000) – devem ser mantidos fora do jogo. São o seu refugio, mas, também, um produto que o jogo não pode parar de sedimentar sem emperrar. Como outra razão para não deter a produção de refugio, o autor afirma a necessidade de mostrar aos que permanecem no jogo as “horripilantes cenas” da outra

única alternativa. Isso para que estejam aptos e dispostos a suportar as tensões e dificuldades geradas pela vida vivida como tal:

(...) os “excluídos do jogo” (os consumidores falhos – os consumidores insatisfatórios, aqueles cujos meios não estão à altura dos desejos, e aqueles que recusaram a oportunidade de vencer enquanto participavam do jogo de acordo com as regras oficiais) são exatamente a encarnação dos “demônios interiores” peculiares à vida do consumidor. (...) a severidade dos padecimentos que lhes são aplicados, a crueldade do destino que lhes é imposto são – metaforicamente falando – todas as maneiras de exorcizar tais demônios interiores e queimá-los em efígie (BAUMAN, 1998, p. 57).

Repensando as representações da dicotomia bem *versus* mal, podemos refletir sobre as construções realizadas em *O contador de histórias*. Os homens pobres são tidos ou como “homens maus”, cuja única saída seria irem para a FEBEM, sujeitarem-se à domesticação imposta pelos estabelecidos, ou “homens de bem”, como única possibilidade de se inserirem nessa sociedade em que os grupos hegemônicos, os estabelecidos, ditam os padrões a serem seguidos. Nas palavras de F. Kothe, “nenhum herói é épico por aquilo que ele faz; ele só se torna épico pelo modo de ser apresentado aquilo que faz. Assim, também, o anti-herói só deixa de ser ‘herói’ por ele não se enquadrar no esquema de valores subjacente ao ponto de vista narrativo” (KOTHE, 2000, p. 15-16).

Pelo exposto, podemos inferir que, em oposição ao publicizado, a narrativa do garoto apresenta uma representação social dada por meio da falta de recursos da FEBEM, bem como do descaso governamental com profissionais pouco preparados para atender aos menores de idade, assim como de uma propaganda falaciosa, que nada tem de verdadeiro segundo a realidade apresentada pelo filme. Não há preparo estudantil, a comida é de péssima qualidade, os dormitórios são apertados e coletivos, as crianças sofrem violência física e psíquica tanto por parte dos funcionários quanto das crianças maiores. Mas, apesar de toda essa precariedade, se a expectativa materna não se cumpriu no dia a dia da instituição, o encontro de Roberto com a pedagoga permitiu que o sonho de sua mãe se concretizasse. Ele fortaleceu a fantasia de ter feito a melhor escolha para o caçula e ratifica a ideia de solução da precariedade oriunda de um meio alheio ao seu, como inclusão em um mundo de regras ditadas por um lugar dominante em oclusão a outras formas de posicionamento, a exemplo da reivindicação por direitos ou contestação social.

Entre os aspectos que marcam a passagem (fronteira) pela qual Roberto muda de posição estão: sai do grupo outsider e passa a pertencer aos “estabelecidos”. Destacam-se as ideias de assimilação de valores e de capacitação técnica profissional, transmitidas pela propaganda da FEBEM. Isso fez com que a mãe do garoto o entregasse à instituição, já que ela via ali a única possibilidade de seu filho escapar do destino trágico daqueles pertencentes ao universo da pobreza.



Figura 4. A propaganda da FEBEM, que promete uma solução para a desigualdade social, e que convence a mãe de Roberto. Na narrativa fantasiosa do garoto à pedagoga Margherith, ele é levado por policiais em meio a um assalto fracassado e a mãe grita, fugindo em uma Kombi: “Tudo bem meu filho, você é de menor. Eles vão te levar pra FEBEM. Lá você vai ter casa, comida e escola. Você vai virar doutor”. Essa fala foi realmente pronunciada pela mãe de Roberto, mas se deu em outro contexto, também mostrado no filme.



Figura 5. Apesar da propaganda – e da expectativa materna em levar o filho para um ambiente melhor e com mais recursos –, a FEBEM possuía um ambiente violento e com profissionais pouco preparados/dedicados às crianças.



Figura 6. O reencontro de Roberto com sua mãe 12 anos depois. “Você virou o quê, meu filho?”. “Eu virei professor, mãe”.



Figura 7. A infância, pelo relato de Roberto, apresenta uma paisagem fantasiosa, alegre e sorridente, mesmo quando é subterfúgio para escapar da dor e do convívio na miséria. No bar do seu Jorge, estão as garrafas coloridas, brinquedos que dão ao imaginário de Roberto superpoderes. Há a alegria de se reunir aos domingos na casa de seu José, o único da rua que tinha tevê; a gigante, esposa de seu Jorge, que vendia bijus; e o afiador de facas, que é visto como o homem que tem uma bicicleta que cospe fogo.

O relato de sua própria infância

Ao mesmo tempo em que Luiz Vilaça nos traz representações da pobreza/riqueza carregadas em paisagens/fronteiras dicotômicas, também apresenta o universo fantasioso da criança que encontra felicidade mesmo diante de quadros de miséria. Roberto faz um relato sobre o domingo anteriormente esperado como o dia em que haveria frango, mesmo nos tempos em que sobrava apenas canjica para comer, tendo todo o resto (o frango, as laranjas da sobremesa, o feijão e o arroz) “sumido da mesa”.

Existia a alegria por meio da televisão e de seus programas vistos de maneira comunitária, na casa do único vizinho que possuía o aparelho. Outros momentos de alegria e encantamento são destacados nos relatos do garoto diante de personagens do seu dia a dia, vistos por um olhar imaginário e carregado de magia. Assim, o ambiente de casa, também na visão do menino, incluindo seu entorno, mostra outro enquadramento para a pobreza. Tal enquadramento atribui ao cenário uma aura de maior afetividade e a presença de relações humanas mais próximas, mesmo em meio à precariedade econômica. Assim apontam as imagens a seguir, que ganham sentido mais amplo, à medida que o garoto desenvolve seus relatos sobre tais ambientes.

Nesse enfoque, a contraestigmatização do discurso hegemônico – de uma imagem da pobreza cristalizada em negativo – vem demarcada por meio da fantasia da criança, envolta por uma aura de diversão e afetividade. Um exemplo é a alegria do garoto evidenciada na cena em que, ao empinar pipas, imaginava de que várias delas, juntas, poderiam levar o bairro a alçar voo. Como também na já relatada cena em que Roberto traz uma narrativa carregada de paisagens coloridas: seja pelas garrafas do bar de seu Jorge, seja pela calça que a esposa dele – a gigante do biju – vestia, seja pelas faíscas de fogo produzidas pelo afiador de facas – o homem cuja bicicleta cospe fogo, nas falas do menino. São trechos que rompem com o estereótipo sombrio e triste que as representações tradicionais da pobreza costumam carregar.

Entre a domesticação da pobreza pelo sucesso profissional e outras possíveis...

Das análises que aqui apresentamos, retomamos a questão da domesticação intentada pela propaganda da FEBEM. Observamos também o quanto ela se reproduz na paisagem que o discurso fílmico carrega ao apresentar, na parte final da narrativa, Roberto, já adulto, vestido, civilizado, adequado aos padrões sociais dos “homens de bem”. Tal rompimento se dá ao atuar como contador de histórias, em praças, ao ar livre, na ocupação do espaço público, como ambiente destinado à convivência comunitária, de maneira compartilhada e promotora de universo lúdico, propício ao desenvolvimento da imaginação. Isso se mostra nas cenas finais que o personagem se funde ao sujeito, que passa a ser apresentado em momentos de seu cotidiano atual.



Figura 8: Na parte superior, a volta de Roberto à FEBEM e a atuação como contador de histórias para os meninos internos; na parte inferior, o verdadeiro Roberto, contando histórias em um parque.

Assim, podemos dizer que a narrativa, de forma geral, que se apresenta inicialmente pela abordagem de uma paisagem da pobreza dada pela favela e suas casas mal estruturadas, pelos calçados ora desgastados ora ausentes, como itens enunciados em consonância à fome, à violência, à ausência de um governo que – em dissonância à propaganda veiculada – pouco ou nada se preocupa com os pauperizados. Essa é uma paisagem fronteira, trabalhada por elementos opostos, que carregam como símbolos do “homem de bem” o sucesso, o vencer na vida, o “virar doutor” – representando o desejo da mãe –, o estar calçado.

O contador de histórias traz muitos valores enunciados não apenas em seus discursos verbais – ou nas falas dos personagens – mas também nas paisagens e fronteiras trabalhadas ao longo da história ali apresentada. O filme pontua esses valores de forma dicotômica, carregada de certa moralidade e reiterando a moralidade impressa na propaganda da FEBEM, que vai a público numa tentativa de domesticar a pobreza e seus elementos.

Por outro lado, carrega também aspectos diferenciais, que rompem com esse modelo cristalizado. Pelo recorte de elementos da narrativa e enquadramentos outros, pode-se destacar outras relações e atribuições de sentido ao universo da pobreza e das experiências nesse universo. Se é o olhar do menino que nos permite esse recorte, não podemos afirmar que isso ocorra apenas por uma aura de ingenuidade atribuída à infância – o que faria reforçar

os aspectos de estigmatização do filme – mas, também, é a mente aberta a construções imaginárias e à visualização de novas imagens a partir de uma dada realidade e outras visadas possíveis que nos permite ir além do caráter domesticador.

Esses aspectos nos fazem fechar com Calvino, quando se refere à imaginação como “repertório do potencial, do hipotético, de tudo quanto não é, nem foi e talvez não seja, mas que poderia ter sido” (CALVINO, 2006, p. 106). Podemos dizer, assim, da imaginação como lugar do devir, de outras visadas necessárias que ascendem à visibilidade. Ao encontrar ancoragem na realidade, podem nos apresentar imagens mais amplas do que aquelas cristalizadas em torno de um objeto, tema ou lugar social, muitas vezes dadas como únicas possíveis de uma determinada realidade.

Enfim, se as paisagens e fronteiras apresentadas em *O contador de histórias* reafirmam muitas das representações da pobreza tidas como naturalizadas, por outro lado, em momentos específicos da narrativa também permitem romper com o estereótipo impetrado aos grupos inseridos nesse ambiente. O filme em determinadas cenas traz também construções sob um viés de maior positividade, atreladas a momentos de felicidade e bem-estar, em contraponto àqueles de miséria e tragédia.

Referências

- BAUMAN, Z. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- BEUVELET, O. “L’image-fente ou l’inconscient de l’index”. In: *Parergon*, 2013. Disponível em: <<http://culturevisuelle.org/parergon/archives/1805>>.
- CALVINO, I. *Seis propostas para o próximo milênio: lições americanas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- CHAUÍ, M. *Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil*. São Paulo. Brasiliense, 1986.
- ELIAS, N.; SCOTSON, J. L. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- GOFFMAN, E. *Manicômios, prisões e conventos*. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- HAMBURGER, E. “Políticas da representação: ficção e documentário em *Ônibus 174*”. In: MOURÃO, M. D.; LABAKI, A. *O cinema do real*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- KOTHE, F. R. *O herói*. São Paulo: Ática, 2000.
- LIESENBERG, C. *A inserção da imprensa no discurso do terceiro setor: Análise do Projeto Cidadão 2001 - Correio Popular e da Coluna Social - Folha de S.Paulo*. Dissertação de mestrado. Escola de Comunicações e Artes da USP (ECA/USP), 2004.
- MOSCOVICI, S. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2011.
- NEIBURG, Federico. “A sociologia das relações de poder de Norbert Elias” (apresentação à edição brasileira). In: ELIAS, N.; SCOTSON, J. L. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- PEÑUELA CAÑIZAL, E. “Enquadramentos ideológicos e escrituras em textos visuais”. In: *MATRIZES* – Revista do Programa de Pós-Graduação da Universidade de São Paulo. v. 7. n. 2. (2013). Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/>>.
- TELLES, V. S. *Pobreza e cidadania*. São Paulo: Editora 34, 2001.

Referências audiovisuais

- O contador de histórias*. Direção: Luiz Vilça. Roteiro: Luiz Vilça, José Roberto Torero, Mariana Veríssimo, Maurício Arruda. Duração: 1h50. [S.l.]: 2009.

GAMIFICAÇÃO NA EDUCAÇÃO: QUEM ESTÁ NO CONTROLE?

Leandro Carabet

Mariane Murakami

Perspectivas sobre a mídia

O avanço das tecnologias e o acesso da população a elas transformou o contexto social e cultural, pois as crianças e os adolescentes passaram a se relacionar ativamente com as mídias digitais. Segundo Rosado, “este rápido processo é refletido na forma como o público infantojuvenil aprende a se comunicar e a praticar uma atividade imprescindível na infância e na adolescência: o jogar. Bolas e bonecas hoje disputam lado a lado com os jogos eletrônicos” (ROSADO, 2006, p. 3). Em vista disso, esse tema vem sendo estudado por diferentes pesquisadores que apresentam as suas concepções com relação ao assunto, bem como os malefícios e os benefícios do uso dos *videogames*. Os *games* encantam, fascinam e seduzem cada vez mais crianças e jovens, levando-os a se fixarem por mais tempo na atividade.

Os *videogames*, assim, como um dos produtos culturais mais pervasivos, rentáveis e com grande influência na sociedade, vêm sendo alvo de interesse de educadores e pesquisadores. Há especial atenção em relação aos efeitos dessa mídia nos jogadores e como alguns desses aspectos podem estar atrelados à aprendizagem em qualquer fase da vida. Enquanto algumas perspectivas temem que essas mídias possam fomentar a violência, a agressão, a imagem negativa da mulher ou mesmo o isolamento social, há uma tendência cada vez mais crescente baseada em tirar proveito de jogos digitais na sala de aula, como grande aliado no ensino-aprendizagem.

A convivência cotidiana intensa dos alunos com as diversas mídias tem levado a escola a refletir sobre suas práticas. A escola tenta entrar nessa seara digital investindo em jogos digitais educativos, com o objetivo de captar a atenção de um aluno geralmente pouco engajado e que, por vezes, tem seu foco disputado por uma série de outros aparelhos tecnológicos.

Em especial nas áreas da pedagogia e da psicologia, encontram-se muitas críticas à utilização dos games pelas crianças, por neles estarem inseridas, muitas vezes, cenas de violência intensa. Supostamente, o uso excessivo desses meios tecnológicos prejudica o desenvolvimento emocional, cognitivo e físico das crianças. Outros elementos ainda são apontados como negativos: a ausência da interação social, o desenvolvimento da violência, a formação da personalidade com base nos personagens estereotipados dos jogos e até possíveis problemas de saúde. De acordo com Moreira, muitos adolescentes tornam-se viciados em internet e nos jogos eletrônicos devido a fatores como: “a sequência frenética de imagens, a sensação de desafio e ‘perigo’, os movimentos rápidos e coordenados, concentração total e gratificação instantânea” (MOREIRA, 2003, p. 121).

Nesse cenário, em que esses argumentos favoráveis e desfavoráveis à utilização dos *videogames* se apresentam, observa-se que, de um modo geral, a escola tem tentado se apropriar do imaginário do *videogame*, familiar aos alunos, no esforço de repaginar uma certa imagem desgastada do ensino tradicional.

Os alunos de hoje convivem com jogos eletrônicos desde a primeira infância. Eles estão acostumados a passar de fase, a lidar com *rankings*, a conquistar insígnias, a lidar com regras e objetivos e a construir perfis de personagens. Como esses elementos e atividades fazem parte de seu repertório, parece fazer sentido utilizá-los como gatilho de engajamento em tarefas escolares. A reflexão, porém, que se estabelece neste artigo é a forma como essa apropriação do imaginário dos elementos de *games* tem sido realizada: estaria ela de fato construindo uma experiência gamificada motivadora, ou o que ocorre é manutenção das mesmas tarefas escolares desgastadas apenas fantasiadas de *videogame*?

Sendo assim, nosso objetivo é investigar esse novo paradigma sobre essa mídia, mais especificamente, a recente e cada vez mais crescente tendência em educação e em diversos outros tipos de aplicação social: a gamificação, ou seja, a utilização de jogos digitais para resolução de problemas sociais e engajamento de audiência. A gamificação analisa elementos do *design* de jogos que os tornam divertidos e atraentes, adaptando esses elementos para aplicações que não são tipicamente consideradas como jogos.

A gamificação deseja combinar motivação intrínseca e extrínseca, a fim de gerar engajamento. Motivações intrínsecas vêm de dentro, em que o usuário/ator decide se realiza a ação ou não. Podemos citar: altruísmo, competição, cooperação, senso de pertença, amor

ou agressão. Motivações extrínsecas, por sua vez, ocorrem quando alguém determina que o usuário deve realizar a ação, como em classificações, passagens de nível, pontuações, missões etc. (MUNTEAN, 2011).

O objetivo é conseguir visualizar um determinado problema ou contexto e pensar soluções a partir do ponto de vista de um *game designer*, responsável pela criação de jogos eletrônicos. Esse profissional geralmente possui uma capacidade ímpar em produzir experiências que concentram a energia e o foco de muitos indivíduos para resolver problemas em mundos virtuais (MCGONIGAL, 2011). Porém, a gamificação não implica criar um game que aborde o problema, recriando a situação dentro de um mundo virtual. Usa, sim, em situações do mundo real, as mesmas estratégias, métodos e pensamentos utilizados para resolver problemas nos mundos virtuais.

É possível dizer que a gamificação se apresenta como um fenômeno emergente e com muitas potencialidades de aplicação em diversos campos da atividade humana. A linguagem e metodologia dos *games* são bastante populares, eficazes na resolução de problemas, pelo menos nos mundos virtuais. São também aceitas naturalmente pelas atuais gerações que cresceram interagindo com esse tipo de entretenimento. Ou seja, a gamificação se justifica a partir de uma perspectiva sociocultural.

Por que gamificar?

A partir dessa crescente introdução de *games* em sala de aula, algumas questões se impõem: qual o fator determinante para aplicação de jogos em contextos não lúdicos? Quais as vantagens encontradas nesse tipo de estratégia, especialmente na educação? Segundo James Paul Gee (2004), o grande fator de sucesso do uso de jogos na educação é que os *videogames* são baseados em uma tecnologia divertida, atraente e interativa. Geram, assim, resultados mais eficazes do que as metodologias tradicionais de ensino-aprendizagem, que incluem muitos exercícios e atividades escolares de repetição, memorização e avaliação mecânica.

Se refletirmos sobre a questão dos jogos em ambientes não digitais, podemos perceber que a estratégia de aplicação de ambientes lúdicos para fins de aprendizagem usam os mesmos princípios. Mesmo Platão já sugeria que, na prática da educação, deveriam ser utilizados os jogos e os ambientes lúdicos:

O que afirmo é que todo homem que pretenda ser bom em qualquer atividade precisa dedicar-se à prática dessa atividade em especial desde a infância, utilizando todos os recursos relacionados a sua atividade, seja em seu entretenimento, seja no trabalho. (...) Caberá aos educadores dessas crianças supri-las com

ferramentas de brinquedo moldadas segundo as reais. (...) E assim, por meio de seus brinquedos e jogos, nos esforçaríamos por dirigir os gostos e desejos das crianças para a direção do objeto que constitui seu objetivo principal relativamente à idade adulta. Em primeiro lugar e acima de tudo, a educação, nós o asseveramos, consiste na formação correta que mais intensamente atrai a alma da criança durante a brincadeira para o amor daquela atividade da qual, ao se tornar adulto, terá que deter perfeito domínio (PLATÃO, *online*, s.d.).

Nesses jogos, melhor dizendo, exige-se que o jogador faça reflexões constantes e encontre soluções para situações complexas, exercitando a capacidade de gerenciar recursos e de tomar decisões. Além disso, estimulam uso da intuição, assim como incentivam a resolução de uma situação-problema, transferindo o conhecimento aplicado numa situação para novas situações. Dessa forma, o jogador aprende a gerenciar simultaneamente todos os objetivos imediatos e finais do jogo. Segundo J. Gee (2004), um dos pontos mais fortes dos jogos em relação à aprendizagem é que, através de sua prática, o jogador aprende a aprender.

Ele passa a pensar e refletir sobre os acontecimentos do jogo e seus objetivos. Esse ciclo de aprendizagem da aprendizagem é chamado pelo autor de “sondagem, hipótese, nova sondagem, novo pensamento”: o jogador deve sondar o mundo virtual, explorando-o pelos cliques. Enquanto sonda, passa a criar hipóteses sobre os acontecimentos do jogo, e assim decide o que fazer a cada momento para ter um resultado positivo. A partir dessas hipóteses, sonda novamente, agindo para ver o que acontece. O jogador recebe esse *feedback* como uma resposta à sua ação e aceita ou repensa sua hipótese original. Com isso, aprende-se por tentativa e erro, a partir de desafios vencidos etapa a etapa. Para Schaffer,

através dessas e de similares experiências em múltiplos contextos, os aprendizes podem compreender complexos contextos sem perderem a conexão entre as idéias abstratas e os problemas reais que eles podem resolver. Em outras palavras, os mundos virtuais dos games são poderosos porque fazem o possível para desenvolver a compreensão situada (SCHAFER, 2005, p. 106).

Aprende-se dando sentido e significado às informações que emergem da narrativa dos jogos, construída em parceria jogo/jogador. Para J. Gee (2004), nos jogos eletrônicos os significados são sempre contextualizados, o que dá sentido ao próprio processo de ensino-aprendizagem. Dessa forma, o caráter interativo dos jogos acaba por engajar e despertar o interesse do aprendiz, aliando esse processo à diversão e ao entretenimento.

Relacionado a esse exercício de reflexão sobre os acontecimentos, os *videogames* também podem proporcionar ao aluno uma reflexão sobre a questão das identidades. Afinal,

muitos são os desafios que integrar educação e gamificação podem trazer. Mas um deles pode ser aproveitar a oportunidade da virtualidade para propor ao estudante a libertação de sua personalidade, com seus preconceitos, para viver outros papéis sociais. Pode sentir, em seu personagem virtual, ou *avatar*, os efeitos e consequências que esse agente tem na sociedade, bem como poder vivenciar se os direitos humanos de seu personagem têm sido respeitados no mundo: seja ele virtual ou não. Como afirmam J. Lee e J. Hammer (2011), os ambientes gamificados podem proporcionar aos jogadores a oportunidade de experimentar novos papéis, inclusive, que não lhe são familiares.

Podemos citar como um jogo educacional o Goumi, lançado em 2011. Nele o jogador deve criar um *avatar*, uma representação virtual de um personagem, e interagir em um mundo onde pode criar seu próprio negócio e tentar prosperar. A ideia do aplicativo é auxiliar crianças e jovens a desenvolverem habilidades de investimento, de gestão financeira e de comportamento, segundo o *site* do jogo. O jogador segue o cronograma do processo financeiro: poupar, gastar, investir e doar. A intenção não é que o jovem se torne um investidor precoce e, sim, que possa aprender a importância do dinheiro, de saber consumir bem e de aprender a poupar. Desse modo, o objetivo do jogo é tentar ser atrativo para as crianças, é aprender se divertindo.

Dentro do jogo, o jovem pode criar negócios, interagindo exclusivamente com outros jogadores no mundo virtual, uma vez que se trata de um MMORPG¹. Pode aprender questões do processo financeiro vivendo como um agricultor ou como um dono de indústria. Pode, ainda, fazer investimentos, abrir uma conta bancária ou mexer com ações na bolsa de valores. Segundo os criadores, ter um mundo inteiramente controlado pelos jogadores reflete as crises financeiras do mundo real. Assim, se todos os jogadores plantarem um mesmo tipo de produto, o item ficará muito barato, seguindo a lei da oferta e da procura. Assim, os jogadores devem pensar em novas estratégias para aumentar os seus lucros.

Nesse jogo de papéis, vale lembrar que a multiplicidade de identidades promovida pelo *game* pode ser uma aliada no sentido de refletir a diferença de identidades. Isso pode ocorrer sobretudo na medida em que os jogos evitem um roteiro único para todos, com o mesmo começo, mesmo meio e mesmo final e estimulem que a pessoa traga seus próprios objetivos à tona. “*games* também proporcionam diferentes caminhos para o sucesso, permitindo que os estudantes escolham seus objetivos menores dentro da missão maior”² (LOCKE; LATHAM, 1990 apud LEE; HAMMER, 2011).

1 Massively Multiplayer Online Role-Playing Game.

2 Do original: “games also provide multiple routes to success, allowing students to choose their own subgoals within the larger task”.

Jogar com as identidades abre muitas possibilidades de reflexão para a educação. O desafio é saber se o aluno vai querer assumir essas novas identidades propostas. Encontra-se nisso o desafio de convocá-lo para a jornada.

Interatividade e narrativa

Convocação e *jornada* são duas palavras que nos lembram alguns conceitos da Teoria da Narrativa e, especificamente, das funções da narrativa (PROPP, 1984). Dentre os elementos de gamificação, há um deles diretamente relacionado a essas questões: o roteiro do jogo (*storytelling*).

Uma crítica que frequentemente se faz a alguns jogos e aplicações educacionais é que muitos deles seriam marcados pela obviedade, destituídos de um roteiro robusto, repleto de surpresas e suspense. Como se sabe, o roteiro de um jogo constitui-se como um dos elementos bastante decisivos para o engajamento, uma vez que eles contribuem para o retorno do usuário. Este volta motivado pelo desejo de ver o encaminhamento da história, sobretudo, para atingir e contemplar o seu final – que, se espera, seja feliz.

Propp revela que:

do ponto de vista morfológico podemos chamar de conto de magia a todo desenvolvimento narrativo que, partindo de um dano (A) ou uma carência (a), e passando por funções intermediárias, termina com o casamento (W0) ou outras funções utilizadas como desenlace. A função final pode ser a recompensa (F), a obtenção do objeto procurado ou, de modo geral, a reparação do dano (K), o salvamento da perseguição (Rs), etc. (PROPP, 1984, p. 85).

Porém, estariam os jogos atualmente utilizados em educação de fato trabalhando com danos e carências dos adolescentes e crianças de nossa época? Os roteiros desses *games* proporcionam uma busca por objetos e recompensas que dialogam com as motivações de nossos alunos?

A fim de aprofundarmos essas questões, a narrativa desses *games* torna-se um elemento importante de investigação. Isso tanto em função do agenciamento do aprendiz-jogador quanto da interatividade promovida por esses jogos, nos diversos caminhos narrativos possibilitados dentro de uma história. Nos *videogames* aplicados à educação, apesar da infinidade de possibilidades narrativas, é possível afirmar que existem alguns padrões de narratividade e interatividade que visam atingir esses objetivos de ensino-aprendizagem. Podemos citar, segundo Marie Laure Ryan (2006), dois tipos de interação que vão determinar as narratividades desses jogos: o externo/exploratório, no qual o aprendiz-jogador

experimenta o jogo externamente, como observador das ações; e o interno/ontológico, no qual o aprendiz-jogador pode interagir no ambiente como personagem. Este último modelo preenche de fato as condições básicas da narratividade, convidando o jogador a se engajar no jogo de papéis e a realizar ações que alcancem metas pretendidas, realizando, segundo a autora, um *ato de imaginação*.

Um outro padrão de narratividade proposto segue um modelo matemático, baseado em uma operação performativa que depende das ações do interator e de seu protagonismo para ocorrer. Nos jogos com que temos contato, é possível perceber um padrão narrativo que segue, com certas variações, um modelo de comportamento e de ações ideal que o jogador deve atingir. Em jogos como Math Blaster, cujo objetivo é levar ao desenvolvimento de habilidades matemáticas, são impostos desafios diversos aos jogadores. Ao realizarem a ação ou comportamento esperado, recebem recompensas e avançam de níveis, e podem estar em competição com outros jogadores.



Figura 1. Math Blaster.

Um outro modelo narrativo que podemos identificar é aquele em que a gamificação é um componente relevante de outros gêneros, como cursos, aulas *online*, *quizzes* e livros. Ela mescla elementos de jogos com cursos e simulações. Podemos citar o jogo Qranio, cujo lema é “making learning fun” e que conta com mais de um milhão de usuários. Trata-se de um aplicativo de perguntas e respostas de disciplinas diversas, em que os jogadores acumulam pontos a cada resposta correta e podem trocar por prêmios reais.



Figura 2. Qranio. Making Learning Fun.

O que se nota, de um modo geral, é que os jogos apenas se utilizam de alguns elementos de gamificação, tais como pontos, *rankings*, níveis e *badges* (distintivos, títulos de honra), sem necessariamente integrá-los a uma sequência narrativa. Assim, cria-se uma *imagem de interatividade*, por conta de todos esses elementos gamificados que saltam à tela, mas a motivação para interagir apresenta-se frágil. É nesse ponto que o aluno poderia fazer as mesmas perguntas que um herói faz ao mentor na função da narrativa da “Mediação”: por que eu entraria nesse jogo? O que me faria querer virar um herói dessa história? Por que eu decidiria enfrentar esse desafio? Sem respostas convincentes, o aluno, já afeito a essas narrativas, não embarca na história, nem assume seu protagonismo.

Considerações finais

Um olhar observador para as experiências práticas de gamificação da educação nos leva à seguinte problemática: em um primeiro momento, falamos de um investimento na apropriação do imaginário do *game*, com o esforço de resgatar a imagem da educação. Agora, no entanto, diante das propostas circulantes no mercado de educação, é possível observar que a maioria deles tende à interação observadora, em que o aluno continua em sua passividade de espectador. Esses pontos nos levam a pensar: no cenário atual, ocorre de fato interatividade ou trata-se apenas de uma *representação de interatividade*, a fim de inserir o ambiente escolar no mundo digital?

Na sala de aula, a mobilidade, a interatividade e a colaboração são elementos intrínsecos no dia a dia dos jovens, reforçando a emergência de uma nova cultura baseada na

participação dos alunos e na capacidade deles em migrarem de uma mídia a outra. Podem realizar leituras críticas desses conteúdos, ou, como afirma H. Jenkins (2012), participar criticamente desses textos na cultura da convergência. Sendo assim, lançamos mais uma pergunta: já que, ao usar a gamificação *observadora*, a escola está apenas recriando a mesma metodologia da sala de aula com uma imagem nova, não seria na gamificação ontológica que o aluno teria mais possibilidades para ampliar sua percepção crítica do mundo? Além disso, já que o aluno convive com mais de uma mídia em seu cotidiano, não seria na confluência dessas diversas mídias, inclusive do *videogame*, que ele encontraria a diversidade de imagens para ampliar seu repertório?

Experiências educativas como o projeto World Without Oil convida os jogadores a se imaginarem em um mundo onde os recursos petrolíferos foram esgotados. Nesse cenário pós-apocalíptico, os participantes deveriam trabalhar em grupo para buscar novas formas de gerenciamento de recursos. Deveriam compartilhar suas experiências pessoais através de vídeos, imagens e textos postados no *website* do jogo – um portal agregador de conteúdo. World Without Oil construiu, a partir dos relatos dos participantes, um cenário fictício e lúdico dessa realidade pós-apocalíptica. Esse mundo foi explorado por um amplo debate sobre questões políticas, tecnológicas, ambientais e de sustentabilidade em torno da temática proposta. A experiência permitiu a geração de um conhecimento colaborativo, sob um jogo de interpretação de papéis, com a finalidade de salvar a humanidade através do uso sustentável dos recursos naturais.

Acreditamos, portanto, que as narrativas transmidiáticas devem ser contempladas nas estratégias educacionais em que são abordados conteúdos midiáticos. Mais do que isso, propomos que, na sociedade hiperconectada e em que as transformações tecnológicas convergem para a educação, não é suficiente falarmos apenas de *letramento digital ou midiático*. Nesse sentido, este trabalho teve como objetivo realizar uma análise crítica sobre a gamificação do ambiente educacional, das formas de interatividade e narratividade presentes nessas estratégias e como essas questões revelam imaginários e concepções sobre a interface entre educação, sociedade e tecnologia.

Por fim, propusemos uma reflexão acerca de uma abordagem educacional do uso do *videogame* que considera a convergência das mídias e os sentidos produzidos quando pontes são construídas entre o *videogame*, livros, filmes etc. Essa é uma perspectiva de desenvolvimento de um letramento transmidiático em que há, de fato, continuidade da experiência de aprendizagem em todas as mídias utilizadas dentro e fora da sala de aula, gerando uma aprendizagem altamente significativa.

Referências

- FARDO, M. L. “A gamificação aplicada em ambientes de aprendizagem”. *Revista novas tecnologias na educação*, v. 11 n. 1, Jul. 2013.
- GEE, J. P. *What video games have to teach us about learning and literacy*. Nova Iorque: Palgrave Macmillan, 2004.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo. Editora Aleph, 2008.
- JENKINS, H. “Lendo criticamente e lendo criativamente”. *Revista MATRIZes*, ECA/USP, São Paulo. v. 6, n. 1-2, 2012.
- LEE, J.; HAMMER, J. “Gamification in education: what, how, why bother?”. *Academic exchange quarterly*, 15(2), 2011.
- MCGONIGAL, J. *Reality is broken: why games make us better and how they can change the world*. Nova Iorque: Penguin, 2011.
- MOREIRA, A. S. “Cultura midiática e educação infantil”. *Educ. Soc.* [online]. v. 24, n. 85, p. 1203-1235, 2003.
- MUNTEAN, I. C. “Raising engagement in e-learning through gamification”. *The 6th international conference on virtual learning ICVL*, p. 323-329, 2011.
- PLATÃO. *As leis*. Livro I. Disponível em: <<http://pensamentosnomadas.files.wordpress.com/2012/04/30-leis.pdf>>. Acesso em: 28 Jan. 2016.
- PROPP, V. *Morfologia do conto maravilhoso*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984.
- ROSADO, J. R. *História do jogo e o game na aprendizagem*. 2006. Disponível em: <<http://www.comunidadesvirtuais.pro.br/seminario2/trabalhos/janaina.pdf>>. Acesso em: 28 Jan. 2016.
- RYAN, M. L. *Avatars of story*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.
- RYAN, M. L. *Narrative and the split condition of digital textuality*. Disponível em: <<http://www.dichtung-digital.de/2005/1/Ryan/>>. Acesso em: 28 Jan. 2016.
- SCHWARTZ, G. *Brincar de aprender ou aprender brincando?* São Paulo: Paulus, 2014.
- SHAFFER D. W. “Epistemic games”. *Innovate* 1, 1–6, 2005.

SOBRE OS AUTORES

Andrea Limberto (andrealimberto@gmail.com) – Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, realizou pesquisa de pós-doutorado na mesma instituição estudando a interdição a obras artísticas (bolsista Fapesp). Integrante do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (Obcom-USP) e do MidiAto (ECA-USP).

Cíntia Liesenberg (acintialie@gmail.com) – Doutoranda e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Docente do Centro de Linguagem e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas). É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Cláudio Coração (claudiocoracao@ig.com.br) – Professor da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Doutor em Meios e Processos Audiovisuais pela ECA-USP e mestre em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Realizou pesquisa de pós-doutoramento na Universidade de São Paulo. É integrante dos grupos de pesquisa Jornal – Jornalismo, Narrativas e Práticas Comunicacionais (UFOP) e MidiAto (ECA-USP).

Daniele Gross (danielegross@gmail.com) – Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Atua como docente em cursos de Comunicação Social e é integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Eliza Bachega Casadei (elizacasadei@yahoo.com.br) – Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). Mestre em Ciências da Comunicação e bacharel em Comunicação Social (Jornalismo) pela ECA-USP. É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Felipe da Silva Polydoro (felipepolydoro@gmail.com) – Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da ECA-USP, onde desenvolveu pesquisa com bolsa Fapesp. Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Fernanda Elouise Budag (fernanda.budag@gmail.com) – Doutoranda em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pela ESPM-SP. Docente da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (Fapcom), onde coordena o Grupo de Estudos Comunicação, Consumo e Marcas: Aproximações na Contemporaneidade. Integrante dos grupos de pesquisa Comunicação, Educação e Consumo: as Interfaces na Teleficção (ESPM-SP) e MidiAto (ECA-USP).

Gislene Silva (gislenedasilva@gmail.com) – Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Doutora em Ciências Sociais (Antropologia) pela Pontifícia Universidade de São Paulo (PUC-SP), realizou pesquisa de pós-doutorado na Universidade de São Paulo (USP) e na Universidad Complutense de Madrid (Espanha). Autora do livro *O sonho da casa no campo: jornalismo e imaginário de leitores urbanos* (2009), é pesquisadora no grupo Crítica de Mídia e Práticas Culturais (UFSC/USP).

Ivan Paganotti (ipaganotti@usp.br) – Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA-USP (bolsista Capes), realizou doutorado-sanduíche no Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho (Portugal). Membro dos grupos de pesquisa Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (Obcom-USP) e do MidiAto (ECA-USP).

José Augusto Mendes Lobato (gutomlobato@usp.br) – Doutorando em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero e graduado em Jornalismo pela Universidade da Amazônia. Autor de *O próximo e o distante na ficção: experiência, enunciação e (re)conhecimento do Outro na narrativa televisual brasileira* (2014). Professor de pós-graduação lato sensu no Complexo FMU-FIAM-FAAM e consultor de conteúdo na agência Report Sustentabilidade. É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Juliana Doretto (jdoretto@gmail.com) – Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa (bolsista Capes). Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Possui graduação em Comunicação Social (Jornalismo) pela mesma Universidade. Como repórter e redatora, atuou no Portal UOL e na *Folha de S. Paulo*. É autora de *Pequeno leitor de papel: um estudo sobre jornalismo para crianças* (2013) e integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Leandro Carabet (leandrocarabet@gmail.com) – Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da ECA-USP e bacharel em Comunicação Social (Jornalismo) pela mesma instituição. É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Mariana Duccini Junqueira da Silva (marianaduccini@yahoo.com.br) – Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e professora do Insper – Instituto de Ensino e Pesquisa. Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e bacharel em Comunicação (Jornalismo) pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp). É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Mariane Murakami (mhmurakami@gmail.com) – Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP. É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Mayra Rodrigues Gomes (mayragomes@usp.br) – Professora Titular do Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP, possui bacharelado e licenciatura em Filosofia pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, mestrado e doutorado em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, pós-doutorado pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), livre-docência em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. É líder dos grupos de pesquisa Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (Obcom-USP) e MidiAto (ECA-USP).

Nara Lya Cabral Scabin (nara.cabral@usp.br) – Doutoranda e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP (bolsista CNPq) e bacharel em Comunicação Social (Jornalismo) pela mesma instituição. Integrante do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (Obcom-USP) e do MidiAto (ECA-USP).

Natália Favrin Keri (nataliakeri@usp.br) – Jornalista e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP, é graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela mesma instituição. É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Renata Carvalho da Costa (renata.costa@gmail.com) – Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Bacharel em Comunicação Social (Jornalismo) pela mesma Universidade. Como jornalista, atuou em publicações da Editora Abril e foi editora do site de Educação Universia Brasil. Sócia-fundadora da organização não-governamental Tempo de Brincar. É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Rosana de Lima Soares (rolima@usp.br) – Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP. Professora livre-docente no Departamento de Jornalismo e Editoração e no Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais dessa mesma Escola, realizou pesquisa de pós-doutorado no King's College Brazil Institute (Londres/Inglaterra). Autora de *Margens da comunicação: discurso e mídias* (2009), além de diversos artigos publicados em livros e revistas acadêmicas. É pesquisadora do grupo Crítica de Mídia e Práticas Culturais (UFSC/USP) e do MidiAto (ECA-USP).

Seane Alves Melo (larvitarkenobi@gmail.com) – Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e bacharel em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Silvio Anaç (sanaz@uol.com.br) – Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e pós-doutorando na ECA-USP. É integrante do Grupo de Pesquisa em Comunicação e Criação nas Mídias (PUC-SP) e do MidiAto (ECA-USP).

Sofia Franco Guilherme (sofia.guilherme@usp.br) - Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais e graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela ECA-USP. Pesquisa a área de comunicação, focando em jornalismo cultural e televisão. É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Thiago Siqueira Venanzoni (thiago.venanzoni@gmail.com) - Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da ECA-USP, onde desenvolve pesquisa com bolsa Fapesp. É integrante do grupo de pesquisa MidiAto (ECA-USP).

Wania Célia Bittencourt (wania1603@yahoo.com.br) - Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), é graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade do Vale do Itajaí e em Letras (inglês), pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

SOBRE MIDIATO

MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas é sediado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. As pesquisas desenvolvidas pelos integrantes do grupo são voltadas aos estudos de linguagem aplicados às produções das mídias em geral e, em particular, ao acompanhamento das disciplinas de graduação e pós-graduação, focadas no jornalismo e nas mídias em seus diferentes produtos e formatos verbais, visuais e audiovisuais.

O trabalho do grupo se desenvolve em torno da rubrica “ciências da linguagem”, empregada por diversas linhas de pensamento para designar estudos que levam em conta as condições e implicações da assunção da linguagem pela espécie humana, assim como seus reflexos na atualidade dos sentidos socialmente desenhados. A realização de tais estudos encontra sua possibilidade no cruzamento dos achados da antropologia, da filosofia, da linguística, da psicanálise, entre outros. Ocorre que, para o vasto campo da comunicação e das mídias, e para o abrangente campo do jornalismo em particular, é justamente esse tipo de estudo que pode promover uma melhor compreensão do poder das palavras, de seus efeitos e da responsabilidade de que se reveste quem assume a produção de discursos.

Os estudos desenvolvidos se valem da metodologia de análise de discurso, tomada sob diversos enfoques, mas sempre na visada sociopolítica que atravessa a produção midiática. Respaldados por esse instrumental, desenvolvemos o exame de produções e formatos diversos, que comparecem por meio de variados suportes, a partir de diferentes eixos de perspectiva: o da organização das práticas sociais; o da recuperação do imaginário social; o do desenho desse imaginário; o do apontamento da resignificação dos dados históricos, induzindo a específicas interpretações de acontecimentos atuais; o das narrativas jornalísticas que constroem os limites, e as políticas correspondentes, da exclusão e da inclusão sociais; o do retorno de conceitos operatórios, como massivo, erudito, popular, em virtude de novos enfrentamentos.

Para além do foco na produção midiática, desenvolvemos estudos mais amplos, como aqueles voltados ao problema da enunciação, à manutenção da ordem socialmente estabelecida, às palavras censuradas, aos discursos de telenovelas e séries televisivas, à produção textual em meios digitais, às formas narrativas da atualidade, entre outros. Esses estudos firmam nossa orientação para a análise de discurso enquanto proposta para o entendimento da complexidade dos fenômenos comunicacionais.

Além dos eixos de pesquisa, há um investimento nas ferramentas que hoje podem congregam comunidades e ajudar a difundir conhecimentos, publicando conteúdos direcionados ao público mais amplo. Nesse sentido, ressaltamos a produção de sites que utilizam a ferramenta *wiki* nos trabalhos das disciplinas de graduação. Tais ferramentas digitais são hoje fundamentais tanto no trabalho com o ensino quanto na pesquisa e, também, nas atividades de extensão. Elas permitem, ao mesmo tempo, falar à comunidade USP e ainda extrapolar suas fronteiras, congregando uma comunidade de pessoas interessadas em torno desse espaço virtual. A dimensão do que seja extensão (estender o alcance de um conhecimento para além das fronteiras acadêmicas) se agiganta quando se trata de um trabalho que direciona sua divulgação ao digital.

Destacamos duas publicações principais editadas pelo grupo: *RuMoRes – Revista Online de Comunicação, Linguagem e Mídias*, publicação semestral que está em seu nono ano e volta-se à divulgação de estudos científicos que contribuam para o debate sobre comunicação e cultura; e *Anagrama – Revista Científica Interdisciplinar da Graduação*, publicação semestral que tem como objetivo discutir temas relacionados à mídia e à comunicação social a partir de uma ótica interdisciplinar, divulgando a produção acadêmica de graduados e graduandos de quaisquer áreas do conhecimento.

Selo Kritikos

Kritikos é o selo editorial criado pelo grupo de pesquisa MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas (www.usp.br/midiato), sediado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Seu objetivo é produzir e difundir produções editoriais únicas que reúnem qualidade de conteúdo e inovação formal. Pretendemos realizar um trabalho de consultoria editorial especializada que, num processo vivo de produção, resulte em obras relevantes. Iniciado em 2015, o selo nasce inicialmente da necessidade de firmar, criar e divulgar reflexões sobre um campo em comum presente no desenvolvimento das pesquisas do próprio grupo. No entanto, não pretende se ater exclusivamente a elas, sendo um de seus objetivos encontrar parcerias que reforcem seus princípios. São obras que apresentam, mais do que uma proximidade exclusivamente teórica ou uma ligação por força dos objetos assumidos, uma visada compartilhada presente no desenvolvimento de num método crítico experimentado no tempo e reforçado coletivamente. Ecoam no cerne das publicações de **Kritikos** a crítica midiática, a inovação, a linguagem. Os trabalhos estampados pelo selo **Kritikos** devem estar afinados com esses objetivos editoriais, buscando qualidade de conteúdo e abertura para inovação formal em produções editoriais, além de favorecer a circulação dos materiais produzidos entre o público de interesse, sendo a especialidade de suas publicações aquela voltada para o ambiente virtual.

Publicações do Grupo Midiato

Blog do MidiAto

www.usp.br/midiato

RuMoRes – Revista de Comunicação, Linguagem e Mídias

www.usp.br/rumores

Anagrama – Revista Científica Interdisciplinar de Graduação

www.usp.br/anagrama

Grupo MidiAto – CNPq

www.dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/2330370943840950

Contato:

Universidade de São Paulo – Escola de Comunicações e Artes

Avenida Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443 – Bloco A

05508-900 – Cidade Universitária – São Paulo – SP

Email: midiato@usp.br / midiato@gmail.com



KRITIKOS



Faz-se necessária uma abordagem sobre o estudo das imagens que seja metodologicamente desafiadora e potencialmente crítica. Mais do que doar interpretações sobre objetos, *MidiAto*, em *Por uma crítica do visível*, pretende articular sobre a possibilidade de olhar objetos investindo numa perspectiva crítica em relação às mídias. É justamente a possibilidade de teorizar sobre o discurso das mídias – e não apenas analisá-las ou descrevê-las – que caracteriza o que, num primeiro momento, estamos estabelecendo como possível definição de crítica midiática.

APOIO



PPGMPA
Meios e Processos Audiovisuais

PPGCOM
Ciências da Comunicação

