



2012 | 1
Nº 26

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

CIBERLEGENDA

REVISTA ELETRÔNICA DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

C O L I S Õ E S

**entre o público e o privado
em esfera midiática**

SUMÁRIO

COLISÕES

entre o público e o privado em esfera midiática

ARTIGOS

- 1** **Acontecimentos públicos, acontecimentos privados. A estrutura visível dos acontecimentos na mídia** **9**
Ligia Campos de Cerqueira Lana
- 2** **As fronteiras entre o público e o privado sob o ângulo da Teoria do Reconhecimento** **19**
Felipe Mendes Cardoso
- 3** ***Accountability* da publicidade e o controle sobre o privado na esfera pública** **31**
Angela Lovato Dellazzana
- 4** **#Contraoamento como reivindicação social popular e questionamento da cobertura midiática nos jornais *Meio Norte* e *O Dia*** **42**
Carlos Augusto Rocha
Francisco Laerte Magalhães
- 5** **A construção da moda através do não consumo: o blog *Um ano sem Zara*** **52**
Maria Fernanda Nedochetko Carl
- 6** **Anonimato, ética e credibilidade na blogosfera e no Twitter: a crítica gastronômica no *Alhos, passas & maçãs* e no *@carapuceiro*** **64**
Renata Maria do Amaral
- 7** **Representações sobre reality shows: o caso de *Desilusões Futuristas* e *Morte ao Vivo*** **77**
Valéria Cristina Lopes Wilke
Leila Beatriz Ribeiro
Carmen Irene Correia Oliveira
- 8** **Dilemas da reprodução assistida na arena pública: Uma análise do agendamento pelo programa *Fantástico/TV Globo*** **90**
Alba Livia Tallon Bozi
Eleonora Magalhães

9	Poder e Resistência: breve reflexão teórica sobre o papel do humor nos conflitos público-privado em contextos organizacionais Ângela Cristina Salgueiro Marques Luciana de Oliveira	99
10	A religião midiaticizada nas fronteiras entre público e privado: uma abordagem teórico-crítica Luís Mauro Sá Martino	111
11	Deus em bits e pixels: Um estudo sobre interface em sites católicos Moisés Sbardelotto	123
12	O <i>Homo spettacularis</i>. A intimidade como entretenimento Bruno Thebaldi	136
13	O gesto político da intimidade: voz, vivência e mídia em Geração Y, de Yoani Sánchez Márcio Serelle	148
14	O que postar no Twitter: A construção de discurso a partir dos veículos de comunicação de massa Vanessa da Silva Figueiredo	156
15	O que é bom para elas: Cenários de empoderamento numa pornografia feminista Fernanda Caparibe Leite	167
16	A ascensão do amador: “Pacific” entre o naufrágio da intimidade e os novos regimes de visibilidade Ilana Feldman	179
17	Cibertíteres: Sobre um possível discurso marxista nos filmes de Alex Rivera Alfredo Suppia, Igor Oliveira	191
18	Procurado e desejado: olhares de/sobre Roman Polanski Jonathan Raphael Bertassi da Silva Lucília Maria Sousa Romão	202
	RESENHA	
19	The Face Book Luisa Maranhão de Araújo	215

EDITORIAL

Ciberlegenda N° 26 – 2012/1

Prezados leitores,

Este número da revista **Ciberlegenda** apresenta uma ampla discussão em torno do tema “**Colisões entre o público e o privado em esfera midiática**”. Os 18 artigos que compõem esta edição apresentam várias dimensões deste debate, ressaltando os embates entre as esferas pública e privada e a gradativa diluição de suas fronteiras, catalisados pela emergência das novas tecnologias de informação e comunicação. A partir desta questão, outras se colocam: os aspectos sociais, culturais, políticos, religiosos, econômicos e tecnológicos relativos às novas formas de construção de subjetividade, à exposição da intimidade e à “invasão” da privacidade; as novas interfaces de construção e exposição de si no ciberespaço; os processos de publicização e de tornar público o espaço privado; a visibilidade como reivindicação e como “armadilha”, nas diversas esferas midiáticas; as estratégias documentais e ficcionais que dialogam com os embates entre o público e o privado, em que tais colisões se manifestam como mediações entre a obra e os seus realizadores.

Apresentamos ainda, na **Estação Transmídia**, a colaboração de vários pesquisadores convidados que, utilizando material de diversas naturezas e suportes, debatem o tema central deste número.

Agradecemos a colaboração de todos os autores que participaram deste número, destacando mais uma vez o importante trabalho da equipe editorial e dos pareceristas.

Atenciosamente,

Mauricio de Bragança

Felipe Muanis

Coordenadores da Equipe Editorial



EQUIPE EDITORIAL

Coordenadores editoriais

Maurício de Bragança
Felipe Muanis

Vice-coordenadora editorial

Thaiane Oliveira

Subeditora

Maria Izabel Muniz Ferraz

Coordenação de designer gráfico

Luiz Garcia Vieira Jr

Assistente de designer gráfico

Mayara Araujo Caetano

Coordenação de webdesign

Thiago Petra

Editor assistente de Webdesign

Rafael Lage

CIBERLEGENDA é uma publicação eletrônica do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense.

Edição N° 26, 2012/1

ISSN 1519-0617

Coordenação de seção

Ana Paula Ladeira Costa
Julia Silveira
Flora Daemon
Melina Santos

Subeditores de seção

Alba Lívia Tallon Bozi
Selene Ferreira

Coordenação de revisão

Ednei de Genaro

Revisores

Alba Lívia Tallon Bozi
Lucas Laenter Waltenberg
Fernanda Cupolillo
Flora Daemon
Maria Izabel Muniz Ferraz
Matilde S. da Silveira
Melina Santos
Caio de Freitas Paes
Henrique Reichelt
Karla Marinho
Mônica Mourão
Simone Evangelista

Núcleo de formatação

Karla Marinho
Marina Mapurunga

Coordenação de resenhas

Isaac Pipano

Coordenação da Estação Transmídia

Marianna Ferreira Jorge

Tradução

Delfina Cabrera

Ricardo Martínez

Gerenciamento de Redes

Bruno Thebaldi

Equipe de editores-assistentes

Alexandre Nunes

Jonatas Nunes

Dayana Souza

Letícia Xavier

Mayara Caetano

Thiago Santos

CONSELHO EDITORIAL

Alberto Efendy - Brasil

Ana Paula Goulart Ribeiro - Brasil

Eduardo Vizer - Argentina

Héctor Sepúlveda - P. Rico

Luiz Signates - Brasil

Milton Campos - Canadá

Raul Fuentes - México

Regina Andrade - Brasil

Roger de la Garde - Canadá

Professores do PPGCOM/UFF - Brasil

CONSELHO CONSULTIVO DE AVALIAÇÃO

Pareceristas Doutores

Adalberto Müller

Adilson Vaz Cabral Filho

Adriano de Oliveira Sampaio

Afonso de Albuquerque

Alessandra Aldé

Alexandre Farbiarz

Amyris Fernandez

Ana Lúcia Enne

Ana Paula Bragaglia

André Guimarães Brasil

Ângela Freire Prysthon

Aníbal Bragança

Antônio Mauro Muanis de Castro

Antônio Carlos Xavier

Arlete Granero

Arthur Autran Franco de Sá Neto

Benjamin Picado

Bruno Campanella

Bruno César Simões Costa

Carla Barros

Carla Rodrigues

Critiane Finger

César Viana

Cezar Migliorin

Danielle Brasiliense

Débora Cristine Rocha

Débora Burini

Dênis de Moraes

Denise Tavares

Écio Salles

Edvaldo Souza Couto

Eduardo de Jesus

Eduardo Guerra Murad

Eduardo Vicente

Eliana Monteiro

Eliany Salvatierra Machado

Erick Felinto
Ericson Saint Claire
Evelyn Orrico
Fabián Rodrigo Magioli Núñez
Fábio Malini
Fátima Cristina Regis Martins de Oliveira
Felipe de Castro Muanis
Fernanda Bruno
Fernando Morais da Costa
Fernando Resende
Fernando Iazetta
Gabriel Cid
Geisa Rodrigues Leite
Gláucio Aranha
Gisela Grangeiro da Silva Castro
Gonzalo Prudkin
Guilherme Nery
Guilherme Werlang
Gustavo Souza
Gustavo Ferreira
Ieda Tucherman
Ilana Feldman Marzochi
Índia Mara Martins
Isabel Siqueira Travancas
Ivan Capeller
Hernan Ulm
JederJanotti Jr.
João Baptista
João Luís de Araujo Maia
João Luiz Leocádio
João Luiz Vieira
Jorge Cardoso Filho
Jorge Miklos José Ferrão Neto
Júlio César de Tavares
Kelly Prudêncio

Kleber Mendonça
Laura Bedran
Laura Cánepa
Lavina Madeira Ribeiro
Leandro de Paula Santos
Leonardo de Marchi
Letícia Canterela Matheus
Lígia Lana Lilian França
Liliane Heynemann
Luciana Sá Leitão Corrêa de Araújo
Luciane Soares da Silva
Luiz Vadico
Macello Medeiros
Marcel Vieira
Marcela Antelo
Márcia Carvalho
Marco Toledo Bastos
Maria Cristina Franco Ferraz
Marco Roxo
Mariana Baltar
Mariana Martins Villaça
Márcio da Silva Pereira
Márcio Serelle
Marildo Nercolini
Maurício de Bragança
Maurício da Silva Duarte
Maurício Parada
Micael Hershmann
Mônica de Fátima Rodrigues Nunes Vieira
Mônica Brincalpe Campo
Mônica Schieck
Nara Maria Carlos de Santana
Nilda Jacks
Paula Sibília
Patrícia Mattos

Patrícia Saldanha
Pedro Plaza Pinto
Rafael Fortes
Rafael de Luna
Raquel Paiva
Raquel Longhi
Renata de Rezende Ribeiro
Rodolfo Caesar
Rodrigo José Firmino
Rodrigo Labriola
Roberto Reis
Roberto Carlos da Silva Borges
Rodrigo Murtinho
Rogério Christofolletti
Rogério Martins de Souza
Rosana Soares
Rôssi Alves Gonçalves
Simone Andrade
Simone Luci Pereira
Silvana Louzada
Suzana Reck Miranda
Tadeu Capistrano
Tunico Amâncio
Vanessa Maia Barbosa de Paiva
Vânia Torres
Vera Dodebei
Victa de Carvalho Pereira da Silva
Wilson Borges

Pareceristas Doutorandos

Adriane Martins
André Keiji
Amilcar Bezerra
Alba Lúvia
Ana Paula Silva Ladeira Costa
Ariane Diniz
Beatriz Polivanov
Cláudia Linhares Sanz

Ednei de Genaro
Erly Milton Vieira Junior
Emmanoel Ferreira
Fabíola Calazans
Fabro Steibel
Fernanda Cupolillo
Hadija Chalupe
Heitor Luz da Silva
Hernan Ulm
Ícaro Ferraz Vidal Junior
Igor Sacramento
Isac Guimarães
Ivonete Lopes
José Cláudio Castanheira
Julio Cesar de Oliveira Valentim
Larissa Moraes
Lia Bahia
Lígia Azevedo Diogo
Luiz Felipe Zago
Luiz Adolfo de Andrade
Marcelo Garson
Marcelo Luciano Vieira
Maria Alice Nogueira
Marina Caminha
Marina Tedesco
Maurício de Medeiros Caleiro
Michelle Roxo
Nelson Ricardo Ferreira da Costa
Pamela Pinto
Pedro Lapera
Paolo D'Alexandria Bruni
Sandro Torres
Simplício Neto
Thiago Falcão
Viktor Chagas

Pareceristas *ad hoc*

Daniel Pinna



Acontecimentos públicos, acontecimentos privados: a estrutura visível dos acontecimentos na mídia ¹

Public events, private events: the visible structure of media events

Lígia Campos de Cerqueira Lana ²

RESUMO Fatos aparentemente irrelevantes a respeito da vida íntima de celebridades compõem a agenda da mídia contemporânea. Esses acontecimentos possuem grande repercussão coletiva a despeito de seu fraco interesse público, trazendo a necessidade de se repensar a oposição rígida entre acontecimentos públicos e privados. Ao ganharem visibilidade nos meios de comunicação, os acontecimentos são reconhecidos por meio de um trabalho de tornar concreto aspectos específicos de sua constituição. A focalização de determinados temas se relaciona ao engajamento em uma teia causal de sentidos. Acontecimentos públicos e privados, quando submetidos ao regime de visibilidade, possuem estruturação semelhante, condicionada à sua configuração sensível no mundo e à atividade exploratória dos envolvidos em seu desenrolar.

PALAVRAS-CHAVE Acontecimento; Visibilidade; Público e Privado

ABSTRACT Facts apparently irrelevant about the private life of celebrities compose the agenda of contemporary media. Despite its weak public interest, these events have major repercussions in collective life, repositioning the rigid opposition between public and private events. When events gain publicity in the media, they become relevant through a work to make visible specific aspects of its constitution. The targeting of certain issues is related to causal network of meanings. Public and private events, when subjected to the regime of media visibility, have a similar structure, conditioned to its configuration and activity of individuals involved.

KEYWORDS Event; Visibility; Public and Private

¹ Este artigo apresenta resultados parciais de minha tese de doutorado defendida em fevereiro de 2012 junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

² Doutora em Comunicação (UFMG) com estágio sandúiche na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS). Pesquisadora associada do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (<http://www2.fafich.ufmg.br/gris/>). Professora contratada do curso de Publicidade da PUC-Minas. E-mail: ligialana@gmail.com



Acontecimentos relativos à vida íntima das personagens públicas, como casamentos, nascimentos, separações e traições, compõem narrativas de destaque na mídia contemporânea. Tradicionalmente, esses eventos possuíam um espaço específico: as revistas de fofoca, a coluna social ou a seção de variedades. A difusão do tema pela mídia indica que as pessoas comuns vêm se interessando cada vez mais por esse tipo de acontecimento, que apresenta assuntos que não interferem diretamente na vida pública. Ao contrário de ocasiões como uma eleição, o lançamento de um pacote econômico ou um processo de impeachment, eventos ligados à vida privada das celebridades normalmente não exigem a intervenção do poder público, de movimentos sociais ou de especialistas. Ainda assim, percebe-se que há muita mobilização social em torno desse conteúdo.

A obra *The public and its problems* de John Dewey, publicada em 1927, ajuda a elucidar as fronteiras entre ações públicas, privadas, individuais e sociais. Segundo o autor, o termo público se refere a atividades que interferem na vida de pessoas não diretamente engajadas naquela situação, trazendo consequências mais amplas e passíveis de serem reguladas. O atributo privado caracteriza ações que concernem apenas aos indivíduos diretamente envolvidos, com consequências limitadas. Já quando se fala em individual, considera-se uma ação feita por uma só pessoa; o termo social significa ações feitas em conjunto por duas ou mais pessoas. A partir da definição, Dewey aponta um erro comumente cometido ao se estabelecer a equivalência entre os dois pares de termos. “Muitas ações privadas são sociais”³ (DEWEY, 1954: p.13), ou seja, não existe conexão direta entre o caráter privado de uma ação e sua execução individual. Atividades privadas podem ser realizadas por um conjunto de indivíduos,

ações públicas têm a possibilidade de serem desenvolvidas individualmente e assim por diante.

Uma leitura estrita da distinção *deweyana* entre público e privado confirma a ausência de características públicas nos acontecimentos relacionados à vida íntima das personagens da mídia. Nesses eventos, não haveria um problema público ou consequências imediatas para a vida das pessoas comuns, sugerindo a fraca interferência em questões publicamente importantes. No entanto, a mobilização social diante desse tipo de conteúdo indica um fenômeno contemporâneo que demanda uma nova leitura sobre os limites entre questões públicas e privadas. Os acontecimentos biográficos da trajetória íntima de pessoas públicas não provocam uma experiência pública no sentido restrito, mas são indícios de novos formatos de ações, o que nos permite uma extensão para além do uso autorizado por Dewey da busca de melhor compreender o quanto acontecimentos da vida privada dessas personagens afetam o universo das pessoas comuns.

Os tipos de acontecimentos

A primeira questão a ser explorada relaciona-se ao próprio conceito de acontecimento. Um acontecimento pode ser entendido como toda ação imprevisível que marca uma ruptura com a normalidade do dia-a-dia. Como aponta Louis Quéré (2005), existe uma infinidade de categorias de acontecimentos: alguns ocorrem de maneira surpreendente, outros são esperados; há aqueles que não causam muito impacto, os eventos da vida cotidiana, em contraposição aos acontecimentos marcantes, “ao ponto de poderem tornar-se referências numa trajetória de vida, individual ou colectiva, na medida em que correspondam a experiências memoráveis” (QUÉRÉ, 2005: p.60). Os acontecimentos podem possuir desdobramentos

3 “Many private acts are social.” (tradução nossa).



muito variados, dependendo de sua constituição.

Há um primeiro tipo de acontecimento que pode ser considerado público. Retomando a acepção de Dewey, nesses casos, a repercussão trazida para aqueles que o experimentam refere-se aos temas que dizem respeito ao bem comum, ao debate em torno de assuntos que devem ser regulados pelo controle de todos:

(...) um certo número de acontecimentos retêm a atenção pública na medida em que, em sua configuração, inserem problemas públicos, quer dizer, problemas suscetíveis de afetar a situação de uma coletividade e que exigem ser tratados por uma ação pública; ou, mais exatamente, certas ocorrências são os acontecimentos que são na e para uma coletividade na medida em que são apreendidos e configurados (um acontecimento é sempre figura sobre fundo) sobre um pano de fundo.⁴ (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 1991: p.12).

Esse tipo de acontecimento ajuda a compreender como se formam ações sociais diante de questões públicas, problemas cujas consequências associam-se a campos especializados e suscitam o posicionamento de instituições políticas e sociais.⁵ Os acontecimentos públicos promovem ações em comum que configuram a atenção das pessoas quando se deparam com temas que dizem respeito

4 "(...) un certain nombre d'événements retiennent l'attention publique en tant qu'ils sont configurés comme posant des problèmes publics, c'est à dire des problèmes susceptibles d'affecter la situation d'une collectivité et exigeant d'être traités par une action publique; ou, plus exactement, certaines occurrences sont les événements qu'elles sont dans et pour une collectivité, pour autant qu'elles sont appréhendées et configurées (un événement est toujours figure sur fond) sur un arrière-plan." (tradução nossa).

5 Alguns exemplos: a profanação do cemitério *Carpentras* na França em 1990 (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 1991), a controvérsia dos fundos judeus na Suíça entre 1995 e 1998 (TERZI, 2005) e o caso República e as manifestações separatistas nos Açores, em Portugal (BABO-LANÇA, 2006).

a todos.

Há um segundo tipo de acontecimento cuja repercussão não interfere no bem comum, não criando ou debatendo problemas públicos. É justamente este o caso de eventos relativos à vida íntima das personagens públicas. Alguns protagonistas desses acontecimentos são discretos e impedem a sua divulgação; já outros fornecem incessantemente conteúdos sobre a própria vida para serem anunciados na mídia. Os acontecimentos do segundo tipo não provocam uma focalização da atenção interessada em compreender problemas públicos. Eles não interferem diretamente no cotidiano da coletividade, não demandam posicionamentos de instituições tendo em vista o impacto na vida dos indivíduos comuns. Mesmo sem trazer questões que dizem respeito a todos, os acontecimentos ganham relevo próprio.

Nos anos 1960, Daniel Boorstin classificou esses eventos como "pseudoacontecimentos", eventos falsos, deliberadamente criados pela mídia para se tornarem bons produtos a serem divulgados. "Sua relação com a realidade de uma situação é ambígua. Seu interesse nasce sobretudo desta ambiguidade (...) 'O que isto significa?' tem uma nova dimensão."⁶ (BOORSTIN, 1992: p.11). Na perspectiva de Boorstin, a falsidade desses acontecimentos reside no poder da mídia para criar fatos autorreferenciais, que não se conectariam à sua realidade exterior. Umberto Eco (1984) trouxe uma perspectiva semelhante ao analisar o casamento de Charles e Diana nos anos 1980, que teria sido planejado por "efeitos telegênicos", criados para a transmissão televisiva.

Hoje em dia, o ponto de vista parece ainda adequado. Acontecimentos como o casamento de uma personagem pública podem ser programados

6 "Its relation to the underlying reality of the situation is ambiguous. Its interest arises largely from this very ambiguity. (...) 'What does it mean?' has a new dimension. (tradução nossa).



para a transmissão, e a verdade do evento muitas vezes se submete ao dispositivo midiático. No casamento da apresentadora de televisão Luciana Gimenez, por exemplo, o noivo Marcelo Carvalho cuidou pessoalmente das notícias veiculadas em sua emissora, a *Rede TV!*: “dividiu pautas sobre a cobertura da festa, exigiu ‘glamour’ nas matérias e ordenou que até quituteiros sejam entrevistados” (BERGAMO, 2006⁷). A preocupação com a transmissão midiática da cerimônia sugere a irrealidade do acontecimento.

No contexto da midiáticação, a forte presença dos meios de comunicação no cotidiano aponta uma dúvida sobre a falsidade desse tipo de acontecimento. Ao trazer a mobilização social, esses eventos, mesmo que oriundos da própria mídia, penetram em diferentes espaços e momentos da vida social, configurando e compondo a realidade. Ainda que “fúteis”, esses acontecimentos se transformam em evento para todos porque trazem consigo aspectos reconhecidos e familiares, sob a rubrica da linguagem do senso comum da mídia.⁸ Não existe, porém um impacto social direto para a condução da vida dos indivíduos comuns – eles não são acontecimentos públicos. Entretanto, em razão da atenção que suscitam, pode-se intuir uma influência e uma penetração na conduta e nos valores sociais, trazendo uma nova compreensão para as fronteiras entre acontecimentos públicos e privados.

Os dois tipos de acontecimento, apesar de possuírem natureza muito distinta, encontram-se (e algumas vezes se chocam) em um mesmo local: nos meios de comunicação social. Com o advento da sociedade moderna, a mídia foi idealizada como arena do debate de problemas públicos. O

7 <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1208200610.htm>.

8 Esse significado evidente para todos não implica “(...) uma concordância de pontos de vista, nem de um consenso ao nível das opiniões.” (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 2007: p.9).

seu desenvolvimento ao longo dos anos trouxe não tanto um espaço restrito para a discussão de problemas sociais, mas um ambiente que desperta a mobilização diante de acontecimentos vários. Nessa dinâmica, não é mais possível interpor fronteiras rígidas entre as duas categorias de acontecimento. É certo que existem repercussões diferentes em cada um deles: o lançamento de um pacote econômico não terá as mesmas implicações que o casamento de uma celebridade. Ainda assim, esses eventos se cruzam no cenário partilhado da mídia. Como desdobramento lógico, pode-se deduzir que a estrutura da experiência com os acontecimentos, públicos ou não, vem globalmente sofrendo transformações.

Operações da mídia sobre os acontecimentos

Ocupando a cena da visibilidade, acontecimentos privados tornam-se constantemente passíveis de serem observados e reconhecidos, sejam eles ligados ou não aos problemas públicos. Conforme a etnometodologia de Harold Garfinkel, as ações ordinárias possuem uma ordem descritível por todos aqueles que constituem determinado coletivo social, “os membros organizam suas atividades e situações por meio de práticas situadas que são ver-e-dizer.”⁹ (GARFINKEL, 2007: p. 51). Apesar de passível de descrição (“*accounting practices*”), essa organização das ações sociais não é explicitamente notada ou tematizada. Garfinkel propõe experimentos que criam situações perturbadoras dessa ordem. Em um estudo de caso, por exemplo, ele pede aos estudantes que se comportem como desconhecidos dentro de suas casas, o que gera estranhamento nas famílias, mas permite apreender o alto grau de codificação de atividades rotineiras e da estrutura de funcionamento de ações cotidianas. Uma ação

9 “les membres disposent de leurs activités et situations à travers ces pratiques situées qui sont voir-et dire.” (tradução nossa).



executada socialmente, mesmo sendo ordinária e privada, como abrir a geladeira em casa, possui uma ordem reconhecida por todos, “um conhecimento de senso comum” a respeito da organização da experiência.

O famoso estudo de caso a respeito da transexual Agnès, realizado junto ao Departamento de Psiquiatria da Universidade da Califórnia em 1958, revela os sentidos naturais ou normais de “ser mulher”. Agnès, registrada no nascimento e criada como um rapaz, participava de um programa médico para realizar uma cirurgia de mudança de sexo, já que ela possuía “uma verdadeira sexualidade de mulher”¹⁰ (GARFINKEL, 2007: p.210). Nas entrevistas, os pesquisadores notaram a insistência de Agnès para buscar sentidos daquilo que seria uma mulher “normal” ou “natural”, visto que ela, biologicamente, não possuía o direito legítimo de ser considerada moça. As falas de Agnès insistiam sobre uma ordem das interações – não submetidas a regras de um jogo prévio ou específico – constituída e administrada em contexto, de acordo com as situações experimentadas. Ao reivindicar o pertencimento ao gênero feminino, distinto de seu sexo biológico de nascimento, Agnès testemunhou as exigências sociais do ser mulher, naturalizadas na ordem das interações cotidianas.

A etnometodologia mostra que as ações cotidianas se desenvolvem de maneira situacional a partir de uma elaboração que segue as regras de sua própria adequação, quer dizer, a organização social normal está contida no interior das próprias práticas que fazem sentido para os indivíduos integrantes do contexto em que se inserem. “A atividade mais rotineira, insignificante, familiar não é nunca ‘dada’ de antemão, não é nunca tida por uma cópia fiel, nem uma reprodução mecânica (...) ela é sempre uma produção realizada à *nouveaux*

¹⁰ “une véritable sexualité de femme.” (tradução nossa).

frais”¹¹ (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 2007: p. 12). Segundo a etnometodologia, a organização das ações sociais se caracteriza por sua permanente reinvenção, mas ela depende do reconhecimento intersubjetivo daqueles que formam a comunidade contextual em que a atividade se insere. Para que uma ação se realize, deve existir “um modo de compreensão e de acordo compartilhados que se realiza apenas sob o fundamento de recursos e exigências de inteligibilidade internas às ações que se desenvolvem na situação.”¹² (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 2007: p.12-13). A realização das ações sociais depende da compreensão dos indivíduos envolvidos. A ideia de inteligibilidade indica que o desempenho válido de uma prática social traz consigo o seu próprio entendimento. Essa compreensão não depende da descrição pelos participantes; segundo a etnometodologia, a inteligibilidade é uma propriedade da ação e não do discurso.

Nos estudos sobre a mídia, Roger Silverstone (2002) retoma o caso Agnès, chamando atenção para o conceito de “passagem” no estudo desenvolvido por Harold Garfinkel. As “passagens” dizem respeito aos procedimentos adotados por Agnès, durante as entrevistas, para explicitar sua adequação ao gênero feminino. Segundo Garfinkel, ao “passar”, Agnès agia a partir de “manipulações de circunstâncias práticas concebidas como uma trama de pertinências.”¹³ (GARFINKEL, 2007: p. 267). Silverstone relaciona a ideia de passagem às performances desempenhadas nas ações cotidianas, que cada vez mais se cruzam com as

¹¹ “l’activité la plus routinière, anodine, familière qui soit, n’est jamais ‘donnée’ à l’avance, n’est jamais tenue pour une copie conforme, ni une reproduction mécanique (...) elle est toujours une production réalisée à nouveaux frais” (tradução nossa).

¹² “un mode de compréhension et d’accord partagé qui se réalise sur le fondement des seules ressources et exigences d’intelligibilité internes aux cours d’action en train de se réaliser en situation.” (tradução nossa).

¹³ “manipulations des circonstances pratiques conçues comme une trame de pertinences.” (tradução nossa).



realidades midiáticas.

Sabemos alguma coisa sobre a performance, por assim dizer instintivamente, porque a fazemos o tempo todo. Sabemos alguma coisa sobre performance, inocentemente por assim dizer, porque a vemos em nossa mídia o tempo todo. E, apesar de saber algo acerca das fronteiras entre espaços públicos e privados, como também das diferenças entre realidades mediadas e experienciadas, sabemos que as fronteiras tanto separam como ligam: são barreiras, mas também pontes. Nós as cruzamos, como também cruzamos a fronteira entre o performer e a audiência, com crescente desenvoltura, como algo natural. (SILVERSTONE, 2002: p.135).

As “passagens” de Agnès, adaptadas por Silverstone sob a rubrica de “performance”, mostram que as atividades sociais funcionam a partir de um cruzamento natural (“natural e normal”, nas palavras de Garfinkel) entre barreiras interpostas e pontes de acesso. Essa transação busca adequar uma rede de pertinências constituídas de maneira inteligível por determinado coletivo, atualmente marcada e pautada pelas performances midiáticas. Para a etnometodologia, qualquer tipo de ação social depende de sua inteligibilidade, que indica os sentidos reconhecíveis das práticas. A irrelevância pública (no sentido estrito da distinção *deweyana*) dos acontecimentos privados das personagens da mídia não impede que essas ações alimentem a compreensão e o estoque de “passagens” feitas naturalmente na experiência cotidiana. O sucesso desse tipo de conteúdo na vida contemporânea indica que existe a necessidade de um alargamento da visão sobre ações ordinárias, que se tornam passíveis de ser observadas.

Retomando o conceito de interesse público para

Dewey, acontecimentos aparentemente irrelevantes apresentam ações que podem ser reconhecidas, observadas e reportadas. “O público é composto por todos aqueles que são afetados pelas consequências indiretas de transações, sendo que se torna necessário cuidar sistematicamente dessas consequências.”¹⁴ (DEWEY, 1954: p. 15-16). Mesmo sem interferir diretamente no cotidiano das pessoas comuns, os eventos da vida íntima das personagens públicas são observáveis e reconhecíveis, sustentando (como ponte) ou questionando (como barreira) as “passagens” consideradas naturais, fazendo emergir seu *accountability* normal.

Antes do surgimento dos meios de comunicação social, a visibilidade das ações era mais restrita. Em seu estudo sobre Luís XIV, Peter Burke (1994) mostra que pessoas não ligadas à nobreza poderiam passar vidas inteiras sem ver o rei. Até a modernidade, um espectro menor de atividades sociais era visível para os indivíduos. Ao tornar mais ações disponíveis para observação, reconhecimento e descrição, os conteúdos publicizados pelos meios de comunicação diferenciam-se dos não-publicizados por serem passíveis de sofrer a avaliação de todos os indivíduos. Robert Park (1970) estabelece essa reflexão ao contrapor o conceito de notícia aos relatos interpessoais: “a publicação tende a dar à notícia um pouco do caráter de documento público. A notícia é mais ou menos autenticada por haver sido exposta ao exame crítico do público a que se dirige e com cujos interesses se relaciona” (PARK, 1970: p. 178). A mídia aumenta o alcance da visibilidade das ações sociais e, com isso, mais atividades passam a ser disponibilizadas para a autenticação dos indivíduos. Para Robert Park, uma lenda, mantida em um ambiente restrito e

14 “The public consists of all those who are affected by the indirect consequences of transactions to such an extent that is deemed necessary to have those consequences systematically cared for.” (tradução nossa).



interpessoal de circulação, não possui a mesma força de uma notícia publicada em um jornal. Mesmo que a notícia, assim como a lenda, seja falsa, o fato de se tornar visível para a apreciação de muitas pessoas concede um caráter oficial de existência àquele conteúdo. A notícia é autenticada não por ser cópia da realidade; ela se legitima por passar pela observação e pelo reconhecimento de muitos. A circulação das ações sociais por meio das notícias está sujeita a uma autenticação que aponta os sentidos naturais e normais compartilhados por aqueles que acompanham, ainda que à distância, esses conteúdos.

Nem todas as notícias possuem um caráter público (ação que traz consequências para aqueles não diretamente concernidos); no entanto, os meios de comunicação, ao ampliar o escopo de ações visíveis, aumentam também as operações de autenticação feitas pelos indivíduos diante de atividades sociais. O acontecimento se torna passível de observação e de reconhecimento para um grande número de indivíduos, quiçá, de interferência e afetação.

Nesse sentido, a visibilidade insere a sua própria característica nas “passagens” que devem ser ou não autenticadas, indicando quais seriam os sentidos normais e naturais daquele evento. Segundo Barthélémy e Quéré (1991), a visibilidade, quando mediatiza as identidades comuns de um acontecimento, se torna mais que um mecanismo de organização da publicidade, já que ela passa a sustentar a si mesma como um pano de fundo que deve ser reconhecido por todos – “a ideia é que as duas dimensões da publicidade (o caráter comum e compartilhado e a visibilidade) se articulam uma à outra sob o primado da visibilidade”¹⁵ (BARTHÉLÉMY E QUÉRÉ, 1991: p. 10). Para que surja “um ser em comum”, a visibilidade mediatiza o pano de fundo

15 “L’idée est que les deux dimensions de la publicité (le caractère commun et partagé, et la visibilité) s’articulent l’une à l’autre sous le primat de la visibilité.” (tradução nossa).

compartilhado que possibilita reconhecimento por todos aqueles que fazem a experiência de um acontecimento.

Mídia e acontecimentos publicizados

Na análise da profanação do cemitério judeu Carpentras, Quéré e Barthélémy mostram que “(...) um acontecimento (‘aquilo que ocorreu’) não é determinado em si. Sua determinação não é intrínseca a ele, compreendido aqui seu atributo de ocorrência: o fato de ‘ter ocorrido’ ou de ‘ter chegado’ é sempre relativo a uma perspectiva.”¹⁶ (BARTHÉLÉMY; QUÉRÉ, 1991: p.7). Na experiência publicizada, a atividade constituinte de um acontecimento se desenvolve de maneira contingente, submetida tanto à sua configuração sensível (a ocorrência no mundo) quanto ao seu processo de recepção (as maneiras como é percebido). O resultado dessa dupla atividade confere uma identidade e um significado válidos para todos. O compartilhamento de uma perspectiva comum sobre o acontecimento não corresponde à criação do consenso, mas ao estabelecimento de um esquema individualizante reconhecível por todos aqueles que experimentam a situação.

No caso de acontecimentos relacionados à vida íntima de uma celebridade, a dimensão visível dos fatos não se expande somente pelo trabalho da mídia. À primeira vista, a interferência dos dispositivos midiáticos para a circulação desse tipo de conteúdo parece decisiva, como se eles, por si mesmos, pudessem configurar sua existência.¹⁷ Essa impressão pode soar correta, já que, além de os próprios protagonistas desse tipo de evento

16 “(...) un événement (‘ce qui s’est passé’) n’est pas déterminé en soi. Sa détermination ne lui est pas intrinsèque, y compris son caractère d’occurrence : le fait de ‘s’être passé’ ou d’être arrivé’ est toujours relatif à une perspective.” (tradução nossa).

17 A teoria norte-americana do agenda setting, por exemplo, toma esse argumento como base de suas análises.



serem oriundos dos sistemas midiáticos, a expansão de sua publicização acontece por meio do aumento da visibilidade, operação tipicamente midiática.

Entretanto, para que haja um acontecimento, outros processos de configuração, que não se restringem aos dispositivos da mídia, são necessários. Na atividade constituinte do acontecimento, existe a definição de uma teia causal assentada em ocorrências que de fato se sucederam e que podem ser reconhecidas pelos indivíduos que fazem juntos a experiência. Segundo Barthélémy e Quéré (1991), não existe uma arbitrariedade nessa organização, visto que, conforme a etnometodologia, as ações sociais dependem de uma compreensão intersubjetiva por todos aqueles que observam essas atividades. A estrutura da experiência com os acontecimentos se organiza de maneira que possa ser considerada uma realidade objetiva do mundo e passível de ser descrita pelos indivíduos. “Esta organização é eficiente”¹⁸ (*Ibidem*, p.10). A factualidade do esquema de configuração dos acontecimentos possibilita a abertura para que a experiência se organize em seu desenrolar, a partir da confrontação de versões e de opiniões divergentes.

Na constituição da experiência com os acontecimentos, a narrativa cria um todo inteligível que pode ser observado, ativamente, por aqueles que acompanham esses eventos. Este é um dos motivos por que os meios de comunicação, produtores de narrativas com alto grau de visibilidade, são apontados como os responsáveis pela criação dos acontecimentos. A narrativa possui força na organização dos eventos na experiência, porém não há a separação entre atores, fatos e consequências. A narrativa configura formatos de ação – não arbitrários e eficientes – que dependem do engajamento (da ação) dos indivíduos. Quando

uma experiência diante de um evento publicizado ocorre, as narrativas não são tarefas exclusivas da mídia. Ao serem tocados pelas histórias dos acontecimentos, os participantes passam a narrar essa teia de factualidade que distingue seus atributos. O fenômeno da divulgação de conteúdos sobre a vida íntima das personagens públicas torna-se, assim, integrado à transação entre indivíduos e ambiente, o qual não é separadamente midiático e extramediático.

O pano de fundo que reúne a expansão desses conteúdos não implica consenso diante das diferentes questões suscitadas. Ele promove valores comuns que validam esse tipo de abordagem. O aumento da visibilidade desses pequenos eventos indica a valorização da observação das ações dos indivíduos na contemporaneidade. Ao alargar o visível de conteúdos à primeira vista sem importância, existe um pano de fundo comum que eleva a face publicizada das ações cotidianas.

Conclusão

A mobilização em torno de eventos ligados à vida íntima das celebridades não necessariamente os transforma em acontecimentos públicos. Ainda que haja a atenção pública, esses eventos possuem consequências limitadas para os indivíduos comuns. Entretanto, a movimentação social diante desse tipo de acontecimento – que muitas vezes ocorre de maneira mais engajada se comparada a eventos públicos – sugere que a distinção rígida entre ações públicas e privadas não é suficiente para explicitar sua natureza.

Sob a perspectiva da sociologia da ação, o acontecimento pode ser compreendido como um esquema estruturante, que possui uma ordem específica e passível de ser descrita pelos integrantes de determinados coletivos. Os acontecimentos ganham formas únicas na medida

18 “Cette schématisation est efficiente” (tradução nossa).



em que são compreendidos (ou não) por todos aqueles que o sofrem. Por isso, a narração do acontecimento é decisiva para sua configuração. Quando rompe com o cotidiano, o acontecimento é inesperado; ao se reconectar à vida ordinária, existe uma lógica compartilhada de organização que atende às expectativas previstas por aqueles que o experimentam a partir da sua ocorrência sensível na vida social.

Nesse contexto, a etnometodologia mostra-se como ferramenta valiosa para a compreensão de eventos midiáticos. Trata-se de ir além da distinção entre público e privado para investigar o caráter visível das ações sociais. O alto grau de codificação de atividades executadas conjuntamente relaciona-se à concepção da ação, fundamental para o ponto de vista aqui proposto. Um acontecimento relacionado à vida íntima de uma personagem pública tem sua estrutura visível assentada na focalização social proposta pelos indivíduos. A perspectiva pragmatista/etnometodológica indica que as interações comunicacionais são matrizes para a elaboração desses eventos. A proposta pode trazer avanços para teorias adjacentes, como, por exemplo, para o conceito de mediações, em que o consumo dos produtos midiáticos não ocorre de maneira isolada, mas a partir de uma diversidade de instâncias socioculturais. Para a etnometodologia, esses esquemas compartilhados de organização e de compreensão das mensagens da mídia são definidos no desenrolar das próprias interações.

A organização dos acontecimentos não nasce ao acaso – e também não é por acaso que atualmente esse tipo de evento retém a atenção de todos. Ao buscar a lógica compartilhada que constitui esses eventos, os atravessamentos entre público e privado podem ser melhor desvendados, já que não se pressupõe de antemão a relevância pública dos casos. O impacto e as consequências

dos acontecimentos visíveis na mídia dependem das maneiras como estes se estruturam: fazendo emergir modelos de conduta reconhecíveis, criando novas pontes e barreiras para a autenticação de valores sociais.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BABO-LANÇA, Isabel. A configuração dos acontecimentos públicos: o “Caso República” e as manifestações nos Açores em 1975. Coimbra: Minerva Coimbra, 2006.

BARTHÉLÉMY, Michel; QUÉRÉ, Louis. La mesure des événements publics. Structure des événements et formation de la conscience publique. Paris: ATP/CNRS Communication et société, 1991. Relatório de pesquisa.

_____. L’argument ethnométhodologique. In: GARFINKEL, Harold. Recherches en ethnométhodologie. Paris: Presses Universitaires de France, 2007, p. 9-44.

BERGAMO, Mônica. Noivo e patrão. Folha de S. Paulo, São Paulo, 12/08/2006.

BOORSTIN, Daniel. The image. A guide to pseudo-events in America. New York: Vintage Books, 1992.

BURKE, Peter. A fabricação do rei. A construção da imagem pública de Luis XIV. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

DEWEY, John. The public & its problems. Ohio: Swallow Press, 1954.

GARFINKEL, Harold. Recherches en ethnométhodologie. Paris: Presses Universitaires de France, 2007.

ECO, Umberto. Tevê: a transparência perdida. In: Viagem na irrealidade cotidiana. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 182-104.

PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento. In: STEINBERG, C. (org.). Meios de comunicação de massa. São Paulo: Cultrix, 1970.

QUÉRÉ, Louis. Entre o facto e o sentido: a dualidade do acontecimento. Trajectos, Revista de Comunicação,

Cultura e Educação, n. 6, p. 59-75, 2005.

SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? São Paulo: Edições Loyola, 2002.

TERZI, Cedric. “Qu’avez-vous fait de l’argent des juifs?” Problématisation et publicisation de la question “des fonds juifs et de l’or nazi” par la presse suisse, 1995-1998. Fribourg: Faculdade de Ciências Econômicas e Sociais, 2005. Tese de doutorado.

Acontecimentos públicos, acontecimentos privados: a estrutura visível dos acontecimentos na mídia.
Lígia Campos de Cerqueira Lana

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 2 de maio de 2012.





2

As fronteiras entre o público e o privado sob o ângulo da Teoria do Reconhecimento

The boundaries between public and private from the perspective of the Theory of Recognition

Felipe Mendes Cardoso ¹

RESUMO Este trabalho visa expor a teoria desenvolvida por Axel Honneth acerca da ideia de “Luta por reconhecimento” como chave explicativa dos conflitos sociais e, com isso, na esteira da teoria da comunicação delineada pelo autor, discutir possíveis reinterpretações acerca de um tema clássico nas ciências sociais – a dicotomia público/privado – e suas implicações sociológicas sobre o entendimento da formação da individualidade e do espaço público.

PALAVRAS-CHAVE Reconhecimento; Hegel; Contratualismo; Público; Privado

ABSTRACT This paper aims to expose the theory developed by Axel Honneth on the idea of “struggle for recognition” as the explanatory key of social conflicts and, therefore, in the wake of communication theory outlined by the author, discuss possible reinterpretations about a classic theme in social sciences - the dichotomy of public / private - and its implications on the sociological understanding of the formation of individuality and public space.

KEYWORDS Recognition; Hegel; Contractarianism; Public; Private

¹ Mestrando em Comunicação Social pelo PPGCOM-UFMG. Membro do grupo de pesquisa em Mídia e Esfera Pública (EME)



Introdução

Muita crítica já foi feita, em matéria de pensamento sociológico, ao paradigma atomista das relações sociais implícito no pensamento contratualista da filosofia política dos primórdios da modernidade (Hobbes e Locke) e suas variantes sociológicas e economicistas (o individualismo metodológico do *mainstream* do pensamento econômico). Em geral, o alto grau de abstração do atomismo sociológico é acusado de insuficiência explicativa dos fenômenos sociais, bem como de lastrear um reducionismo no que tange às relações de significado que os sujeitos estabelecem entre si e o mundo a sua volta. Joas (1999) aponta que a sociologia nascente no final do século XIX - em suas diversas variantes teóricas (merecem destaque os clássicos, Marx, Durkheim e Weber) - nasce como crítica ao modelo atomista implícito nas concepções utilitaristas bastante em voga na época. Segundo Joas, a questão clássica é a de como a ordem social poderia ser explicada pelo Utilitarismo e seu agente solitário, não contextualizado, deduzido aprioristicamente de situações hipotéticas ("estado de natureza", por exemplo). A partir de tal crítica, várias perspectivas sociológicas se desenvolveram sempre tendo como difícil tarefa um entendimento equilibrado sobre as relações entre sociedade e indivíduo – estava sempre eminente o risco de determinismos que, de maneiras distintas, colocavam o indivíduo e a subjetividade a reboque de processos sociais mais amplos e, por isso, estruturantes.

Durante o século XX, pôde-se ver também uma mudança na compreensão do papel da linguagem e da comunicação nos fenômenos sociais. Das mais variadas matrizes teóricas (desde a fenomenologia inaugurada por Edmund Husserl até o pragmatismo americano de Charles Peirce) a linguagem e os processos de comunicação deixam de ser processos superficiais, que apenas objetivam estados mentais

previamente estabelecidos, e passam a ter um estatuto constitutivo das relações sociais. Pode-se sintetizar tal postura naquilo que se convencionou chamar de "Linguistic turn" (virada linguística) em várias disciplinas das ciências sociais e humanas.

A Teoria Crítica da sociedade (nome genérico dado ao pensamento elaborado no Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt) também experimentou, no pensamento de Jürgen Habermas, a mudança paradigmática descrita acima. A ideia de racionalidade comunicativa desenvolvida pelo autor, como forma de destranscendentalização da razão prática kantiana, significou uma reorientação normativa dos pressupostos outrora materialistas da primeira geração da escola (Theodor Adorno e Max Horkheimer). Mas o pensamento que servirá aos propósitos deste trabalho é o de outro descendente da escola de Frankfurt: trata-se da ideia de luta por reconhecimento, como forma dinâmica dos processos sociais, desenvolvida por Axel Honneth. Tal ideia é extraída dos primeiros escritos de Hegel e ressuscitada por Honneth como tentativa de explicar o desenvolvimento das condições morais no curso da história em bases não materialistas e não metafísicas. O objetivo é a construção de uma "teoria social de teor normativo" (HONNETH, 2003: p.119) baseada em uma "fenomenologia empiricamente controlada" (IDEM: p.121).

Não nos interessa aqui a Teoria do Reconhecimento em sua totalidade, mas sim o entendimento dos processos de socialização e individuação concebidos de maneira intersubjetiva e objetivados em processos mediados linguisticamente. Assim, será apresentado, de forma não exaustiva, o resgate que Honneth faz da filosofia hegeliana como forma de estruturar uma crítica ao pensamento sociológico e político convencional que, oriundo de uma concepção mentalista da filosofia da consciência, vê a vida social e política



como um arranjo de interesses dados e como uma competição por recursos escassos. Depois de realizada tal exposição teórica, nosso objetivo será, à luz do intersubjetivismo e de uma compreensão da individualidade e da autonomia humana em bases comunicativas, rediscutir a clássica dicotomia público/privado (presente de forma mais explícita nas tradições do pensamento liberal) e suas implicações sobre as fronteiras entre a individualidade e o espaço público democrático.

Da luta por sobrevivência à luta por reconhecimento

A obra “Luta por reconhecimento” (*Kampf um Anerkennung*), lançada em 1992, marca a tentativa de Axel Honneth de revigorar os pressupostos normativos da tradição de uma teoria crítica da sociedade, que já no pensamento de Jurgen Habermas tinha se desvincilhado do materialismo de cunho marxista que acompanhou tal tradição de pensamento na primeira metade do século XX. Honneth volta seu olhar aos escritos do jovem Hegel e resgata ali o conceito de luta por reconhecimento para, a partir daí, oferecer uma orientação teórica alternativa a toda uma tradição (dos mais variados espectros teóricos) que, se valendo de premissas do pensamento de Maquiavel e Hobbes, postulavam a vida social e política como uma luta de interesses dados, na qual indivíduos socializados dentro de uma cultura pós-metafísica (ou seja, sem uma orientação normativa forte) esquematizavam instituições que servissem de artefatos para a busca da maximização de seus interesses – ou dito de maneira diferente, para a redução máxima da dor e maximização do prazer, como queria o utilitarismo de Bentham. Caracteriza essa corrente o entendimento da política como uma atividade diferenciada da moral e uma concepção jusnaturalista do direito, caracterizado por um “racionalismo abstrato, que não faz qualquer concessão ao desenvolvimento

histórico da humanidade” (BOBBIO, 1988, p.02). É marca distintiva desse pensamento também o recurso - comum à época de Hobbes e Locke – à ideia heurística de um contrato social fundado num “estado de natureza” pré-político, no qual indivíduos decidem pela forma de organização do poder político com base em suas necessidades e interesses previamente estabelecidos. A figura do contrato remete ao direito romano e suas formas sociais combinadas em um despotismo da vida pública e o reconhecimento da propriedade privada e, como isso, da legitimidade da figura meramente privada dos sujeitos sociais.

Honneth expõe a crítica efetuada por Hegel ao modelo hobbesiano da “luta de todos contra todos”. Em seus primeiros escritos, Hegel, ainda fortemente inspirado por sua formação teológica e seu contato com os clássicos gregos (Aristóteles, em especial), se ocupa em estabelecer premissas filosóficas de um projeto que visa explicar a evolução sócio-histórica que compreenda a “transformação e ampliação de formas primevas de comunidade social em relações mais abrangentes de interação social” (HONNETH, 2003, p.44); ao contrário do projeto contratualista que visava apresentar a gênese dos mecanismos de formação da sociedade. De início, a crítica hegeliana tem uma base aristotélica que remete a uma concepção teleológica do homem, ou seja, está inscrito na natureza humana uma capacidade para a formação de comunidades. Com isso, delineia-se a concepção que vê nas relações sociais existentes uma intersubjetividade prévia (relações de reconhecimento) que possibilita aos indivíduos se desenvolverem como membros de uma comunidade ética. Implícita nessa concepção está a ideia da anterioridade do todo em relação às partes, premissa rejeitada pela filosofia contratualista.

Se, como apreendido da filosofia hegeliana, o que caracteriza a natureza humana é seu elemento



ético voltado ao desenvolvimento de comunidades de valores intersubjetivamente partilhados, então Hegel postula que a dinâmica histórica e a própria constituição da sociedade moderna não se deve a uma luta por recursos escassos entre seres egoístas irremediavelmente em conflito - a luta de todos contra todos -, como postulava Hobbes; mas sim de conceber a evolução societária como uma luta derivada de impulsos morais que almejam reconhecimento perante a comunidade.

Honneth expõe metodicamente os passos de Hegel na desconstrução da ideia do contrato como ato fundacional das instituições sociais. Em resumo, a crítica enfatiza o fato de Hobbes não explicar como, em uma situação inicial marcada pelo conflito e pela concorrência, os sujeitos chegam a uma ideia de direitos e limites ao poder. A instituição do contrato parece sempre apontar para uma necessidade teórica e heurística antitética à descrição do próprio estado de natureza:

Em contraposição a isso, Hegel gostaria de mostrar que a realização do contrato social e, por conseguinte, o surgimento de relações jurídicas é um processo prático que procede com necessidade da própria situação social iniciativa; em certa medida já não se trata mais de uma necessidade teórica, mas empírica, com a qual se chega ao fechamento do contrato no interior da estrutura daquela situação de concorrência recíproca (HONNETH, 2003, p.84).

Honneth interpreta que deve haver algo moral antes do contrato que dê aos indivíduos (ou partidos) a disposição de se autolimitar. Este “algo moral” é subjacente a determinadas formas de vida e valores sempre anteriores aos indivíduos e que formam o pano de fundo contextual no qual eles interagem. Assim, como se extrai da passagem acima, a necessidade de um pacto (contrato) é empírica e

emana da própria situação social subjacente (não heurística) em que se encontram os sujeitos. Esse “pano de fundo contextual” aponta para formas de sociabilidade anteriores ao contrato, sem as quais a própria atitude de contratar (pactuar) não faria em si mesmo sentido:

(...) pois apenas nessas relações pré-contratuais de reconhecimento recíproco, ainda subjacentes às relações de concorrência social, pode estar ancorado o potencial moral, que depois se efetiva de forma positiva na disposição individual de limitar reciprocamente a própria esfera de liberdade. (...) entre as circunstâncias sociais que caracterizam o estado de natureza, deve ser contado necessariamente o fato de que os sujeitos precisam ter-se reconhecido mutuamente de alguma maneira antes do conflito (IDEM, p. 85).

Assim, o pensamento contratualista, ou ao menos suas atualizações, parecem padecer de um equívoco muito bem apontado por Kervégan (2007): o autor ressalta que já a filosofia política Kantiana era clara no sentido de que o contrário do “estado de natureza” não é o “estado social”, e sim o “estado civil”; ou seja, o estado de natureza não é incompatível com formas de sociabilidade. Oliveira (2000) aponta que no Liberalismo nascente (a autora se refere a Grotius, Pufendorf e Locke) a ideia da sociabilidade humana não é nem incompatível com “estado de natureza”, muito menos totalmente assimilada como um egoísmo anti-social. A autora destaca que, ainda que com posições teóricas diferentes, na obra dos três pensadores a sociabilidade humana é vista como um fator constituinte e empírico das relações sociais. Assim, é possível, a partir desta releitura, a reconciliação entre uma postura teórica holista e que ainda sim defenda politicamente a ideia dos



direitos individuais liberais. Taylor (2000) também aponta, remetendo ao pensamento de Humboldt, que é possível a adoção de uma postura individualista-holista na qual a intersubjetividade da vida social é plenamente compatível com as particularidades das identidades individuais.

Refutado o alto grau de abstração, que não faz jus às relações intersubjetivas das práticas sociais, presente na filosofia contratualista, Honneth segue apresentando a fundamentação da luta por reconhecimento como chave explicativa da formação dos processos de individuação e socialização. Isto se deve ao fato de Hegel não aceitar aquele tipo de pensamento que vê nas garantias de liberdade negativa das premissas liberais uma incompatibilidade com os pressupostos normativos incrustados em determinadas comunidades éticas; o que significa que Hegel não aceita a ideia de que a liberdade individual é incompatível com os valores sociais, ou seja, que a sociedade é uma limitação à liberdade do indivíduo (KERVÉGAN, 2006). Ainda tendo no retrovisor a vida política grega, depreende-se do pensamento político hegeliano que “a vida pública teria de ser considerada não o resultado de uma restrição recíproca dos espaços privados de liberdade, mas, inversamente, a possibilidade de uma realização da liberdade de todos os indivíduos em particular” (HONNETH, 2003, p.41). Esta interpretação também é patente no pensamento de Hannah Arendt, em sua obra “a condição humana” (1958). A filósofa já postulava que a mudança nas relações entre o público e o privado na sociedade romana em relação à Grécia Antiga já era uma espécie de protótipo histórico das relações sociais estabelecidas no totalitarismo fascista. Arendt explica que, apesar da exclusão nos critérios de cidadania, a esfera política (pública) grega era um palco para a performance individual. Exaltavam-se as características da individualidade.

Por isso o antagonismo público/privado era estranho aos gregos. Ela ressaltou, que por erro de tradução na língua latina, não se percebeu que o *zoon politikon* aristotélico equiparava a razão à forma de vida discursiva da política grega. Posteriormente, a crescente complexificação das sociedades modernas acabou por erigir uma esfera social que deforma tanto a esfera pública quanto a esfera privada. Ao se compreendê-las de forma dicotômica, o público acaba por ser destituído da riqueza pluralista da individualidade que deveria fazer emergir; e, por isso, a privacidade é contraída a uma forma de vida não discursiva. O diagnóstico de Arendt é que a esfera social tinha mutilado a individualidade, gerando uma espécie de conformismo não discursivo:

...os homens tornam-se seres inteiramente privados, isto é, privados de ver e ouvir os outros e privados de ser vistos e ouvidos por eles. São todos prisioneiros da subjetividade de sua própria existência singular, que continua a ser singular ainda que a mesma experiência seja multiplicada inúmeras vezes. O mundo comum acaba quando é visto somente sob um aspecto e só se lhe permite uma perspectiva (ARENDR, 2009: p. 67)

Assim, segundo Honneth, na filosofia hegeliana abre-se espaço para um nexos entre os processos de socialização e formação da individualidade. Este nexos está justamente ancorado na ideia de reconhecimento, na qual um sujeito só pode estabelecer uma autorrelação positiva e mesmo se compreender como um ser particular em suas habilidades e capacidades quando tal individualidade se encontra reconhecida como valorosa em seu meio social. Assim, a ideia de “eticidade”, cara à filosofia hegeliana, tem justamente em conta os valores sociais de uma determinada comunidade concreta



que servem de lastro referencial e normativo às atitudes dos sujeitos em seu interior:

A *Sittlichkeit* [eticidade], na qual os componentes objetivos do espírito objetivo (as instituições) possuem um papel motor, cria certamente as *condições* de uma vida ética, produzindo de certa forma esquemas diferenciados e historicamente situados de atualização da subjetividade; mas, é claro, só os *indivíduos* cuja constituição ela favorece são passíveis de ter tal vida, ou seja, de *vivê-la* de uma maneira sensata e coerente, *como se* ela resultasse de uma escolha “autônoma” da parte deles. Ora, a autonomia – Hegel aprendeu nesse ponto, como em muitos outros, a lição de Kant – vai de par com o reconhecimento e a observância de uma normatividade que não seja imposta aos sujeitos, mas que de certa forma encontra neles a fonte de sua validade (KERVÉGAN, 2006, p. 97)

A postura de Jean-François Kervégan (comentarista e tradutor de Hegel para o francês) é interessante porque serve para desqualificar aquelas interpretações mais usuais de que Hegel seria portador de uma filosofia política autoritária e antiliberal, na qual não haveria espaço para as liberdades individuais. Em consonância com Honneth, Kervégan também vê em Hegel um pensamento mais realista e empiricamente orientado acerca da constituição e fundamentação normativa da modernidade, mas que se contrapõe a imagem de uma sociedade anárquica axiologicamente e irremediavelmente inscrita em lutas por recursos escassos, sob condições de total inexistência de referenciais morais metafísicos. Kervégan postula que é possível enxergar em Hegel uma forma de “institucionalismo moderado”, que “não implica necessariamente uma subordinação unilateral

da ‘vontade subjetiva’ a uma ‘vontade objetiva’ inscrita nas instituições; mas é certo que ela exclui o contrário, já que todo institucionalismo confere prioridade às estruturas éticas objetivas (IDEM, p. 90).

A ideia da luta por reconhecimento compreende então justamente essa eticidade (grosso modo, entendida como substrato institucional de uma determinada sociedade) quando posta em movimento pelos atores sociais empíricos envolvidos em uma determinada comunidade concreta:

(...) Hegel chega a dar passo decisivo para além desse modelo mais estático, voltando a incluir em sua exposição da realidade social os próprios esforços dos sujeitos por reconhecimento como uma força produtiva transformadora: a luta por reconhecimento não somente contribui como elemento constitutivo de todo processo de formação para a reprodução do elemento espiritual da sociedade civil como influi também de forma inovadora sobre a configuração interna dela, no sentido de uma pressão normativa para o desenvolvimento do direito (HONNETH, 2003, p. 95).

Apreende-se de tal afirmação que a própria infraestrutura jurídica de uma sociedade está assentada sobre bases de reconhecimento já dadas como certas, e por isso, o direito serve como *medium* de qualificação e delimitação da liberdade.

No entanto, Honneth está plenamente consciente de que, em um mundo pluralizado e sem as bases de fundamentação metafísicas (em que o jovem Hegel ainda se apoiava), não é possível endossar uma teoria do reconhecimento sem formulá-la em bases sociológicas empiricamente orientadas – em suma, Honneth não quer uma filosofia geral da história, mas sim uma teoria social que sirva para explicação e avaliação de fenômenos sociais inscritos em práticas concretas. Isto significa expurgar da teoria



hegeliana seus pressupostos aristotélicos. Honneth, assim como Habermas quando da construção da sua teoria da ação comunicativa, vai até a obra de George Herbert Mead e descobre ali uma espécie de parentesco teórico com o modelo de luta por reconhecimento, bem como uma psicologia social de cunho naturalista que explica os processos de socialização e individualização em bases não metafísicas. Para Habermas, Mead foi pioneiro na sociologia que compreende a formação de “Ego” de caráter reflexivo e não determinístico em um nível social. “[Mead] abandona o modelo reflexivo da auto-consciência, segundo a qual o sujeito cognitivo refere-se a si mesmo como um objeto...” (HABERMAS, 2010, p. 232). Ao trazer a auto-reflexão para o terreno simbólico da linguagem, Mead acaba por deslocar o observador monológico reificante da filosofia da consciência para a perspectiva de um locutor que aprende “a ver-se e compreender-se na perspectiva social de um ouvinte com o qual se depara no diálogo, enquanto *alter ego* desse outro *ego*” (p. 233).

Não nos interessa aqui expor em detalhes a teoria de Mead, interessa apenas sua afinidade teórica com um pensamento que vê nos processos de socialização e individuação um processo intermitente de reconhecimento recíproco. Para Honneth, a psicologia social de Mead postula a “gênese social da identidade do EU”, buscando “clarificar os problemas filosóficos do idealismo alemão de modo não especulativo” (HONNETH, 2003, p.126). Na Teoria de Mead (bem como nos pragmatistas americanos em geral e nos românticos idealistas) está assentada já uma concepção constitutivo-expressiva da linguagem e da comunicação, o que por si só já nos afasta do mentalismo representacionista da filosofia da consciência ou do sujeito (típico dos contratualistas a quem Hegel se opunha). Em Mead, “à constituição

da consciência de si mesmo está ligado o desenvolvimento da consciência de significados, de sorte que ele lhe prepara de certo modo o caminho no processo da experiência individual” (IDEM, p. 129).

Na teoria de Mead, a linguagem é responsável por tornar possível esse significado partilhado que é comum aos participantes de uma interação. E o gesto vocal significante acaba por provocar o mesmo estímulo tanto no ouvinte como no falante, tornando possível assim a tomada de papéis do outro (POGREBINSCHI, 2005). Essa “tomada” é a chave conceitual da teoria de Mead para explicar a sociedade em termos de controle e mudança social. Isto porque, a nível social, este entendimento intersubjetivo ou socialização via linguagem dá aos indivíduos a oportunidade de se reconhecerem enquanto tais através de uma comunidade de significados partilhados por todos os outros indivíduos. Essa experiência comum de uma tomada de posição do “outro” (estímulo recíproco) via linguagem acaba por organizar socialmente um conjunto de expectativas de comportamento – a isto Mead denomina de “outro generalizado”:

And only through the taking by individuals of the attitude or attitudes of the generalized other toward themselves is the existence of a universe of discourse, as that system of common or social meanings which thinking presupposes at its context, rendered possible. (...).

But at the second stage in the full development of the individual's self that self is constituted not only by an organization of these particular individual attitudes, but also by an organization of the social attitudes of the generalized other or the social group as a whole to which he belongs. These social or group attitudes are brought within the individual's field of direct



experience, and are included as elements in the structure or constitution of his self, in the same way that the attitudes of particular other individuals are; and the individual arrives at them, or succeeds in taking them, by means of further organizing, and then generalizing, the attitudes of particular other individuals in terms of their organized social bearings and implications (MEAD, 2011, p.72) ².

Assim, o processo de socialização se efetua por meio da generalização de expectativas de comportamento. No entanto, tal processo é descrito teoricamente como suficientemente flexível para que a teoria não desemboque em um determinismo ambiental sobre as individualidades em formação. Aliás, a teoria de Mead é justamente uma crítica ao behaviorismo norte-americano e sua descrição em termos de estímulo-resposta do comportamento humano. Em consonância com o pragmatismo filosófico, Mead postula a dinâmica de processos de integração e desintegração, tirando de sua teoria a imagem de uma sociedade estática, dando-lhe o movimento que possibilite a explicação dos processos de mudança e evolução social.

Em resumo, o propósito de Honneth ao acionar a

2 E somente através da tomada - pelos indivíduos - da atitude ou das atitudes do outro generalizado para si mesmos é que torna-se possível a existência de um universo do discurso, como sistema de significados comuns ou sociais os quais o pensar pressupõe seu contexto (...)

Mas na segunda fase do pleno desenvolvimento do *self* individual é que ele é constituído não por uma organização particular das atitudes individuais, mas também por uma organização das atitudes sociais do outro generalizado ou do grupo social ao qual pertence. Estas atitudes ou grupos sociais são trazidas dentro do campo da experiência individual direta e são incluídas como elementos na estrutura ou constituição de seu próprio *self*, do mesmo jeito que as atitudes de outros indivíduos particulares também o são; e o indivíduo encontra-se com elas, ou as toma, através de meios de organizar, e generalizar, as atitudes deles em termos de suas orientações e implicações sociais (TRADUÇÃO PRÓPRIA).

psicologia social no complemento da reelaboração de uma teoria do reconhecimento é o de formular uma teoria empírica, que abarque a dimensão normativa da vida social, de forma a explicar a dinâmica da evolução social não mais em uma base materialista - na qual as relações sociais são desprovidas do caráter axiológico de uma forma de vida, resumindo-se a interesses não mediados pela comunicação intersubjetiva. Outro propósito de Honneth (e do nosso maior interesse neste trabalho) é a refutação de uma concepção de identidade e de autonomia entendida em bases monológicas, na qual um sujeito "transcendente" formula para si mesmo, como que numa linguagem privada, o caráter de sua identidade. A idéia que Honneth reconstrói é justamente a de uma autonomia fundada no reconhecimento recíproco:

O ponto de partida dessa teoria da sociedade deve ser constituído pelo princípio no qual o pragmatista Mead coincidiria fundamentalmente com o primeiro Hegel: a reprodução da vida social se efetua sob o imperativo de um reconhecimento recíproco porque os sujeitos só podem chegar a uma auto-relação prática quando aprendem a se conceber, da perspectiva normativa de seus parceiros de interação, como seus destinatários sociais (HONNETH, 2003, p. 155).

A categoria do Reconhecimento na fronteira entre o público e o privado

Exposto na seção anterior um modelo socialização e individuação que coloca a categoria do reconhecimento como fenômeno constitutivo da identidade individual e pública dos sujeitos será discutido agora a sempre difícil temática que envolve os limites do âmbito público e do privado.

É característica do desenvolvimento social moderno uma separação bem demarcada entre a



esfera pública e a esfera privada. A querela entre a liberdade dos antigos e dos modernos, exposta de forma clássica por Benjamim Constant, continua a ter sua validade no mundo contemporâneo. A idéia de uma dicotomia antagônica entre esfera íntima (privada e excluída do “outro”) e a esfera pública (visível e submetida a normas sociais e políticas) acaba por não levar em conta o problema básico de que a identidade individual e os próprios valores disponíveis pelos quais os indivíduos privados se identificam são fenômenos sociais indisponíveis aos próprios indivíduos. Assim, um pensamento muito exigente quanto a rigidez das fronteiras entre o público e o privado (presente em várias formas de liberalismo e republicanismo) acaba por não captar problemas relacionados a autonomia dos sujeitos (pressuposto normativo de qualquer teoria democrática) e a própria auto-realização dos indivíduos em seu meio social.

Honneth lida com tal problema quando expõe as esferas de reconhecimento recíproco. Assim como na seção anterior, não nos interessa os pormenores da teoria, mas sim aquela parte que toca na interdependência dos processos de socialização e formação da individualidade. Em resumo, Honneth, seguindo Hegel e Mead, estabelece três âmbitos de reconhecimento sem os quais os sujeitos não chegam a uma autorrelação positiva consigo mesmos: trata-se do âmbito do amor, do direito e da estima social. O âmbito do amor compreende as relações afetivas (eróticas, amizade e familiares) responsáveis pelo desenvolvimento da autoconfiança; o âmbito do direito diz respeito às relações jurídicas que visam a desenvolver o auto-respeito e a autonomia dos sujeitos; e o âmbito da estima social diz respeito ao valor social das capacidades e habilidades constituintes da particularidade dos sujeitos. Já é digno de nota que uma teoria que dá atenção a esferas da subjetividade, compreendendo-as como

esferas de desenvolvimento prático da identidade individual já dá à teoria de Honneth um arsenal teórico poderoso para lidar com problemas no nível da cultura e dos valores morais, que outras teorias, por seu alto grau de abstração e entidades analíticas monolíticas (a sociedade, a nação, o sistema etc.) jamais conseguiriam captar ou mesmo reconhecer a existência.

O próprio Honneth diagnostica uma tensão nas pretensões à autonomia e à auto-realização, já que a autonomia diz respeito à dimensão da igualdade entre os sujeitos enquanto a auto-realização diz respeito às particularidades de cada sujeito:

(...) comparação entre o reconhecimento jurídico e a estima social: em ambos os casos como já sabemos, um homem é respeitado em virtude de determinadas propriedades, mas no primeiro caso trata-se daquela propriedade universal que faz dela uma pessoa; no segundo caso, pelo contrário, trata-se das propriedades particulares que o caracterizam diferentemente de outras pessoas. Daí ser central para o reconhecimento jurídico a questão de como se determina aquela propriedade constitutiva das pessoas como tais, enquanto para a estima social se coloca a questão de como se constitui o sistema referencial valorativo no interior do qual se pode medir o “valor” das propriedades características (HONNETH, 2003, p. 187).

A tensão está justamente que, nas condições da modernidade – momento de uma ampla constitucionalização das liberdades privadas e da institucionalização da organização produtiva em uma economia de mercado – a generalização de direitos constitutivos da autonomia podem ser insuficientes para proporcionar a auto-realização dos sujeitos. Honneth explica que, nas condições



pré-modernas, a estima social e a esfera do direito estavam ainda acopladas (não diferenciadas), o que levava a um esquema rígido de reconhecimento baseado nas hierarquias de status e definição de “honra” das sociedades antigas; já “nas sociedades modernas as relações de estima social estão sujeitas a uma luta permanente na qual os diversos grupos procuram elevar, com os meios da força simbólica e em referência às finalidades gerais, o valor das capacidades associadas à sua forma de vida” (IDEM, p. 207). De forma semelhante, Charles Taylor acentua que na era pré-moderna, “o reconhecimento geral estava embutido na identidade socialmente derivada em virtude do próprio fato de se basear em categorias sociais que todos tinham por certas” (TAYLOR, 2000, p. 248). A partir dos processos de diferenciação social que caracterizam a modernidade e ao acirramento de condições multiculturalistas na contemporaneidade, o processo de reconhecimento passa a sofrer riscos: “O que surgiu com a era moderna não foi a necessidade de reconhecimento, mas as condições que a tentativa de ser reconhecido pode malograr” (IDEM).

Se, conforme exposto até aqui, o processo de reconhecimento recíproco serve de categoria teórica para entender a esfera pública e privada como interdependentes e como formas sociais não dicotômicas, uma teoria social e política comprometida com ideais de autonomia e auto-realização humana deve abandonar uma concepção rígida e monológica da identidade pessoal e redirecionar o olhar para aqueles problemas em que se encontram determinados grupos (minoritários ou não), que se vêem excluídos pela invisibilidade social ou são de forma sistemática violentados simbolicamente através de expressões agressivas e exclusão do debate público. Só para citar exemplos: os casos de hate speech contra determinadas

formas (opções) de vida, a histórica opressão do gênero feminino, a negação de direitos civis a homossexuais, a desigualdade econômica e o desemprego que minam uma formação adequada da auto-estima etc. E aqui podemos destacar como a teoria do reconhecimento pode fornecer um importante insumo teórico para estudos que se debruçam sobre a interface entre mídia, política e identidades culturais. Em condições de uma modernidade e de um espaço público fortemente estruturados por tecnologias de comunicação de massa e em rede, a formação de identidades passa a estar fortemente relacionada às formas de representação e formações discursivas em trânsito nos produtos simbólicos oferecidos pelos media. Na esfera midiática, são disponibilizados conteúdos que, ainda que de maneira interacional e não determinista, contribuem para a formação ou desestabilização de estereótipos e contribuem também para mediações e definições de sentido e situações que envolvem diretamente processos constitutivos de identidades bem como a formação de imagens públicas em um nível mais amplo. Assim, a teoria do reconhecimento pode fornecer um bom referencial teórico para estudos que avaliam normativamente o potencial democratizador dos produtos midiáticos, bem como sua relação com processos culturais e políticos mais amplos.

Ao desenvolver uma concepção relacional do direito e da justiça, Honneth acusa aquela tradição contratualista de cair no erro “materialista” de compreender a autonomia e a justiça como uma divisão adequada de bens jurídicos (ex. recursos materiais mínimos, liberdade de expressão, paridade de voto etc.). Na direção contrária, Honneth afirma, em conformidade com sua teoria do reconhecimento, que o direito não é composto de bens a serem distribuídos, mas sim de relações de reconhecimento bem ajustadas:



(...) para poder surgir e se desenvolver, a autonomia necessita do reconhecimento recíproco entre sujeitos; nós não a adquirimos sozinhos, através de nós mesmos, mas unicamente na relação com outras pessoas que estejam igualmente dispostas a valorizar-nos da mesma maneira como nós devemos poder valorizá-las. (...) Autonomia é uma dimensão relacional, intersubjetiva, não uma conquista monológica; aquilo que nos ajuda a adquirir uma tal autonomia resulta de outra matéria que não aquela de que consiste um bem a ser distribuído; ela se compõe de relações vivas de reconhecimento recíproco que são justas na medida em que através delas e dentro delas aprendemos a valorizar reciprocamente nossas necessidades, convicções e habilidades (HONNETH, 2009, p. 354).

Conclusão

A intenção deste trabalho não é oferecer perspectivas teóricas para solução de problemas nos quais se detectam a negação do reconhecimento ou uma forma distorcida de reconhecimento. Não se quis aqui formular uma teoria de justiça ou algo do tipo (ainda que a obra de Honneth em sua inteireza aponte para tal projeto); a intenção foi mais a de tentar mostrar que vários problemas relacionados à sociologia, a comunicação, a política etc. ao serem enquadrados em perspectivas que reduzem os conflitos sociais ao jogo de interesse dados ou que enxergam a sociedade como uma entidade monolítica acabam por se mostrar inadequadas, não só no sentido epistemológico mas também em um sentido político, já que tal inadequação no tratamento de problemas relacionados à autonomia individual, a auto-realização e a qualidade do debate público podem frustrar a concretização de uma

sociedade democrática que garante aos indivíduos uma relação saudável entre si.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARENDDT, Hannah. A condição humana. 10ª ed. Trad. Roberto Raposo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

BOBBIO, Norberto. Ensaio Escolhidos. História do Pensamento Político. Trad. Sérgio Bath. São Paulo: C. H. Cardim, [1988?].

HABERMAS, Jürgen. Fundamentação Linguística da Sociologia. Obras escolhidas de Jürgen Habermas, vol. 1. Lisboa: Edições 70, 2010.

HONNETH, Axel. A textura da justiça: sobre os limites do procedimentalismo contemporâneo. Civitas, Porto Alegre, v.9, n.3, p.345-368, set-dez 2009.

_____. Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo, Editora 34, 2003.

JOAS, Hans. Interacionismo simbólico. In: GUIDDENS, A.; TURNER, J. (orgs.). Teoria social hoje. São Paulo: UNESP, 1999.

KERVÉGAN, J-F. Haveria uma vida ética? In: Dois Pontos: Subjetividade e Linguagem, v.3, n.1, p.83-107, 2006.

_____. O estado de direito no idealismo alemão: Kant, Fichte e Hegel. In: Dois Pontos: Subjetividade e Linguagem, v.4, n.1, p. 107-135, 2007.

MEAD, George. Mind, Self and society: from the Standpoint of a Social Behaviorist. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bu000001.pdf>>. Acessado em 01/07/2011

OLIVEIRA, I. de A. de. Sociabilidade e direito no liberalismo nascente. In: Lua Nova, n. 50, p. 159-183, 2000.

POGREBINSCHI, Thamy. Pragmatismo: teoria social e política. Rio de Janeiro: Editora Relume Dumará, 2005.

TAYLOR, Charles. Argumentos filosóficos. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

As fronteiras entre o público e o privado sob o ângulo da Teoria do Reconhecimento
Felipe Mendes Cardoso

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 16 de junho de 2012.





3

***Accountability* da publicidade e o controle sobre o privado na esfera pública**

Advertising's accountability: when the private becomes public

Angela Lovato Dellazzana ¹

RESUMO O conceito de *accountability* engloba os mecanismos que visam garantir a prestação de contas e a responsabilização de agentes públicos por seus atos. Da mesma forma, este conceito é aplicado à mídia, na medida em que esta constitui-se como campo de visibilidade que caracteriza a esfera pública na sociedade contemporânea. Inserido nesta esfera, o discurso publicitário visa persuadir o público a aderir a um determinado comportamento e, por outro lado, financia esta mesma esfera a partir da lógica do mercado. O desafio que se propõe é discutir as possibilidades de tornar *accountable* este discurso que, apesar de estar incansavelmente presente na esfera pública midiática, refere-se, na maioria das vezes, a interesses da esfera privada de seus clientes anunciantes.

PALAVRAS-CHAVE *Accountability*; Publicidade e propaganda; Esfera pública; Esfera privada

ABSTRACT The concept of accountability includes mechanisms that aim to ensure the responsibilities of public officials for their actions. Likewise, this concept is also applied to the media, as it is a field of visibility that characterizes the public sphere in contemporary society. Inserted in this sphere, the advertising discourse seeks to persuade the public to adhere to a certain behavior, and also to sponsor this same sphere by the logic of the market. The purpose of this paper was to discuss the possibilities of accountability of the advertising discourse that despite being present in the mediated public sphere, refers to the interests of the private sphere of their advertiser clientes, in most cases.

KEYWORDS Accountability; Advertising; Public sphere; Private sphere

¹ Doutora em Comunicação Social pela PUCRS. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano – UNIFRA, Santa Maria – RS. E-mail: angela.lovato@terra.com.br.



Introdução

A expressão *accountability* da mídia² é usada para designar o processo que evoca a responsabilidade objetiva e subjetiva dos veículos de comunicação e dos profissionais responsáveis pelo conteúdo veiculado. O tema já é recorrente no que tange à prática jornalística e o papel da imprensa na constituição de espaços públicos democráticos de discussão. No entanto, no âmbito do conteúdo publicitário veiculado na mídia, pouco se debate sobre o tema. O assunto é polêmico e gera discussões que permeiam o papel e os efeitos do discurso publicitário no espaço público de visibilidade midiática, uma vez que, na sociedade contemporânea, a atividade publicitária atua no espaço público em prol de interesses da esfera privada.

Nesse sentido, Habermas (1989) afirma que, à medida que a esfera pública é tomada pela publicidade comercial, interesses privados passam imediatamente a atuar sobre o público e, assim, entende-se que a demanda por *accountability* torna-se mais explícita. Isso porque o exercício da *accountability*, para Schedler (1999), só tem sentido se remete ao espaço público, à existência de poder, e à conseqüente necessidade de controlar este poder. No caso da publicidade, o controle se daria em função do conteúdo veiculado no discurso publicitário, que, por se fazer presente na esfera de visibilidade midiática, torna-se passível de *accountability*.

No âmbito da atividade de publicidade e propaganda, o conceito de *accountability* ainda é novidade e há escassa bibliografia sobre o tema, de modo que se lança aqui ao desafio de refletir sobre as possibilidades e limites da *accountability* da publicidade, a partir de uma pesquisa exploratória de caráter bibliográfico sobre o tema. Para tanto,

² O termo é empregado no singular para designar a “instância” que engloba os diferentes dispositivos que permitem tornar pública uma mensagem, ainda que considere-se as peculiaridades que cabem a *accountability* de cada veículo, por suas diferentes capacidades de alcance.

são discutidas as definições de *accountability* e as formas como este processo pode ser desenvolvido no âmbito da mídia, considerada um espaço de visibilidade, com foco na atividade de publicidade e propaganda como discurso presente nesse espaço.

Após, são apresentados os pressupostos que legitimam a constituição de uma esfera pública em relação à esfera privada e os usos que os diferentes atores fazem desse espaço, considerando-se o papel da mídia na sociedade contemporânea. Por fim, são apontadas algumas peculiaridades que possibilitam a identificação das limitações ao processo de *accountability* da publicidade, que, ao serem superadas, podem levar a deslocamentos dos protagonistas deste cenário.

A necessidade de *accountability* da mídia

A mídia representa um dos pilares da democracia, ou seja, a garantia da liberdade de expressão através de uma imprensa privada desvinculada do poder (governo), a serviço dos cidadãos. Contudo, ao exercer esse papel de serviço público, a mídia torna-se, ela própria, passível de *accountability*, a partir das ações dos diferentes atores desse cenário. Essa responsabilização remete não apenas aos veículos, mas aos profissionais que trabalham com a produção e circulação da comunicação, ao governo e àqueles que se utilizam desse espaço, como os anunciantes. Todos os agentes envolvidos seriam, então, levados a avaliar os possíveis impactos de suas ações ao fazerem uso da mídia.

Em um regime democrático, todo poder deve ser controlado. Assim, ao ser caracterizada como o “quarto poder”, a mídia também passa por esse processo. Nesse sentido, Schleder (1999) elenca três formas de prevenir possíveis abusos de poder: informação, justificação e punição. A informação – obrigar que o poder seja exercido de forma transparente – e a justificação – forçar que os atos sejam justificados – estão ligadas



ao conceito de *answerability*. Já a punição – sujeitar o poder ao exercício das sanções – remete à capacidade de *enforcement*. Estas três dimensões podem ou não estar juntas para que existam atos de *accountability*.

Acredita-se que é possível aplicar esses conceitos à mídia, atribuindo a esta a possibilidade de ser passível de *accountability*, uma vez que exerce poder. Identifica-se como fator desencadeador dessa demanda a constituição da mídia como o espaço público de visibilidade da sociedade contemporânea. Assim, independentemente das diferentes concepções de poder da mídia, há uma tendência em defender que ela precisa responder à sociedade. Este debate é desenvolvido a partir dos sistemas de responsabilização da mídia, conhecidos como MAS, do inglês *Media Accountability Systems*.

Esses sistemas envolvem atividades como o controle de qualidade, o serviço de atendimento ao consumidor, a educação contínua e a autorregulamentação, buscando garantir aos cidadãos direitos como a liberdade de expressão e o acesso à informação.

Bertrand (2002, p.10) acredita que a *accountability* da mídia é papel da sociedade, pois “os veículos de comunicação constituem em si uma instituição política, que deve permanecer independente. A disciplina deve necessariamente ser aplicada por meios não estatais”. É o que o autor chama de MAS, definindo e elencando alguns exemplos desses mecanismos:

um MAS é qualquer meio de incitar a mídia a cumprir adequadamente o seu papel: pode ser uma pessoa ou grupo, um texto ou um programa, um processo longo ou curto. Mediador, conselho de imprensa, código de deontologia, publicação regular de autocrítica, pesquisa de eleitorado, ensino superior de jornalismo – e muitos outros. Existem mais de sessenta (BERTRAND, 2002: p. 10).

Tais mecanismos, segundo o relatório da ANDI (2007), estão sendo criados por movimentos sociais, pela mídia alternativa e tradicional, principalmente em função das tecnologias oriundas do ciberespaço, unindo-se aos já conhecidos espaços como as cartas dos leitores, os artigos de crítica de conteúdo e os códigos de ética profissionais. Para Bertrand (2002), a mídia deve ser controlada apenas pelos processadores e consumidores de mensagens, pois o autor acredita que nem o governo, nem o mercado, podem produzir mídia de qualidade.

Contudo, o autor afirma que alguns MAS, como *ombudsmen*, conselhos locais de imprensa, críticos internos e comissões disciplinares, ainda enfrentam obstáculos para agirem, na medida em que dependem da mobilização da sociedade civil. Além disso, ele lembra que existem manobras para mascarar desvios de conduta de empresários e profissionais do setor como a acusação de que os MAS representariam ameaças à liberdade.

Por outro lado, Zylbersztajn (2008), que aborda a questão sob o âmbito do direito, considera o mercado e a sociedade insuficientes para garantir a *accountability* da mídia e defende a regulamentação do setor por parte do governo. A autora afirma que a própria Constituição dispõe sobre os princípios básicos que devem reger os meios de comunicação social e a regulação incluiria a criação de mecanismos de proteção dessas normas constitucionais.

Já McQuail (1997) elenca três objetivos gerais da *accountability* da mídia:

A most general requirement is that accountability itself should actually protect and promote media freedom. A second aim is to prevent or limit harm which the media might cause. Third, accountability should promote



positive benefits from media to society ³
(McQUAIL, 1997: p.525).

O autor esclarece que não é fácil reconciliar estes objetivos e que nenhum é superior ao outro e nem adequado isoladamente. Para que possam ser atendidos, os mecanismos utilizados devem ser diversificados, promovendo relações rotineiras de diálogo entre mídia e sociedade e reduzindo a necessidade de mediações arbitrárias e restritivas.

Para McQuail (1997), inclusive o mercado deve ser um agente ativo de *accountability* da mídia, pois tem claro interesse em proteger a liberdade de expressão e, em função da “guerra de audiência”, também pode desencorajar alguns abusos desta liberdade que seus concorrentes venham a exercer. Sendo assim, identificam-se quatro categorias de *accountability* para a mídia, que atuam de forma combinada, conforme o quadro 1.

Quadro 1 - Categorias de accountability da mídia			
Categoria	Característica	Agente	Exemplo
Política	Regulação formal	Governo	ANATEL
Mercado	Oferta e demanda	Mercado	-
Pública	Relação com os cidadãos	Sociedade	Conselhos de imprensa
Profissional	Códigos de ética	Profissionais da mídia	CONAR

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Zylbersztajn (2008)

Mesmo reconhecendo a importância destas quatro instâncias, Zylbersztajn (2008) detém-se na primeira, desenvolvendo sua crítica sobre a falta de regulação política ou estatal da mídia. Nesse sentido, Canela (2006) faz importantes cruzamentos com a área da administração pública. Para este autor, a *accountability* midiática não se reduz à função da mídia na sociedade, mas ao seu conteúdo, considerando, assim, o conteúdo publicitário.

³ Em tradução livre: O requisito mais geral é que a *accountability* deve realmente proteger e promover a liberdade da mídia. Um segundo objetivo é prevenir ou limitar os danos que a mídia pode causar. Terceiro, a *accountability* deve promover benefícios positivos da mídia para a sociedade.

McQuail (1997) defende que a relação entre a sociedade e a mídia é estreita e que o mau desempenho desta reflete as imperfeições daquela. Para este autor, culpar a mídia pelas mazelas da sociedade é lugar comum, contudo, a constatação de que a mídia geralmente segue os gostos e interesses da sua audiência é inevitável. Entre esta audiência, salienta, encontram-se as fontes e anunciantes da mídia, incluindo os políticos e governos que deveriam cuidar do interesse público.

Romais (2001) considera que o papel desempenhado pelos meios de comunicação de massa no relacionamento entre os “leigos” e o poder estabelecido é instigante. Para este autor, diversas questões nesse campo ainda são foco de preocupação de autores da área da comunicação:

Há um debate que se arrasta há longo tempo na teoria da comunicação, sintetizado na seguinte indagação: a mídia, afinal, apenas dissemina opiniões e pontos de vista do grupo hegemônico ou também influencia na formação, expressão e consumo da opinião pública? Pergunta-se também até que ponto os meios de comunicação de massa estabelecem uma esfera pública na qual os cidadãos podem debater, num fórum amplo e democrático, assuntos de seu interesse. Servem, afinal, os meios apenas aos interesses do mercado ou podem constituir-se um instrumento para o bem público? (ROMAIS, 2001: p. 44).



Essas são preocupações que deram origem aos estudos sobre os processos de *accountability* da mídia, que podem ser considerados como uma evolução desses questionamentos. O autor ressalta que a mídia, dominada por instituições privadas com fins lucrativos e cada vez mais capaz de se aproximar pessoalmente de cada cidadão em seu cotidiano, apresenta-se como a esfera pública legítima. Ela constitui o maior fórum de comunicação política onde se concretizam as relações entre o poder estabelecido e a coletividade, mas cujo acesso é privilégio de poucos.

Habermas (1984) critica essa conjuntura, pois acredita que tal esfera pública está descaracterizada de suas funções originais, para dar lugar a outras funções como a propaganda política. As consequências dessa desconfiguração da esfera pública trazem prejuízos à democracia: “os agitadores partidários e os propagandistas ao velho estilo dão lugar a especialistas em publicidade, neutros em matéria de política partidária e que são contratados para vender política apoliticamente” (HABERMAS, 1984: p. 252).

Romais (2001) concorda com Habermas e cita o termo *refeudalização* da esfera pública criado por este para identificar uma pseudoesfera pública midiática, que acaba por distrair a atenção do cidadão da ação política, criando um ambiente passivo apenas de contemplação, ao invés de estimular e promover o debate público essencial para a caracterização da democracia.

Para Habermas (1984), o destinatário ideal de tal esfera pública é um consumidor político que não contribui para a formação da opinião pública, mas apenas aclama o que lhe é apresentado pronto. Romais (2001) explica este fenômeno:

a refeudalização orquestrada pela mídia estaria transformando a esfera pública num teatro e fazendo da política um show dirigido em que

os líderes e partidos rotineiramente estariam em busca da aclamação de uma população despolitizada (ROMAIS, 2001: p. 54).

Habermas (1984) apresenta como contraponto a esta refeudalização a extensão do princípio de “publicidade”, através da força da genuína esfera pública, a todas as organizações que ajam relacionadas intimamente com o Estado, tendo como alvo um público de pessoas privadas organizadas. O papel ativo do público neste processo é determinante para ensejar a demanda por *accountability* da mídia, processo que é justificado pela caracterização desta como espaço público de visibilidade, amplamente utilizado pela publicidade comercial.

A constituição de espaços públicos de visibilidade e seus usos

Rodrigues (1997) relaciona o surgimento da esfera pública⁴ na sociedade contemporânea com o advento da sociedade de massa, quando a imprensa desponta como arena totalmente autônoma dos demais campos sociais: “eliminando tudo o que exija esforço e dificuldade para a massa indiferenciada, de reduzida cultura” para, “em seu lugar, instaurar uma pura forma discursiva, espetacular e abstrata, fundamentada na estratégia da sedução” (RODRIGUES, 1997: p. 42). De fato, através de estruturas de mediação que resultaram de um duplo processo — o “desenraizamento da experiência coletiva” e a “tecnização do mundo da vida” —, o âmbito da mídia passa a ser mais do que uma opção profissional para jovens ‘talentosos’, instituindo-se como a própria “esfera obrigatória da visibilidade e da notoriedade” (RODRIGUES, 1997: p. 42).

4 O autor faz um resgate histórico da constituição da esfera pública. Contudo, por questão de espaço, este estudo restringe-se ao conceito de esfera pública a partir da constituição da sociedades de massa e do surgimento da imprensa.



Logo, a conduta social da sociedade de massas uniformiza a esfera pública e privada através do comportamento consumista, conduzindo ao conformismo e evitando a pluralidade da discussão. Arendt (2008) relaciona os conceitos de esfera pública e esfera privada nas sociedades de massa. Conforme a abordagem da autora, a esfera pública, na qualidade de mundo comum, é capaz de reunir a todos sem que, necessariamente, se choquem. Contudo, nas sociedades de massa, este vínculo se enfraquece, fazendo com que os indivíduos não tenham mais nenhuma relação de união ou de separação. O que caracteriza a sociedade moderna é a necessidade de admiração pública⁵ e a recompensa monetária, sendo estas duas “das coisas mais fúteis que existem” (ARENDR, 2008, p. 66).

A autora afirma que a esfera privada é garantida pela propriedade privada, entendida como o único local em que aquilo que não se quer tornar público pode ser “escondido” da publicidade (ARENDR, 2008). Desta forma, a diferença entre as esferas pública e privada, pelo viés da privatividade e não do corpo político, representa a diferença entre o que deve ser mostrado e o que deve ser ocultado.

O significado da vida pública remete à necessidade de ser ouvido e visto por outros, na medida em que todos veem e ouvem de ângulos diferentes. Na comparação com a vida privada, argumenta Arendt (2008), mesmo a mais satisfatória vida familiar oferece apenas a multiplicação de cada indivíduo e jamais poderá substituir a apresentação a uma multidão de espectadores, daí o sucesso das redes sociais virtuais.

5 Na sociedade contemporânea, a admiração pública é entendida como vaidade, necessidade de *status* momentâneo, em oposição às sociedades de eras passadas, quando os homens ingressavam na esfera pública com a esperança de que algo seu permanecesse após a morte: “Pois a *polis* era para os gregos, como a *res publica* para os romanos, em primeiro lugar, a garantia contra a futilidade da vida individual, o espaço protegido contra essa futilidade e reservado à [...] imortalidade dos mortais” (ARENDR, 2008: p.66).

Na sociedade de massa, pela indiferenciação, o homem é privado de ver e ouvir o outro e de ser visto e ser ouvido pelo outro, realidade que vem sendo transformada pela cibercultura. Na contemporaneidade, esse indivíduo, também consumidor e cidadão, tem diferentes possibilidades de intervenção na esfera pública, a partir dos contextos e condições socioculturais, políticas e econômicas em que se insere. Contudo, ainda que apoiados pelos dispositivos da cibercultura, a intervenção dos indivíduos na esfera pública midiática, organizados ou não, se mantém muito aquém dos atores de maior projeção nesse cenário: os anunciantes.

Habermas (1989), ao elaborar sua teoria do *agir comunicativo*, afirma que os sujeitos que agem comunicativamente, ao se entenderem uns com os outros no mundo, também se orientam por pretensões de ordem assertiva e normativa. Isto é, o sujeito – e aqui se insere também o conceito de sujeito com direitos e deveres, como consumidor e cidadão – é entendido como alguém que não pode desvencilhar-se da prática comunicativa do dia-a-dia, na qual está obrigado ininterruptamente a tomar posição por “sim” ou por “não”. Desta forma, o autor também considera os contextos do agir comunicativo, que constituem uma ordem autosubjetiva na qual a publicidade se insere e faz uso da visibilidade da esfera pública conforme lhe convém.

Romais (2001) concorda com Habermas quanto ao entendimento da esfera pública como a arena onde as liberdades civis são colocadas em prática e cuja viabilidade legítima a ordem democrática. Ou seja, a esfera pública possibilita ao cidadão o exercício do poder, e o acesso a ela deve ser garantido para que o cidadão possa expressar suas opiniões e questionar o poder estabelecido. Esse cidadão, individual ou coletivamente, exerce ou não processos críticos



e ativos de intervenção e controle sobre a mídia, condicionado pelas peculiaridades da realidade em que está inserido. No entanto, não se prevê nesse conceito o uso deste espaço de visibilidade midiática para fins comerciais, o que poderia ser considerado, teoricamente, um uso indevido.

Peça-chave no processo de interação com os sujeitos, a mediação dos meios e profissionais de comunicação, de acordo com Romais (2001), é elemento decisivo na construção da dimensão pública contemporânea:

Numa democracia participativa, o acesso e o controle sobre os processos de produção da mídia por parte do público tornam-se uma dimensão vital da participação política. Num quadro de fragilização das estruturas políticas como hoje vivemos, o grande conjunto de reivindicações populares fica órfão, sem a defesa das entidades historicamente representativas. E quem assume esse papel, então, é a mídia — uma instituição privada com fins lucrativos, desempenhando o papel que pertenceu no passado às instituições de pressão, como se ela, a mídia, fosse de fato seu portador histórico e legítimo (ROMAIS, 2001: p. 52).

É relevante este questionamento do autor, pois, a mídia, mesmo que oferecesse ao povo acesso à esfera de produção, não é seu representante na atual configuração brasileira, uma vez que tem seus próprios interesses comerciais. O autor acredita que o papel da mídia é (ou deveria ser) mediar, constituir um espaço público e recorre novamente ao pensamento de Habermas: “a esfera pública é o espaço onde indivíduos privados discutem questões públicas, um espaço que faz a mediação entre a sociedade e o Estado” (ROMAIS, 2001: p. 52).

Gomes (1998) acredita que Habermas vai

substituindo o conceito de esfera pública pela discussão da esfera do agir comunicativo. É possível constatar esta relação uma vez que a esfera pública comporta necessariamente certo grau de engajamento, de seriedade, de convicção e de disposição à argumentação em patamares conflituais e, por outro lado, a teoria do agir comunicativo torna abstrata a possibilidade do sujeito escolher livremente o seu modo de agir, a não ser em nível individual.

Embora a distinção entre o privado e o público, conforme Arendt (2008), coincida com a oposição entre a necessidade e a liberdade, entre a futilidade e a realização e, finalmente, entre a vergonha e a honra, a autora não considera que estes sejam critérios para definir o que deve permanecer em cada esfera. O significado mais elementar das duas esferas indica que há coisas que devem ser ocultadas e outras que necessitam ser expostas em público para que possam adquirir alguma forma de existência.

Relacionando essa reflexão ao discurso da publicidade, identifica-se a recente temática da responsabilidade social das empresas presente em campanhas publicitárias. Esta prática parece ter deslocado o debate da esfera privada para a esfera pública, o que pode ser percebido no novo papel de transparência imposto às empresas na sociedade, agora também passíveis de *accountability*. Percebe-se, assim, um deslocamento de conteúdos privados para a esfera pública causando uma hibridização dessas esferas. No caso dos cidadãos, por exemplo, estes são convocados pela mídia (a esfera pública) a consumir na esfera privada produtos de empresas que apresentam nesta esfera pública conteúdos de sua esfera privada.

Canclini (2001) identifica esse deslocamento como um conflito causado pela globalização, e configurado como um tempo de consumidores



do século XXI habitado por cidadãos do século XVIII, que veem alteradas suas possibilidades de exercício da cidadania pelas mudanças na maneira de consumir.

É possível fazer esta analogia entre o público e o privado no âmbito das empresas, onde o recente discurso da responsabilidade social seria “publicizado”, enquanto que o (pretenso) comportamento socialmente responsável seria “privativizado”. Na sociedade democrática de massa, as empresas recorrem ao discurso publicitário para legitimar seu engajamento com a responsabilidade social. A mídia, ao veicular mensagens das empresas, seja de teor jornalístico ou publicitário, influencia o agir comunicativo tanto dessas empresas quanto dos cidadãos.

A esfera pública no âmbito da mídia apresenta importantes peculiaridades para o debate do agir comunicativo, como o “princípio publicidade” referenciado por Gomes (2004). Para este autor, a arena midiática é relacionada à esfera de visibilidade onde as posições e pretensões relacionadas aos negócios públicos se confrontam. Portanto, na medida em que os assuntos em pauta interessam à sociedade, o palco onde se apresentam deve ser forçado à esfera pública, entendida como visibilidade. Contudo, no âmbito da publicidade, essa visibilidade já é trabalhada de antemão e o discurso tornado público pode, muitas vezes, não corresponder à realidade. O processo de *accountability* da publicidade sofre, então, limitações em função do interesse comercial dos anunciantes em tornar públicos certos discursos.

Limitações ao processo de *accountability* da publicidade

É a partir do momento em que a mídia pode ser considerada um “quarto poder”, que ela se torna, então, agente de *accountability*. Maia (2008) debate

o poder que a mídia pode exercer como palco da esfera pública. Para a autora, a discussão deve considerar duas questões principais. Primeiro, a mídia apenas pode ser considerada espaço público ao conferir visibilidade aos atores que nela agem. Segundo, este poder também depende do grau de acesso desses atores à mídia, que é desigual. Ou seja, o poder da mídia está sujeito à capacidade de gerar publicidade de determinado veículo e ao grau de acesso conferido aos atores que agem neste espaço.

Assim, os meios de comunicação são falhos como esfera pública sob a ótica da democracia, pois representam “um espaço de acesso restrito, que sofre forte pressão de anunciantes, segue regras impessoais do mercado e está sob crescente controle dos profissionais da mídia” (MAIA, 2008: p.180). A autora retoma, então, o conceito de espaço *mediático de visibilidade*, que envolve uma complexidade de conteúdos, entre os quais, o material publicitário. Neste espaço, as contradições são permanentes, a começar pela limitação ao processo de *accountability* exercida pelas questões que envolvem a liberdade de expressão e a liberdade comercial.

No caso dos anunciantes, Rubí i Puig (2008) aponta o conceito da liberdade de empresa, que pressupõe a possibilidade de exteriorizar a atividade mercantil a que se destina. Dessa forma, a liberdade de mercado está atrelada ao direito do empresário de investir em recursos para informar o consumidor com vistas a que este possa discernir e identificar o leque de ofertas que lhe são apresentadas. Contudo, o autor afirma que a publicidade visa não apenas informar, mas induzir um determinado comportamento econômico cujas origens remontam aos princípios do comércio, e cuja evolução foi paralela a do capitalismo.

Surgem, então, as contradições entre liberdade



de expressão e liberdade comercial. Como regular a liberdade comercial sem ferir a liberdade de expressão? A quem se referem essas liberdades? Bucci (2008) esclarece que a tradição democrática garante o direito do cidadão à informação, pois o poder emana do povo e em seu nome é exercido, este tem o direito de estar informado, a fim de delegar, fiscalizar e até exercer o poder. Portanto, as informações que chegam até ele devem ser independentes do poder instituído, desinteressadas e imparciais. O autor é enfático quanto ao papel da publicidade neste cenário:

A publicidade preenche esses requisitos? A resposta só pode ser não. Para começar, ela é um discurso interessado. É parcial. É unilateral. Enquanto o jornalismo leva notícias ao cidadão para que este forme livremente sua própria vontade – os melhores cânones do jornalismo recomendam sempre que ele não se arvora a direcionar a formação da vontade do cidadão –, a publicidade tem o único objetivo de convencer o público a comprar mercadorias ou serviços. A imprensa se realiza quando a sociedade a conduz. A propaganda, quando a sociedade lhe obedece. São totalmente distintas (BUCCI, 2008: p.01).

O autor reconhece, ainda, que a liberdade comercial através da publicidade é benéfica para a democracia na medida em que, sem ela, não haveria imprensa livre. Ou seja, a publicidade visa aos objetivos de venda do anunciante e deve ter assegurada a sua liberdade. Contudo, Bucci (2008: p.1) ressalta: “limitar, legal e democraticamente, segundo critérios transparentes, a propaganda de certas mercadorias [...] não configura censura à imprensa nem fere o direito à informação”.

Dessa forma, a inserção de material publicitário na esfera pública carece de mecanismos de

accountability, uma vez que este discurso é parcial e visa a promoção de interesses da esfera privada dos anunciantes. Já que a presença da publicidade na mídia se apresenta como inevitável para manter a imprensa livre do governo, a *accountability* da publicidade seria, então, uma forma de controlar esse uso privado da esfera pública. Contudo, a *accountability* da publicidade ainda é um tema recente e precisa de mais atenção por parte dos pesquisadores da área. Os diversos atores e interesses envolvidos neste debate possibilitam múltiplos caminhos de análise.

A questão torna-se tensa na medida em que, através do processo de *accountability*, busca-se identificar os responsáveis por cobrar ou demonstrar essa postura. Entre os teóricos e profissionais da área de publicidade e propaganda, há certa concordância no sentido de que é preciso proteger a sociedade dos danos que alguns produtos anunciados podem causar. Contudo, o consenso está longe de ser alcançado quando o assunto é a *accountability* da publicidade. O tema é polêmico e gera discussões que permeiam as atribuições do Estado como interferente nos meios de comunicação e o papel da sociedade nesse processo, ampliado pelo ciberespaço. Enquanto a regulamentação atual é considerada insuficiente por uns, outros alegam que há um excesso de leis impedindo a liberdade comercial. Algumas leis são, inclusive, taxadas de censura, caracterizadas como ações antidemocráticas. Da mesma forma, práticas como a autorregulamentação da publicidade são defendidas por profissionais do setor e questionadas por teóricos da mídia.

No entanto, a constatação de que a publicidade comercial gera um paradoxo em relação aos conceitos de democracia e esfera pública ao fazer uso desse espaço público de visibilidade para fins privados – o lucro do anunciante –, demanda uma



discussão que alargue a dicotomia entre ética e estética que permeia as análises do campo publicitário. As pesquisas nesse sentido podem trazer contribuições relevantes se considerarem, ao mesmo tempo, o viés dos profissionais da comunicação, da sociedade em geral, dos governos e dos gestores das organizações.

Isso inclui trazer para o debate temas como a regulamentação da publicidade e propaganda, a discussão de políticas públicas de comunicação para a área e a educação e participação da sociedade nos meios de comunicação. Talvez, assim, a mídia possa se apresentar como um espaço favorável para a constituição de uma genuína esfera pública, em que o protagonismo seja efetivamente do público e não do anunciante. Estes estudos podem contribuir tanto para o aprofundamento do campo de pesquisa da comunicação como para a maturidade do sistema democrático.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA – ANDI. Mídia e políticas públicas de comunicação. Brasília: ANDI, 2007.

BERTRAND, C. J. O arsenal da democracia: sistemas de responsabilização da mídia. Bauru: EDUSC, 2002.

BUCCI, E. ...mas publicidade é informação? In: site Observatório da imprensa. Disponível em <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=490JDB012>>. Acesso em nov. 2008.

CANCLINI, N. G. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

CANELA, G. (coord.). Empresas e imprensa: pauta de responsabilidade. São Paulo: ANDI, Instituto Ethos, 2006.

GOMES, W. Esfera pública política e mídia: com Habermas, contra Habermas. In: RUBIM, A. A. C.; BENTZ, I. M. G. e PINTO, M. J. (Org.) Produção e recepção dos sentidos midiáticos. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

_____. Transformações da política na era da comunicação de massa. São Paulo: Paulo, 2004.

HABERMAS, J. Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

_____. Consciência moral e agir comunicativo. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

MAIA, R. C. M. Dos dilemas da visibilidade midiática para a deliberação pública. In: LEMOS, A. et al. (orgs.). Livro da XII Compós. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MCQUAIL, D. of media to society: principles and means. In: European journal of communication. vol.12 no 4. p. 511-529. London: SAGE, 1997.

O 'DONNELL, G. Accountability horizontal e novas poliarquias. Lua Nova, São Paulo, n.



44, 1998. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451998000200003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 19 out. 2010. doi: 10.1590/S0102-64451998000200003.

RODRIGUES, A. D. Estratégias de comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade. Lisboa: Editorial Presença, 1997.

ROMAIS, A. Mídia, democracia e esfera pública. In: JACKS, N. Tendências na comunicação. Porto Alegre: L&PM, 2001.

RUBÍ I PUIG, A. Publicidad y libertad de expresión. Cizur Menor, Navarra, Espanha: Thomson Civitas, Editorial Aranzadi, 2008.

SCHEDLER, A. Conceptualizing accountability. In: SCHEDLER, A; DIAMOND, L; PLATTNER, M. (eds.) The self-restraining State: power and accountability in new democracies. Boulder and London, Lynne Rienner Publishers. Disponível em <http://books.google.com/books?id=MD8Vx1HLOZgC&printsec=frontcover&dq=schedler+accountability&hl=pt-BR&ei=Bt_zTI6YD8KC8gb9yb2BDA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCUQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false> Acesso em 16 out. 2010.

ZYLBERSZTAJN, J. Regulação de mídia e colisão entre direitos fundamentais.

Dissertação (Mestrado em Direito) – Departamento de Direito do Estado da Universidade de São Paulo. São Paulo: USP, 2008. Disponível em <<http://www.direitoacomunicacao.org.br>>. Acesso em 15 out. 2008.

Accountability da publicidade e o controle sobre o privado na esfera pública
Angela Lovato Dellazzana

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 11 de maio de 2012.





4

#Contraoamento como reivindicação social popular e questionamento da cobertura midiática nos jornais *Meio Norte* e *O Dia*

*#Contraoamento as a socio-popular claim and questioning of the mediatic coverage in the newspapers *Meio Norte* and *O Dia**

Carlos Augusto de França Rocha Júnior¹
Francisco Laerte Juvêncio Magalhães²

RESUMO Este trabalho propõe uma análise de seis edições dos jornais piauienses *Meio Norte* e *O Dia*, a respeito das matérias relacionadas ao movimento popular contra o aumento das passagens de ônibus em Teresina. Com um *corpus* que compreende o período entre os dias 29 de agosto de 2011 e 3 de setembro de 2011, quando ocorreu a mobilização social, o objetivo é identificar as estratégias que cada publicação utiliza e a relevância que cada jornal confere ao tema. Na busca desta meta aplicamos a Análise do Discurso como metodologia eficaz para a pesquisa a partir dos conceitos de contrato de leitura e interdiscurso. Entre os principais autores citamos Charaudeau (2006), Mainguenu (2008) Marques de Melo (1985) e Verón (2004).

PALAVRAS-CHAVE Análise do Discurso; Contrato de Leitura; Interdiscurso.

ABSTRACT This article proposes an analysis of six editions of Piauí newspapers “Meio Norte” and “O Dia”. It is about of news stories linked to the popular mobilization against the increase of the public transport fee. The corpus of the research covers the period of August 29th, 2011 until September 3rd, 2011 - when the popular protest occurred in Teresina (capital of Piauí). The article’s objective is identifying the strategies of each publication and how relevant this subject is in the mentioned newspapers. Discourse Analysis was applied as one efficient methodology to this research based on concepts like “reading contract” and “interdiscourse”, and based on some authors as Charaudeau (2006), Mainguenu (2008) Marques de Melo (1985) and Verón (2004).

KEYWORDS Discourse Analysis; Reading Contract; Interdiscourse.

¹ Mestrando em Comunicação Social pela Universidade Federal do Piauí (UFPI) e membro do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Estratégias de Comunicação (NEPEC). Endereço eletrônico: carlosrocha_pi@yahoo.com.br

² Doutor em Comunicação e Cultura (ECO/UFRJ); Docente da UFPI; professor permanente do Mestrado em Letras da UFPI; coordenador do NEPEC; orientador deste trabalho. Endereço eletrônico: flaerte@terra.com.br



Introdução

O trabalho estuda os jornais *Meio Norte* e *O Dia* a partir de suas abordagens a respeito dos protestos contra o reajuste no custo da passagem de ônibus em Teresina. A mobilização social de protestos durou aproximadamente uma semana e paralisou o centro da capital, fato retratado pelas duas publicações que possuem relativa abrangência na capital e no interior do Piauí.

Utiliza-se como método a Análise de Discurso, com os conceitos de Interdiscurso, desenvolvido por Maingueneau (2008) e Contrato de Leitura apresentado por Verón (2005). O interesse dedicado a esta análise está situado também no alcance social que os protestos ganharam, seja pela sua repercussão nas redes sociais ou pelas críticas que os meios de comunicação sofreram ao longo da cobertura pelas escolhas realizadas no sentido de informar seu público.

Análise do Discurso e Interdiscurso

Este trabalho utiliza a Análise de Discurso para estabelecer seu aporte teórico com o foco no estudo da linguagem em um contexto específico. A opção pela Análise do Discurso é justificada pelo estudo das condições próprias para interpretação do sujeito que se relaciona com os textos produzidos pelas mídias.

Este trabalho está organizado a partir da relação entre texto e contexto considerada pela Análise do Discurso a fim de alcançar determinados sentidos. "Tomei como ponto de partida a seguinte tese: a Análise do Discurso é uma prática da leitura dos textos políticos, e até mesmo um pouco mais: uma política de leitura." (COURTINE, 2006, p. 9)

Maingueneau (2008) propõe que é enfatizando o caráter de regras anônimas que definem-se as condições para o exercício da função enunciativa

do discurso. "Estamos, assim, diante de objetos que aparecem ao mesmo tempo como integralmente linguísticos e integralmente históricos." (MAINGUENEAU, 2008, p. 16) O estudo estabelece um primado do interdiscurso em que o Outro continua presente no discurso segundo, mesmo que ele não tenha mais nada a ver com o discurso primeiro.

Reconhecer este tipo de primado do interdiscurso é incitar a *construir um sistema no qual a definição da rede semântica que circunscreve a especificidade de seu discurso coincide com a definição das relações desse discurso com seu Outro*. No nível das condições de possibilidade semânticas, haveria, pois, apenas um espaço de trocas e jamais de identidade fechada. (MAINGUENEAU, 2008, p. 36)

A respeito do interdiscurso, vale ressaltar as concepções de Courtine (2006) para quem "é no interdiscurso como lugar de formação dos pré-construídos e de articulação dos enunciados que se constitui o *enunciável como exterior* ao sujeito de enunciação." (COURTINE, 2009, p. 76). Este conjunto de discursos está estruturado como uma rede de formações discursivas que se referem a diversas formações ideológicas. O interdiscurso não fica necessariamente visível, mas a afirmação do primado deste enfatiza que as formações discursivas estão unidas umas às outras.

As formações discursivas estão interligadas às formações ideológicas a partir da ideia de que a formação discursiva situa as possibilidades do dizer na elaboração do sentido, representado pelos choques das diversas formações ideológicas. Isso é pensado a partir da perspectiva da existência material das ideologias e, conseqüentemente, do discurso como um destes aspectos materiais. Como ressaltam Courtine (2009) e Maingueneau (2008)



este “falar anteriormente” fica dissimulado nas formações discursivas subsequentes.

Disso decorre o caráter essencialmente dialógico de todo enunciado do discurso, a impossibilidade de dissociar a interação dos discursos do funcionamento intradiscursivo. Essa implicação do Mesmo e do Outro retira à coerência semântica das formações discursivas todo caráter de “essência”, cuja inscrição na história seria acessória; não é dela que a formação discursiva retira o princípio de sua unidade, mas de um conflito regulado. (MAINGUENAU, 2008, p. 37)

Além disso, vale ressaltar o papel de memória que cabe ao interdiscurso, estruturado a partir das formas do enunciado. “Fazer Análise do Discurso é aprender a deslinearizar o texto para restituir sob a superfície lisa das palavras a profundidade complexa dos índices de um passado” (COURTINE, 2006, p. 90). Tal afirmação é baseada na ideia de Courtine (2006) de que o discurso é lugar de memória pelos registros de continuidades e rupturas carregando os vestígios inscritos em suas formas.

Contrato de leitura

O ato empreendido pelo leitor ao escolher um suporte de imprensa em detrimento de outro é algo que pode estar associado a diversos fatores. A partir da proposta de Charaudeau (2006) de investigar os discursos surgidos em um contexto sócio-histórico, a Análise do Discurso propõe-se a traçar seus resultados pelos efeitos de sentido identificáveis no receptor através de estratégias usadas pelo emissor para alcançar o público de seu ato discursivo.

Estes efeitos de sentido, assim como a escolha de um suporte de imprensa, são partes da relação entre produtores de discursos e instância receptora.

Charaudeau (2006) designa os fatores que regem esta relação como contrato de comunicação, enquanto Verón (2005) classifica como contrato de leitura, em suas pesquisas que envolvem suportes impressos.

A partir da ideia de que o ato de comunicação é um processo pautado por restrições, cabe destacar que é realizado com as limitações e condições de troca possíveis e que representam o contrato de comunicação. Charaudeau ressalta que o contrato de comunicação é determinado e impõe condições aos parceiros, mas os projetos de fala de cada um deles dão a liberdade para falas diferenciadas.

Nenhum ato de comunicação está previamente determinado. Se é verdade que o sujeito falante está sempre sobredeterminado pelo contrato de comunicação que caracteriza cada situação de troca (condição de socialidade do ato de linguagem e da construção do sentido), é apenas em parte que está determinado, pois dispõe de uma margem de manobra que lhe permite manifestar um ato de individuação: na realização do ato de linguagem, pode escolher os modos de expressão que correspondam a seu próprio projeto de fala. (CHARAUDEAU, 2006 a, p. 71)

Este ato de liberdade vigiada também leva em consideração o fato de a instância de comunicação estar dividida entre dois caminhos. Segundo Charaudeau (2006) a empresa midiática está entre a visada de informação voltada para o fazer saber e a visada de fazer sentir, a de captação. Nesse caso, a visada de informação é pautada pelas aspirações cidadãos e a visada de captação trata da captação das massas para garantir a concorrência. A contradição, então, pauta este contrato: a informação precisa ser credível, mas também precisa atrair o maior número de pessoas a fim de garantir a sustentabilidade



comercial da empresa jornalística.

O contrato de comunicação também leva em conta os dispositivos em que se efetuam as negociações entre os envolvidos no ato de comunicação. Esta consideração leva em conta que o dispositivo não é somente um suporte físico, mas contribui efetivamente para a construção do sentido nas mensagens emitidas através dele. A partir disso vale ressaltar o trabalho de Eliseo Verón (2005) especialmente sobre os suportes impressos.

O autor trata o dispositivo além do simples ambiente físico que a mensagem é repassada. O avanço é para considerar o dispositivo como parte integrante na constituição de sentido da mensagem. Verón (2005) destaca as modalidades do dizer por dar forma ao dispositivo da enunciação, o conjunto que reúne o enunciador, o destinatário e a relação entre ambos, presente no discurso.

Tais condições tratam diretamente do dizer - a enunciação na Análise do Discurso -, a partir do qual Eliseo Verón (2005) desenvolve a abordagem de contrato de leitura. Para o autor, “[...] a enunciação diz respeito não ao que é dito, mas ao dizer e suas modalidades, os modos de dizer” (2005, p. 216). Nesse caso o enunciador e destinatário são entidades discursivas: “um mesmo enunciador poderá, em discursos diferentes construir enunciadores diferentes conforme, por exemplo, o alvo visado; pelo mesmo motivo construirá, cada vez diferentemente, seu destinatário.” (VERÓN, 2005, p. 216)

O momento de escolha pelo público de um suporte ou outro acaba relacionada a especificidade do veículo e, nesse caso, é o contrato de leitura que cria o vínculo entre o suporte e o seu leitor. O vínculo nasce também pelo autor, a partir do momento que faz determinadas escolhas a fim de estabelecer um contato, assim como uma fidelização com o seu destinatário.

O conceito de contrato de leitura implica que

o discurso de um suporte de imprensa seja um espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor; uma paisagem, de alguma forma, na qual o leitor pode escolher o seu caminho com mais ou menos liberdade, onde há zonas nas quais ele corre o risco de se perder ou, ao contrário, que são perfeitamente sinalizadas. (VERON, 2005, p. 236)

A partir disso, é possível compreender que certas quedas no público ou até mesmo a estagnação podem ser explicadas pelas alterações realizadas pelo enunciador e que não foram compreendidas ou aceitas pelo destinatário a quem o discurso estava endereçado.

#Contraoamento como corpus nos jornais *Meio Norte e O Dia*

Dos dois jornais foi escolhida uma amostra representativa dos 5 dias em que aconteceu o movimento contra o aumento do valor da passagem de ônibus na capital do Piauí. O protesto começou com uma convocação pelas redes sociais Facebook e Twitter, com destaque para a *hashtag*³ #contraoamento.

A fim de realizar o estudo, optamos por utilizar dois jornais impressos de Teresina, *Meio Norte e O Dia*. A opção pelas duas publicações é devido à representatividade que possuem na capital, onde ocorreram as manifestações de rua contra o aumento das passagens de ônibus, assim como no estado do Piauí.

O jornal *O Dia* vale destacar foi fundado em 1952 e apresenta-se com três cadernos principais; “1º caderno”, “Em Dia” e “Torquato”. Para o primeiro caderno estão destacadas as notícias sobre política

³ Uma *hashtag* é uma palavra chave que ganha visibilidade nas redes sociais e no caso do #contraoamento o destaque foi nacional porque ficou entre as mais citadas do Twitter durante o período dos protestos.



local, nacional, esportes, artigos de opinião e editorial. No segundo caderno, o “Em Dia”, estão matérias reservadas para o dia a dia da cidade e editorias especializadas por temas específicos, ou pelo foco no interior do estado. O suplemento cultural do jornal *O Dia* é o “Torquato”, com notícias sobre entretenimento e arte.

O Meio Norte foi fundado em 1995 a partir de uma publicação anterior, o jornal *O Estado*. A organização física do suporte de leitura é também embasada em 3 cadernos principais: “1º caderno”, “Theresina” e “Art e Fest”. Assim como o jornal *O Dia*, o primeiro caderno do jornal *Meio Norte* é dedicado a cobertura local e nacional, assim como para artigos de opinião. As notícias da capital estão presentes no “Theresina”, que passa por alterações em sua organização ao longo da semana para suplementos específicos ligados a projetos desenvolvidos pelo veículo de comunicação. “Arte e Fest” é o caderno voltado para cultura com notícias de entretenimento e celebridades.

A pesquisa está concentrada principalmente nas reportagens a respeito dos protestos e também do posicionamento das autoridades políticas sobre o tema. As manifestações começaram no dia 29 de agosto de 2011 e seguiram até o dia 2 de setembro de 2011. A partir desta invariante referencial, as edições dos jornais do dia 3 de setembro de 2011 foram escolhidas por contarem a repercussão do fim dos protestos em Teresina.

Jornal *O Dia*: Referências às redes sociais e críticas à mídia

O jornal *O Dia* encaminha sua cobertura ao longo dos cinco dias de protesto com matérias em diversas sessões da publicação. São matérias no caderno “Em Dia”, voltado para o dia a dia da cidade e no primeiro caderno nas editorias de política e geral.

A primeira abordagem de *O Dia* a respeito

do protesto prioriza o viés de registro da manifestação com o destaque para a articulação pelas redes sociais. Sem a menção da *hashtag* #contraoamento, ainda não devidamente marcada naquele momento, a notícia traz os dados principais a respeito do protesto. Entre os dados, está a motivação da mobilização, contra o aumento no preço da passagem, além da ênfase que mesmo com a divulgação restrita às redes sociais, já existe um foco de adesão para a ideia.

O Dia retoma a articulação do protesto pelas redes sociais na reportagem de 30 de agosto de 2011, chamada “Estudantes planejam nova manifestação para hoje”, e ressalta a aglutinação das reclamações sobre o aumento da passagem através do registro da *hashtag* #contraoamento. Seja com a apresentação de reclamações com o termo ao final ou outras reclamações de apoio ao protesto, o jornal traz em suas páginas a indignação expressa na internet, que ganhou as ruas da capital.

Usando a *hashtag* #ContraOAumento, estudantes, trabalhadores e representantes de movimentos sociais da capital enviaram mensagens através do Twitter questionando a decisão do prefeito de Teresina Elmano Férrer. Pelo Facebook, várias pessoas enviaram comentários por meio da página que convidava a sociedade teresinense a participar da manifestação. “Essa planilha do SETUT é uma farsa! Pagamos caro por um serviço péssimo! #ContraOAumento”, escreveu um dos twitteiros. (Jornal *O Dia*, 30/08/11)

As formulações feitas nas redes sociais ganham também as páginas do jornal, seja como registro do protesto nas ruas ou como matérias apresentando os comentários sobre a repercussão dos protestos. A proposta de *O Dia* para o seu leitor passa ainda por tentar contextualizar ao máximo tanto o cenário



dos protestos em si, como também o contexto que motivou o aumento da passagem em Teresina.

Esta proposta é levada a frente novamente na matéria “Segundo dia de manifestações para a Frei Serafim”, do dia 31 de agosto. As críticas ao reajuste são retomadas, assim como o questionamento se o preço da passagem é coerente com a realidade do transporte público da capital. “Os gritos da manifestação diziam ‘Mãos ao alto! R\$ 2,10 é um assalto!’ e cartazes, faixas e bandeiras acompanharam a ação.” (Jornal *O Dia*, 31/08/11). Esta contextualização retorna ao motivo dos protestos convocados pelas redes sociais, outro aspecto ressaltado na reportagem que retrata o segundo dia de protestos.

Outra proposta de *O Dia* que chama a atenção é a de “dar” voz aos manifestantes para que possam criticar justamente a imprensa. O que poderia ser compreendido como uma crítica ao próprio veículo de comunicação, é tratado de modo a situar o leitor como uma reclamação contra a concorrência.

O estudante de Filosofia da Universidade Federal do Piauí (UFPI), Vinicius Vieira, se mostrou bastante revoltado quanto a ação da Polícia Militar e dos manifestantes foi retratada em alguns veículos da capital. “Fomos chamados de vândalos, deram ênfase às imagens em que nós agimos. Os policiais usaram spray de pimenta, balas de borracha contra os estudantes e prenderam seis pessoas. Somos mesmo os violentos?”, destacou ele. (Jornal *O Dia*, 31/08/11)

Na cobertura sobre os protestos a partir do dia 1º de setembro, é possível notar uma diferença. Antes restrito ao segundo caderno, o “Em Dia”, o tema passa a ser tratado no primeiro caderno, considerado parte mais importante da publicação. É uma nova fase da cobertura, pois na organização

física do jornal - parte de seu contrato de leitura - fica proposto ao leitor que aquele é um dos temas mais importantes a serem analisados.

Tal observação fica presente também na “divisão” proposta pelo jornal. Há uma matéria voltada para reportar o protesto ocorrido no dia anterior e a retomadas das manifestações, “Movimento bloqueia avenidas, ponte e isola Centro da Cidade”, e outra matéria que trata das implicações políticas dos protestos que aconteceram durante a semana, “Auditoria em planilha pode provocar revogação de decreto das passagens”.

As duas reportagens tratam dos protestos contra o aumento, mas o foco principal é a instituição de uma auditoria para analisar o preço das passagens. Prefeito e manifestantes não falam na mesma matéria. Enquanto a matéria “Auditoria em planilha pode provocar revogação de decreto das passagens” trata do ponto de vista do prefeito de Teresina, Elmano Férrer, com pouca referência aos manifestantes, ; na matéria “Movimento bloqueia avenidas, ponte e isola Centro da Cidade”, a prefeitura é mencionada por representantes do movimento que realizava os protestos.

A mesma situação é notada na edição do dia 2 de setembro do jornal *O Dia*. O tema é desmembrado em duas matérias do primeiro caderno: “Após 4º dia de protestos vereadores planejam comissão” na editoria de política e “4º dia: fúria estudantil pela redução da tarifa de ônibus” na editoria geral. A ênfase nos dias de protestos nesses dois títulos pode ser associada a causas diferentes. Ao tratar dos 4 dias de protestos na editoria geral, há uma ênfase no agravamento dos choques entre manifestantes e Polícia Militar. Já na primeira matéria, é ressaltada a ausência dos vereadores da capital na resolução do problema.

Sempre presentes em discussões de temas de alcance social, os vereadores de Teresina ainda não haviam se pronunciado sobre a onda



de protestos estudantis na cidade, provocada pelo reajuste da tarifa do transporte público (Jornal *O Dia*, 02/09/11).

Na sexta-feira, dia 2 de setembro de 2011, o reajuste das passagens foi revogado. A edição de sábado do jornal *O Dia* manteve uma proposta de leitura dos acontecimentos de modo fragmentado: uma matéria na editoria de política, “Prefeito suspende por 30 dias reajuste da passagem de ônibus”, e outra no segundo caderno, na editoria geral, “Estudantes comemoram pelas ruas da cidade suspensão do aumento”.

O Dia oferece ao seu leitor uma página inteira com a notícia da redução dos preços das passagens na sexta-feira e suas repercussões. As falas oficiais são instauradas de modo a apresentar como foi legitimada a suspensão do aumento da passagem através da realização de planilha. Coloca-se o fim da crise a partir destas atitudes do prefeito Elmano Férrer e da recusa em subsidiar o transporte público da capital.

Na matéria que trata especificamente da reação dos estudantes quanto à redução no preço da passagem, é retomado o discurso de articulação pelas redes sociais e de crítica ao modo como foram retratados pela mídia. “Pelas redes sociais, os estudantes e outros segmentos sociais se articulam para fazer algo novo no 5º dia de manifestação: eles voltaram às ruas, desta vez, levando flores.” (Jornal *O Dia*, 02/09/11). A matéria segue com a reclamação dos estudantes sobre a maneira como foram retratados pela mídia e o reforço da luta contra o aumento da passagem.

Jornal *Meio Norte*: Críticas a estudantes

Seis edições do jornal *Meio Norte* referentes aos cinco dias de protestos contam com matérias que descrevem os estudantes de maneira negativa. Em

geral, a cobertura é restrita ao segundo caderno da publicação, o “*Theresina*”. O jornal *Meio Norte* ainda destaca em suas matérias um viés favorável ao prefeito de Teresina, Elmano Férrer.

A primeira abordagem a respeito do tema é na matéria “Estudantes realizam protesto hoje”, do dia 29 de agosto de 2011. A matéria tem fins de registro dos protestos e busca explicar as motivações da manifestação. Porém, a remissão às redes sociais fica restrita a uma fala do entrevistado para a reportagem. A abordagem é bem diferente da reportagem “Estudantes depredam ônibus no centro”, publicada no dia seguinte. O texto liga o protesto a problemas na cidade na apresentação da manifestação ao leitor de *Meio Norte*.

Quinze pessoas feridas, nove ônibus depredados e oito presos foram o resultado do primeiro dia das manifestações dos estudantes contra o aumento das passagens de ônibus urbanos para R\$ 2,10. (...) Durante a manifestação, foi depredada a porta lateral da Prefeitura Municipal de Teresina e os protestos violentos se estenderam para a porta do Setut (Sindicato das Empresas de Transporte Urbano de Teresina), quando alguns estudantes furaram pneus dos ônibus. (Jornal *Meio Norte*, 30/08/11)

A matéria relacionada ficou no segundo caderno do jornal, assim como outra voltada para explicar o aumento da passagem em Teresina, “Strans e Setut justificam aumento da passagem”. Os estudantes e o protesto são mencionados no texto de modo a questionar os problemas do sistema de transporte da capital e fazer ligação com o trecho analisado anteriormente.

O viés defendido pelo jornal *Meio Norte* nesta edição é muito semelhante ao adotado durante os outros dias da manifestação. A proposta é relacionar



a paralisação da capital como causa dos protestos estudantis. No dia 31 de agosto de 2011, a matéria “Depredação continua e Teresina fica sem ônibus” aponta principalmente os transtornos que, segundo o texto, foram gerados na cidade pelos protestos.

Os estudantes impediram a passagem dos automóveis até que uma motorista teve uma crise de choro e foi retirada pelos policiais. Quando o repórter do Jornal *Meio Norte*, Efrém Ribeiro, foi registrar a fotografia da motorista chorando, os manifestantes tentaram impedir e chutaram e agrediram o jornalista, derrubando seus óculos. Os fotógrafos e cinegrafistas registraram a agressão. (Jornal *Meio Norte*, 31/08/11)

A mesma postura é adotada na segunda matéria a respeito do tema, publicada no dia 31 de agosto de 2011, “Tentativa de prisão gera tumulto” em que, segundo o texto, vários ônibus foram depredados. “Depois do quebra-quebra na Praça da Bandeira, as empresas suspenderam a circulação de veículos na cidade.” (Jornal *Meio Norte*, 31/08/11). Com este texto, a proposta do jornal *Meio Norte* é associar diretamente os protestos estudantis com os problemas na cidade.

Outra característica observada na cobertura feita pelo *Meio Norte* dos dias de protestos é uma associação com as vozes oficiais. A proposta do jornal é colocar ao seu leitor as falas do prefeito Elmano Férrer. Na edição de 1º de setembro, a matéria “Elmano chama alunos para negociação” relaciona os problemas observados na cidade e os associa diretamente aos protestos. “Elmano Férrer disse que anteontem esperou os estudantes para uma negociação, mas eles tinham rejeitado a proposta, mas (sic) sempre esteve aberto ao diálogo” (Jornal *Meio Norte*, 01/09/11).

Com as matérias “Manifestantes incendeiam dois

ônibus” e “Eu ainda estou tremendo, diz motorista” publicadas no dia 2 de setembro de 2011 o jornal *Meio Norte* segue na cobertura com uma crítica aos estudantes semelhante ao primeiro dia das manifestações. “Após percorrer toda a Avenida Frei Serafim e incendiar os dois ônibus na Avenida João XXIII, os estudantes seguiram para ocupar a Ponte Estaiada, causando mais depredação e pânico entre motoristas, cobradores e passageiros.” (Jornal *Meio Norte*, 02/09/11). O *Meio Norte*, em geral, apresenta os estudantes em uma figura “radical” e a prefeitura em uma postura “apaziguadora”.

Até mesmo ao retratar o fim dos protestos, o jornal opta pela mesma linha. No dia 3 de setembro de 2011, o *Meio Norte* apresenta matérias com as críticas aos estudantes e movimentos sociais que promoveram o protesto assim como a postura elogiativa ao prefeito Elmano Férrer.

O prefeito de Teresina Elmano Férrer (PTB) disse, em entrevista coletiva que suspendeu o decreto de aumento do preço da passagem de ônibus de R\$ 1,90 para R\$ 2,10 por 30 dias, podendo ser prorrogada por mais 30 dias, para que a comissão de auditoria da planilha dos custos das passagens continue a fazer o seu trabalho. Com a suspensão do decreto, o preço das passagens de ônibus voltou a R\$ 1,90. “Se a passagem tiver que ficar em R\$ 1,70, ficará estabelecido esse valor”, disse Elmano Férrer. A proposta de suspender os efeitos do decreto de Elmano até a conclusão de auditoria da planilha de custos foi sugerida pelo jurista Jurandir Porto, durante o programa “70 Minutos – Direito e Cidadania”, da Rede *Meio Norte*, apresentado por Maia Veloso. (Jornal *Meio Norte*, 18/04/11)

Na opção pela auto referência, o jornal *Meio Norte* busca creditar a si a apresentação de soluções



para a resolução da crise, assim como criticar os estudantes que, segundo a publicação, impediram o direito de ir e vir das pessoas.

Considerações Finais

A partir da análise do *corpus*, é possível concluir que, em relação aos protestos contra o aumento da passagem de Teresina, os jornais *O Dia* e *Meio Norte* propõem abordagens diferentes para seus leitores e, com isso, transformações nos contratos de leitura.

O Dia opta particularmente por apresentar o discurso dos manifestantes publicados nas redes sociais em suas páginas, iniciativa não realizada por *Meio Norte*. Além disso, ao expor as críticas dos manifestantes à imprensa, *O Dia* deixa implícito que as críticas tratam do que foi publicado no jornal *Meio Norte* durante as manifestações.

Meio Norte ao longo da cobertura dá destaque para as vozes oficiais, principalmente as relacionadas a governos, sejam eles municipais ou estaduais. A proposta ao leitor é de que os estudantes, ao realizarem os protestos, estão parando a cidade e, com isso, realizando um ato que faz mal a Teresina. A partir da análise dos textos, é possível inferir que, em nome da ordem, é possível recorrer a todos os meios possíveis, como na matéria “Tentativa de prisão gera tumulto” publicada no dia 31 de agosto de 2011.

Com o mesmo tema, *Meio Norte* e *O Dia* percorrem caminhos opostos, seja ao retratarem as próprias manifestações, seja ao apresentarem os personagens capazes de fornecer uma solução para o problema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABUCCI, Eugênio. Sobre Ética e Imprensa. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das Mídias. São Paulo: Contexto, 2006.

_____; MAINGUENEAU, D. Dicionário de Análise de discurso. São Paulo: Contexto, 2004.

COURTINE, JEAN-JAQUES. Metamorfoses do discurso político: as derivas da fala pública. São Carlos: Claraluz, 2006.

_____. Análise de discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

GOMES, Maria Carmem Aires. Discutindo as identidades sociais no gênero discursivo híbrido reportagem-publicidade. In: Wander Emediato; Ida Machado; William Menezes. (Org.). Análise de discurso: gêneros, comunicação e sociedade. 1 ed. Belo Horizonte: NAD, UFMG, POSLIN, 2006, v. 1, p. 210-213.

MAINGUENEAU, Dominique. Gênese dos Discursos. São Paulo: Parábola editorial, 2008.

MELO, J. M. de. A Opinião no jornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1985.

PINTO, Milton José. Comunicação e Discurso: introdução à análise de discursos. 2ª ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002. 128 p.

VERÓN, Eliseo. Fragmentos de um tecido. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

PERIÓDICOS

MEIO NORTE

MEIO NORTE. Teresina: Jornal Meio Norte, n. 6.975, 29 ago. 2011

MEIO NORTE. Teresina: Jornal Meio Norte, n. 6.976, 30 ago. 2011

MEIO NORTE. Teresina: Jornal Meio Norte, n. 6.977, 31 ago. 2011



MEIO NORTE. Teresina: Jornal Meio Norte, n. 6.978,
01 set. 2011

MEIO NORTE. Teresina: Jornal Meio Norte, n. 6.979,
02 set. 2011

MEIO NORTE. Teresina: Jornal Meio Norte, n. 6.980,
03 set. 2011

O DIA

O DIA. Teresina: Jornal O Dia, n. 16.610, 29 ago. 2011

O DIA. Teresina: Jornal O Dia, n. 16.611, 30 ago. 2011

O DIA. Teresina: Jornal O Dia, n. 16.612, 31 ago. 2011

O DIA. Teresina: Jornal O Dia, n. 16.613, 01 set. 2011

O DIA. Teresina: Jornal O Dia, n. 16.614, 02 set. 2011

O DIA. Teresina: Jornal O Dia, n. 16.615, 03 set. 2011

#Contraoamento como reivindicação social popular e
questionamento da cobertura midiática nos jornais *Meio Norte*
e *O Dia*

Carlos Augusto de França Rocha Júnior
Francisco Laerte Juvêncio Magalhães

Data do Envio: 10 de março de 2012.
Data do aceite: 31 de maio de 2012.





A construção da moda através do não consumo: O *blog Um ano sem Zara*¹

The construction of fashion through the non-consumption: the blog A year without Zara

Maria Fernanda Nedochetko Carli²

RESUMO A inovação permanente compõe, com a sedução e a estilização, as três lógicas da moda, segundo Lipovetsky e Serroy. Partindo dessa premissa, este artigo se propõe a analisar o *blog Um Ano Sem Zara*, criado por uma blogueira, consumidora de moda, que se propôs a não comprar nada durante um ano e divulgar esse procedimento na rede. Por meio do estudo das publicações do *blog* e considerando uma das lógicas do fenômeno, o objetivo do texto é perceber como a moda está sendo construída, considerando o fator de negação ao consumo. Ao expor a renovação permanente retomando modas passadas, propagando o uso de roupas, acessórios e outros produtos e também incentivando estilos de vida e comportamentos, o *blog Um Ano Sem Zara* redimensiona uma ideia sobre a moda, atualizando-se, de maneira contraditória, por um outro tipo de consumo.

PALAVRAS-CHAVE Cibercultura; *Blog*; Moda; Consumo.

ABSTRACT Permanent innovation is composed, with the charm and styling, the three logical fashion, according to Lipovetsky and Serroy. From this premise, this article analyzes the blog *A Year Without Zara*, created by a blogger, a consumer of fashion, which they proposed to buy nothing for a year and disseminate this procedure on the network. Through the study of blog posts and considering the logic of fashion phenomenon, the paper intends to understand how fashion is being built, considering the denial factor consumption. By exposing the constant renewal resuming fashions past, spreading the use of clothing, accessories and other products and also promoting lifestyles and behaviors, the blog *A Year Without Zara* resizes an idea about fashion, updating itself, so contradictory, for another type of consumption.

KEYWORDS Cyberculture; *Blog*; Fashion; Consumption.

1 Artigo apresentado no I Congresso Internacional em Comunicação e Consumo – COMUNICON/2011.

2 Graduada em Ciências Sociais pela UFPR, especialista em Moda e Gestão pelo SENAI-CIETEP e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens na UTP/PR na linha de pesquisa processos midiáticos e práticas comunicacionais. Bolsista de mestrado junto ao CNPq. E-mail: mariacarli60@yahoo.com.br



O sistema da moda passou por inúmeras modificações ao longo dos anos desde que foi instituído. Segundo Lipovetsky (1989), a moda enquanto fenômeno surgiu no final da Idade Média com o desenvolvimento do mundo moderno ocidental identificado por duas características: a individualização e a efemeridade. Ela também já foi associada às classes sociais tendo como características principais os movimentos de distinção e imitação (BOURDIEU, 1983). Com a individualização crescente o fator da classe social perde um pouco o foco. Portanto, é necessário pensarmos que o momento histórico do seu surgimento acontece quando o indivíduo tem mais autonomia sobre o seu corpo e tem a possibilidade de ser em parte igual aos outros, mas também único. Segundo Simmel (2005, p.160-161), é um movimento caracterizado pela imitação, quando o indivíduo é levado a seguir o caminho que todos seguem, e pela distinção na medida em que o indivíduo busca a diferenciação para não ser igual aos demais. Seria a busca por essa individualidade que tira o foco da moda simplesmente do campo das disputas de classes. O indivíduo agora tem opções de escolha, dentre as que estão disponíveis, para se estabelecer dentro do cenário social. Ainda que o surgimento da microinformática e da Internet esteja de fato atrelado à ideia de “democratização” da informação, através de sua descentralização (Levy, 1999; Lemos, 2007), nem todas as formas de partilha – e nem todo o conteúdo intercambiado – foram legitimadas de antemão. São justamente os “desvios” e as apropriações livres que ajudaram a configurar o atual estágio da cibercultura. Antes fragmentado e muitas vezes considerado “indomável”, o ato de intercambiar qualquer tipo de conteúdo na Internet foi sendo cada vez mais estimulado à medida que foi se tornando mais “organizado”, sistematizado.

O *Um ano sem Zara* nasceu com o objetivo de

divulgar a ação de sua autora que, durante 365 dias se propôs a não comprar nenhuma peça de vestuário e postar, diariamente, os *looks* utilizando somente as roupas que já tinha adquirido anteriormente. O ponto de partida da blogueira é de que, ao realizar tal ação, ela estaria economizando – um dos motivos pelo qual ela construiu a página pessoal – e também, estaria contribuindo para uma moda sustentável, redirecionando a ideia de “consumismo”, tão presente no sistema em questão. No dia 3 de maio de 2011, no primeiro post ela escreveu: “Esse é um blog de moda e sustentabilidade. Pô, viver do seu próprio armário durante um ano é o maior ato de desprendimento do mundo capitalista que uma mulher pode praticar”.

Quando se fala em moda é frequente a associação com “estar na moda”, ou seja, usar o que foi apresentado nos últimos desfiles das marcas nacionais e internacionais, o que aparece nas campanhas publicitárias e nas revistas ou até mesmo usar o que ainda não é modismo, mas será: a tendência da moda. No entanto, para poder acompanhar e ser fiel as mudanças relativas a esse universo incluindo maquiagens, acessórios, comportamento, lugares e espaços, e tantos outros atributos que atualmente vão além das roupas, é necessário executar uma ação: comprar. É através da compra que se pode ter acesso a todos esses produtos ofertados como as últimas novidades. E se em épocas passadas apenas as pessoas com alto poder aquisitivo podiam ter acesso a elas, pelo menos em primeiro lugar, hoje estão acessíveis a todas as rendas. Se uma marca destinada a consumidores da classe A e B lança um determinado produto, muito provavelmente os consumidores das classes C e D vão encontrar algo parecido nas lojas que têm os preços compatíveis com a sua renda ou podem ter acesso aos mesmos produtos, que não são compatíveis com a sua renda,



através dos parcelamentos nos cartões de crédito disponibilizados pelo mercado.

Dado esse contexto, a partir dos objetivos do *blog* e de uma das três lógicas que definem a moda, segundo Lipovetsky e Serroy (2011, p.95), a inovação permanente, o objetivo do artigo é perceber como a moda está sendo construída pela prática contrária quando pensamos em consumo: o ato de não comprar.

O *blog* também é entendido aqui como um espaço para o compartilhamento de experiências (RECUERO, 2001, p.105) e, dessa forma, há a probabilidade de gerar visibilidade tanto da autora quanto do *blog* que, ao longo do processo, vai adquirindo uma importância para o circuito de comunicação de moda na web e obtendo novas visualizações e comentários e também parceria com outros sites.

Ciberespaço, Cibercultura e a Moda

O campo da cibercultura tem um papel relevante nesse movimento de construção de modas, pois é pela rapidez com que as informações são processadas e acessadas que há esse diferente posicionamento da moda atual. A cibercultura é entendida aqui como conjunto de práticas e realidades culturais ligadas as novas mídias. Segundo Felinto (2007), Macek estabelece quatro conceitos para a cibercultura e o terceiro deles seria entendê-la “como expressão das formas de vida, práticas e problemas antropológicos ligados às tecnologias digitais” (FELINTO, 2007, p.5). Com o advento das novas mídias há um processo de apropriação dessas pelos usuários que vão inseri-las nas suas práticas cotidianas estabelecendo um movimento entre as esferas on e off-line.

Uma das formas muito usadas para abordar o assunto na web são os *blogs*. Essa ferramenta possibilitou ao interessado em moda publicar e produzir a sua própria. Segundo Amaral et al. (2009, p.28), o termo “*weblog*” foi usado pela primeira vez

por, Jonh Barger, e estava relacionado a sites que divulgavam *links* na *web*. Em um segundo momento, a utilização de ferramentas de publicação e a possibilidade de fazer a manutenção em sua própria página, fizeram com que os *blogs* se popularizassem focados principalmente no seu uso como diários pessoais. Segundo o site da agência *Bodh Gaya* Comunicação ³, em dezembro de 2010, o número estimado de *blogs* de moda no mundo já estava em 13 milhões, e dentre esses alguns estão voltados para temas específicos da moda como: *blogs* de marcas e grifes, *blogs* de jornalistas especializados, *blogs* de *designers* e *blogs* de apreciadores de moda. A possibilidade de poder criar e manter seu próprio *blog* e o acesso as informações em um curto espaço de tempo podem ser considerados fatores que facilitaram a criação de *blogs* de moda no mundo e no Brasil. Os próprios consumidores, considerando a facilidade de ter um *blog*, começaram a criar suas páginas com o objetivo de compartilhar suas experiências de compras, desejos e tendências mesmo não sendo profissionais da área ou da comunicação.

Com o desenvolvimento das tecnologias e das ferramentas utilizadas na *web* ficou mais fácil acessar informações e notícias em diversas áreas, buscar novas formas de entretenimento, comprar, e com os movimentos de inclusões digital, uma grande parte da população pode ter acesso a todo esse mundo ofertado pela rede.

As pessoas mais rapidamente podem procurar quais são as tendências, quais os modismos do momento, onde encontrar determinado produto, efetuar a compra pela internet ou simplesmente se informar e trocar informações com outros interessados no assunto. Anteriormente com a mídia massiva, como os jornais, revistas e a televisão, as

³ Disponível em: <<http://www.bodhgaya.com.br/blogs-de-moda-ganham-destaque-no-mercado-digital/>>. Acesso em 02 ago. 2011.



trocas e emissões das opiniões dos receptores era um processo mais difícil. Hoje com a presença das mídias pós-massivas há a possibilidade de outras formas de produção e distribuição de informações que permitem outros tipos de interações e trocas entre os sujeitos. Para Lemos (2009), essa mídia pós-massiva é instaurada pela cibercultura e é caracterizada por indivíduos que podem a qualquer momento produzir e publicar conteúdos sob diversos formatos como *blogs* e *podcasts*.

Com a facilidade de criar e divulgar suas próprias ideias, pensamentos e ações, a moda sofreu algumas modificações. Não é mais necessário esperar as revistas especializadas ou as colunas dos jornais direcionadas ao assunto para estar informado. Hoje há desde os sites oficiais das marcas, as versões *on-line* das revistas e jornais até sites e *blogs* de pessoas que apenas gostam do assunto, mas que não são profissionais da área. E, além disso, os indivíduos podem divulgar o seu estilo próprio sem ter que seguir o que os meios estabelecem, ou seja, no momento atual são os consumidores que vão construindo a sua moda.

A construção do blog

“Um Ano Sem Zara – 365 dias sem comprar. Ajudando as mulheres a viverem com seus armários” foi criado em março de 2011 por uma publicitária que, segundo seu perfil no *blog*, é uma *fashionista* de plantão e, por isso mesmo, não tem dinheiro nas horas vagas. Esse foi o motivo principal para dar início a jornada de não comprar nada durante um ano:

Está na hora de uma mocinha de 27 anos começar a investir em coisas mais importantes do que roupas (isso é questionável, mas tudo bem). Chega de dívidas parceladas no cartão

de crédito! Matem a *Becky Bloom*⁴ que existe dentro de vocês! Viva as pessoas que tem caderneta de poupança!⁵

Portanto, a proposta do *blog* é que a autora poste diariamente o visual do dia que só poderá ser montado com roupas que ela já possuía antes do início de *blog* com o objetivo de economizar e ajudar outras mulheres a não comprar, como diz o próprio nome do *blog*⁶.

Segundo Lemos (2009), com o advento da Web 2.0 as probabilidades de interações e participações no universo *on-line* aumentaram.

A cibercultura instaura uma estrutura midiática ímpar na história da humanidade, na qual, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode produzir e publicar informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, adicionar e colaborar em rede com outros, reconfigurando a indústria cultural. (...) Trata-se de crescente troca e processos de compartilhamento de diversos elementos da cultura a partir das possibilidades abertas pelas tecnologias eletrônico-digitais e pelas telemáticas contemporâneas. (LE MOS, 2009, p.39)

No caso do *Um ano sem Zara* a interatividade é usada para também ajudar a blogueira a atingir seu objetivo de não comprar nada durante um ano. Os

4 Personagem do filme *Delírios de Consumo* de Becky Bloom, em inglês *Confessions of a Shopaholic*, baseado nos livros *Shopaholic* de Sophie Kinsella. No filme a personagem é caracterizada pelo consumo compulsivo e por fugir dos cobradores que estão atrás dela.

5 Disponível em: <<http://www.umanosemzara.com.br/search?updated-max=2011-03-10T10%3A48%3A00-03%3A00&max-results=7>>. Acesso em 08 set. 2010

6 É importante ressaltar que este artigo foi apresentado em outubro/2011 e o desafio chegou ao fim em março/2012, mas o blog continua ativo com outro subtítulo: Um ano sem Zara: como voltar às compras e não entrar no buraco.



leitores cobram os *posts*, quando a autora deixa de publicar um dia, querendo saber qual foi o *look* daquele dia e a própria blogueira sabe que esta é uma forma de os leitores ajudarem ela, como se criasse uma espécie de vigilantes do *blog*. Para Bruno (2009), no ciberespaço há a presença de uma vigilância de todos para todos que se justifica pelo medo, segurança e proteção, mas também como forma de entretenimento e sociabilidade, como os *reality shows*, *micro-blogs*, redes sociais e sites de compartilhamento de imagens.

Com a interação proporcionada pelo *blog*, entre a autora e os leitores, através de comentários, trocas de dicas e informações, a audiência da página tornou-se uma preocupação para a blogueira. Segundo publicação do dia 131,

Bem, não sei se todas vocês sabem, mas dia 13 de julho (quarta-feira) é o Dia Mundial do Rock. Sim, é daqueles dias comemorativos que quase ninguém sabe que existe (tipo o Dia do Sogro ou o Dia do Datiloscopista). E, sim, eu estou inventando assunto pra falar por aqui (tem que fazer o *blog* render, né gente?)⁷.

A partir desse dia, foram criadas algumas semanas temáticas, dedicadas a compor o visual de acordo com o tema proposto, por exemplo, a semana da pátria e do rock. Também no início o *blog* não tinha nenhum tipo de publicidade de lojas ou outros sites ou *blogs*. No entanto, entre os meses de julho e agosto, o *blog* Um ano sem Zara integra a rede *modaspot.com*⁸ que é um site da Editora Abril que reúne os sites das revistas *Elle*, *Manequim* e *Estilo*⁹ e passa a haver no

7 Disponível em: <<http://www.umanosemzara.com.br/2011/07/dia-131.html>>. Acesso em 21 set. 2011.

8 <http://modaspot.abril.com.br/>

9 A rede *Modaspot.com* cobre o tema moda unindo os sites das revistas *Elle*, *Estilo* e *Manequim* e também disponibiliza conteúdo gerado diariamente. O *slogan* da página é: O portal para quem faz, ama e consome moda. As seções do site estão relacionados a temas como tendência, beleza, gente, desfiles e dicas profissionais.

blog anúncios da editora para novos assinantes.

Apesar de os *blogs* não serem sites de redes sociais, podemos colocá-los na categoria de sites de redes sociais apropriados (RECUERO, 2009). “Sites de redes sociais apropriados são aqueles sistemas que não eram originalmente, voltados para mostrar redes sociais, mas que são apropriados pelos atores com este fim” (RECUERO, 2009, p.105). Segundo a autora, são os usuários destes sistemas que os apropriam com esta finalidade, utilizando os recursos de publicação, comentários ou indicando *links* de outros sites e *blogs*. Ainda de acordo com Recuero (2009), os blogueiros têm várias motivações para manter e construir um *blog* como criar um espaço pessoal, gerar interação social, conhecimento, autoridade, popularidade e visibilidade. O crescimento de *Um Ano Sem Zara* confirma esse conjunto de ideias e acaba por atualizar e redimensionar certas questões do sistema da moda, mantendo, ao mesmo tempo, pela rede para o qual ele se volta e da qual faz parte, lógicas do consumo que o cercam.

Consumo de moda

Vivemos em uma época na qual a busca por produtos novos, desde aparelhos eletrônicos até alimentícios, é constante. As diferentes marcas e empresas buscam incessantemente atender as expectativas dos consumidores com novidades sem fim. E na moda não é diferente, segundo Lipovetsky e Serroy,

O temporário é a lei a uma só vez estética e econômica da cultura de massa, estruturalmente em sintonia com o mundo moderno da velocidade e da inovação perpétua. Daí o parentesco das indústrias culturais com a moda: no centro destas, como produção maciça de produtos não duráveis e prontos para o consumo apenas para divertimento, encontram-se “o transitório, o



fugidio, o contigente” (Baudelaire), trísticos da moda. (LIPOVETSKY; SERROY, 2011, p. 72).

Este sistema é marcado pelo temporário e pelo descartável a medida que as marcas, as celebridades a toda hora lançam novos produtos que em mais algum tempo serão a nova “febre” dos consumidores ligados a esse universo. Ou é uma cor ou a forma ou o material novos ou, simplesmente, o modo de usar que muda toda a forma daquele consumidor construir o seu estilo.

Atualmente, a moda se caracteriza por uma nova forma de produção: *fast fashion*, que traduzindo livremente seria a moda rápida, ou seja, em um espaço curto de tempo as marcas estão lançando novos produtos ou variações das linhas já existentes e não há mais aquela sazonalidade que havia anteriormente, coleção verão – inverno. Os próprios consumidores se apropriam das peças de roupas e constroem a sua moda independente da estação em que se esteja. O nome do *blog* faz referência a uma cadeia de lojas espanhola que faz uso deste sistema de produção: *Zara*¹⁰. A cada duas vezes na semana a loja disponibiliza novidades e os consumidores que se sentem atraídos pela possibilidade de comprar uma peça diferente, em um curto espaço de tempo, com um custo relativamente baixo, comparando com outras marcas, podem ter acesso as variações das tendências da moda mundial. Mas como a própria blogueira escreve no primeiro post “Hoje começa o ‘*Um ano sem Zara*’: um aninho sem comprar nadinha. *Zara*, obviamente, é uma metonímia (alô, gramática-ca-ca-ca) para representar toda e qualquer loja de vestimenta”, ou seja, parece que a *Zara* funciona melhor como nome do *blog* pois se insere na categoria de lojas mais acessíveis em

10 Cadeia de lojas de artigos feminino, masculino e infantil que pertence ao conglomerado espanhol de empresas têxteis da Europa: Inditex

relação a preço e novidades¹¹. Segundo Lipovetsky e Serroy (2011), a *Zara* possui uma grande variação de produtos, produzindo cerca de 12 mil *designs* todos os anos devido a renovação constante.

O setor tecidos, vestuário e calçados, no Brasil, em relação ao comércio varejista, teve crescimento de 10%, considerando os 12 meses de 2010, representando recuperação do setor após queda de 2,1% em 2008 e 2009. Dois fatores que influenciaram a alta foram o crescimento da massa salarial e a retomada de crédito, segundo dados do IBGE¹². Já em relação ao comportamento de compra do consumidor de vestuário, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT), de 2010, 67% dos consumidores compram roupas no mínimo uma vez por mês, 81% das compras eram destinadas ao próprio consumidor, 31% das compras foram motivados para substituição de uma peça antiga e 31% eram artigos jovens e atuais¹³. Portanto, o mercado de vestuário é um setor representativo na economia do país e, o consumidor está consumindo moda, pois busca produtos novos e tem uma frequência alta de compra.

O consumidor da contemporaneidade é possuidor de características distintas em relação a épocas anteriores. Ele não quer mais o que todo mundo tem,

11 O preço relativamente mais baixo está sendo considerado aqui no contexto que a blogueira parece estar inserida tomando como base as observações dos posts, pois nos créditos das roupas que ela usa há muitas marcas e redes de lojas internacionais, o que pode demonstrar que ela tem acesso a essas marcas destinadas a consumidores com um poder aquisitivo mais elevado, mas poderíamos falar aqui de *Renner*, *C&A*, *Riachuelo* ou *Marisa* que se enquadram no mesmo tipo de loja que a *Zara*, mas focada principalmente em um público com menor poder aquisitivo.

12 Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1803&id_pagina=1>. Acesso em 09 set. 2011.

13 Disponível em: <http://www.abit.org.br/site/navegacao.asp?id_menu=8&id_sub=25&idioma=PT>. Acesso em 09 set. 2011.



o consumo ficou mais individualizado, personalizado, o interessante agora é desenvolver um estilo próprio sem ser refém de um em particular. Considerando as três fases do capitalismo de consumo, elaboradas por Lipovetsky (2007), a fase atual, que se iniciou nos anos 1970, seria a do hiperconsumismo.

O consumo ordena-se cada dia um pouco mais em função de fins, de gostos e critérios individuais. Eis chegada a época do hiperconsumo, fase III da mercantilização moderna das necessidades e orquestradas por uma lógica desinstitucionalizada, subjetiva, emocional (LIPOVETSKY, 2007, p.41).

A fase III se caracterizaria por um consumo mais voltado ao prazer e a felicidade, o consumo emocional, do que a busca por distinção social e status, características da fase II, ainda segundo o autor. Esta fase, que se estabelece por volta dos anos 1950, foi assinalada pelas práticas de segmentação e especialização dos mercados e também pelo começo do consumo individual. Segundo Lipovetsky (2007, p.36), a fase II “[...] é marcada pelo culto hedonista e psicológico, pela privatização da vida e a autonomização dos sujeitos em relação às instituições coletivas”. A primeira fase do consumo, que se estabeleceu no período de 1880 a 1945, foi a fase do nascimento do mercado de massa. Padronização, consumo e produção de massa e *marketing* de massa são algumas de suas características.

Atualmente, pode-se compreender o indivíduo/consumidor perpassando as duas últimas fases do ciclo do consumo. Ele está antenado nas novas tendências, mas vai utilizar o que mais lhe convém e o que está associado ao seu estilo próprio. Como diz Lipovetsky (1989), o indivíduo não se torna um alienado por procurar um movimento caracterizado pela efemeridade, como a moda, muito menos um

seguidor cego de tendências desencontradas, ele tem liberdade para buscar a sua subjetividade, é ele o principal agente das suas escolhas. Lipovetsky trabalha com a ideia de ambiguidade na moda: “... a moda não encontra seu modelo adequado nem nas teorias da alienação... não institui nem o reino da espoliação subjetiva final nem o da razão clara e firme” (LIPOVETSKY, 1989).

Apesar de o consumidor buscar as informações tanto em mídias massivas como pós-massivas, atualmente não se pode mais falar em uniformidade em relação a este fenômeno. Cada um pode adequar os produtos as suas práticas e emitir diferentes significados através do consumo.

A construção da moda e o não consumo: contradições de *Um ano sem Zara*

A moda é caracterizada, como já foi dito, pela individualização e efemeridade. A partir das informações que o consumidor possui ele vai construir a sua própria. Atualmente a moda de rua é o novo modismo, ou seja, pessoas que não são celebridades, pessoas comuns que, muitas vezes, influenciam o que os renomados estilistas vão por na passarela. As próprias mídias massivas e não-massivas (LE MOS, 2009), divulgam que o legal é o consumidor comprar de acordo com seus gostos e usos, portanto, o que é moda, atualmente, pode-se dizer, é não seguir os seus ditames a risca. Os próprios consumidores, muitas vezes, podem dar outros sentidos aos produtos que eles consomem e que, em um primeiro momento, segundo o *mainstream* teria outro uso.

A uma produção racionalizada, expansionista além de centralizada, barulhenta e espetacular, corresponde *outra* produção, qualificada de “consumo”: está é astuciosa, é dispersa, mas ao mesmo tempo ela se insinua ubiquamente, silenciosa e quase invisível, pois não se faz notar



com produtos próprios mas nas *maneiras de empregar* os produtos impostos por uma ordem econômica dominante (CERTEAU, 1998, p.39)

No entanto, é importante perceber que apesar de o consumidor poder fazer suas próprias escolhas e usos, no momento, é a própria moda que também diz que o legal é fazer assim, o que nos leva a pensar se realmente o indivíduo tem toda esta liberdade de construção do seu estilo, ou acompanhando as três lógicas da moda, segundo Lipovetsky e Serroy (2011), sedução, estilização e inovação permanente, não seria este apenas mais um momento da moda que logo será substituído por outro? A discussão em torno dos fenômenos moda e consumo nos leva a questionar como a construção da moda acontece quando não se compra nada? Como fica o papel da inovação permanente e da busca incessante por novidades no processo de construção dessa moda do blog em questão? Para Svendsen,

Tanto a moda quanto a arte moderna – talvez porque a arte está sujeita à lógica da moda – foram governadas por uma “ânsia de inovar”. Enquanto o artista pré-moderno estava sujeito a uma exigência de permanecer dentro do arcabouço da tradição, o artista moderno esteve sujeito a uma exigência de exceder tais arcabouços – e sempre criar algo *novo* (SVENDSEN, 2010, p.30).

Seguindo uma das três lógicas, a inovação permanente, a moda foi e está sendo construída em dois momentos: o primeiro no qual a autora do *blog* adquiriu tantos produtos que chegou a uma situação financeira de extrema dificuldade e, por causa dessa situação, a levou ao segundo momento, de não comprar nada. Considerando os dois momentos percebe-se que a busca pelo novo está presente tanto pelas compras que a fizeram ficar no vermelho nas finanças, pelo fato

de gostar de moda, como ela mesma se definiu no perfil do *blog* “*fashionista* de plantão”, no primeiro momento, como a preocupação que há em ter que montar 365 *looks* só com as roupas que já tinha, mesmo repetindo algumas delas em alguns dias, no segundo momento. Mesmo acontecendo esta repetição percebe-se que os visuais construídos pela blogueira estão sempre atrelados as tendências atuais, lembrando que é uma moda que em curtíssimos espaços de tempo lança novidades, mesmo sem já não comprar nada há 191 dias.

Segundo o site *Fashion4Fun* as tendências para o inverno 2011 eram calças com barra mais curta, calças pantalonas, saias longas, vestido midi, peles, pelúcias e plumas, tricô, xadrez, estampa de bicho, couro, cores neutras, brilhos, transparência, sobreposições e *mix* de texturas e “pesos”¹⁴. Destas 14 tendências pelo menos 8 apareceram nos visuais de *Um Ano Sem Zara*, para o inverno 2011, como a pluma, o tricô, estampas de animais e a saia longa. Portanto, a moda que está sendo construída no blog está de acordo com a propagação de uma moda de releituras como novidades e não com novidades que nunca foram pensadas anteriormente. Apesar de o inverno 2011 coincidir com a temporada do *blog*, muitas dessas mesmas tendências já foram difundidas em épocas anteriores a essa como as calças pantalonas que foram tendência no inverno 2008, as saias longas ou os *cardigan* e assim por diante. Segundo Svendsen,

Há uma ampla concordância de que os ciclos se aceleraram rapidamente desde o século XIX, especialmente nos últimos 50 anos. Sem dúvida ninguém é capaz de criar estilos radicalmente novos nesse ritmo, e uma reciclagem de estilos anteriores tornou-se a norma (SVENDSEN, 2010, p. 34).

14 Disponível em: <<http://fashion4fun.com.br/tendencias-inverno-2011>>. Acesso em 09 set. 2011.



Dessa forma, mesmo sem comprar nenhuma peça de roupa durante um ano, é muito provável que até o final desta jornada, a blogueira consiga estar de acordo com as tendências da moda passando de uma lógica de substituição à lógica de suplementação devido a este movimento de reciclagem na moda (SVENDSEN, 2010). A lógica da inovação permanente, pois, não deixa de ser compatível com o fenômeno moda. No entanto, essa inovação estaria atrelada a tendências passadas que voltam a cena depois de certos períodos. Talvez poderia-se falar em uma renovação permanente da moda que sempre volta ao passado para ressignificá-la no presente. Ao optar por não consumir, a blogueira acaba por temporalizar o consumo, atualizando-o e, portanto, mantendo-se “fiel” a ele.

Considerações finais

Apesar de o consumo e a moda estarem fortemente ligados as escolhas individuais, não é possível dizer que o coletivo não atue também de maneira importante nos dois fenômenos. A sociedade é caracterizada por uma rede de interdependências nas quais são estabelecidas redes de relações e, dessa forma, vão construindo suas representações. Além disso, se as décadas do século XX foram marcadas por novos feitos na moda o mesmo não acontece no século XXI. O sistema está lançando modas mais em relação aos comportamentos, estilos de vida e modos de usar do que propriamente ao vestuário.

A questão da sustentabilidade é um exemplo de como modos e estilos de vida também fazem parte de um processo mais amplo, mas que também tem o seu papel na construção de modismos. Cada vez mais empresas, marcas, governos e consumidores querem ser sustentáveis. Essas práticas podem estar ligadas as tentativas de consumir menos ou consumir produtos que tenham sido produzidos de

maneira a deixar menos impactos ambientais, por exemplo. Marcas como *Cantão*, *Osklen* e *Hering* já aderiram às práticas sustentáveis pensando na reciclagem das matérias-primas, no processo produtivo e a utilização de materiais recicláveis nas roupas¹⁵. É possível que o consumidor compre determinados produtos sustentáveis, mas a prática sustentável é também muito valorizada, como economizar água e energia, reaproveitamento de materiais e assim por diante. O mais importante é ter uma atitude sustentável e saudável. Esse seria um estilo de vida que é, de certa forma, transformado em produto.

Assim, na sociedade contemporânea, consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como produtor de sentido e identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilos de vida e identidades; e uma categoria central na definição da sociedade contemporânea (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p.26).

No estudo em questão, a moda que é construída a partir da prática do não consumo, no *blog*, está pautada por uma lógica de renovação permanente, já que mesmo sem comprar nada a moda apresentada está atrelada às tendências. No entanto, esse novo reaparece como uma releitura de modas anteriores, corroborando, de certa forma, o contexto contemporâneo.

15 Disponível em: <<http://www.mundodomarketing.com.br/9,10892,osklen-hering-e-cantao-apostam-em-sustentabilidade.htm>>. Acesso em 10 set. 2011.



Além de a blogueira estar aliada as tendências, pode-se dizer que cada vez mais a moda por ela pensada refere-se ao sistema atual no qual o caráter local da moda torna-se global, pautado por tendências globais. Hoje, apesar de haver estilistas que buscam criar uma moda mais local e de maneira não caricata, o que se percebe é que as roupas acabam sendo as mesmas. Segundo Lipovetsky e Serroy,

É esse contexto que assiste ao advento de um consumidor transnacional que deseja em toda parte as mesmas marcas e se comporta segundo os mesmos padrões. Em razão da padronização dos objetos, do aumento da mobilidade dos indivíduos, da aceleração com que a informação circula, do poder das mídias, e da publicidade, um novo tipo de consumidor teria surgido, tendo ele expectativas homogêneas qualquer que seja seu território geográfico (LIPOVETSKY; SERROY, 2011, p.113).

O próprio nome do *blog* leva o nome de uma cadeia de loja mundial, *Zara*, e também os créditos das roupas postados em cada publicação está relacionado a essa globalização das marcas e consumo. No post do dia 191, entre os créditos das roupas, estão um casaco da *Zara* e a bolsa comprada em New York. Além de outras publicações que trazem lojas de Buenos Aires e das cadeias de lojas *Accessorize*¹⁶ e *H&M*¹⁷. Por essa razão, é possível pensarmos não mais em uma moda que lança somente roupas, acessórios, maquiagens, mas também e, principalmente, um consumo voltado para

16 A *Accessorize* faz parte do grupo inglês Monsoon; que é composto pelas marcas: Monsoon Ladies, Monsoon Children, Monsoon Baby, Monsoon Home e *Accessorize*. Disponível em <<http://www.accessorize.com.br/empresa.shtml>>. Acesso em 10 set. 2011.

17 Empresa de vestuário sueca pautada na produção fast fashion. Disponível em: <<http://en.wikipedia.org/wiki/H%26M>>. Acesso em 10 set. 2011.

estilos de vida e comportamentos diferenciados.

Além de economizar, objetivo principal da criação do *blog*, a blogueira também coloca no primeiro *post*, citado na introdução, que este é um *blog* de moda e sustentabilidade pelo fato de não comprar nada durante um ano. No entanto, apesar de não comprar nada, há uma indicação de compras para os leitores do *blog* através dos créditos das roupas usadas em cada dia. Pensando na questão individual da autora pode-se até considerar a questão da sustentabilidade, no entanto, para os leitores as indicações podem funcionar como um incentivo a compra, podendo não ser da marca em questão, mas comprar algo parecido e, portanto, o *blog* não estaria provendo nem a sustentabilidade e nem ajudando as mulheres a viverem com suas roupas durante um ano.

É interessante perceber que, dependendo da maneira com a qual se problematiza, o *blog* serve tanto de inspiração para outros consumidores que também desejam frear um impulso consumista exagerado como também serve de inspiração para possíveis compras para tantos outros leitores do *blog*, segundo um comentário dos leitores,

Eu sou *shopaholic* assumida e não sei como "ainda" não estou na merda. Tb tenho um *blog*, mas ao contrario do seu, o meu incentiva o consumismo, e eu até posto minhas melhores compras semanais. Não consigo ficar UM dia sem comprar kkk. Mas vou melhorar, preciso de \$\$ pra viajar, pra comprar mais barato fora, pq aqui no Brasil, não dá nem pra sustentar uma *Zara*...¹⁸

A partir de um problema financeiro particular, a blogueira, expõe no ciberespaço todo o processo de poder construir sua imagem com o incentivo e

18 Disponível em: <<http://www.umanosemzara.com.br/2011/03/dia-1.html#comments>>. Acesso em 21 set. 2011.



também críticas dos leitores, pois muitos deles questionam o fato se realmente ela não comprou nada e também se a criação do *blog* não teria sido criado de antemão pelas marcas que ao longo do processo vão ser creditadas no *blog*¹⁹.

Apesar de uma das lógicas da moda ser a inovação permanente, é possível falarmos em uma renovação permanente a medida que o novo, que é tão valorizado na construção das modas, não é, na maioria da vezes, tão novo assim. Percebe-se um movimento de reciclagem de modas passadas que são trazidas e atualizadas para um novo contexto histórico e social. Portanto, oferece-se ao consumidor a possibilidade de reaproveitar roupas de coleções passadas para estar atrelado as tendências atuais. A moda “da blogueira” é construída, de maneira bastante visível, acompanhando as tendências sem comprar nenhuma roupa. Um não consumo, pois, que fala de um outro consumo, mas que se permanece dizendo de um mesmo sistema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana; MONTARDO, Sandra; RECUERO, Raquel. Blogs: definições, tipologias e metodologias. In: _____(orgs). Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 27-53.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, C. O consumo nas ciências sociais. In: _____(orgs.) Cultura, Consumo e Identidade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p.21-44.

BOURDIEU, Pierre. Questões de sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p.154–161.

BRUNO, Fernanda. Mapas de Crime: vigilância distribuída e participação na cibercultura. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 18, 2009. Belo Horizonte. Anais... Belo Horizonte: COMPÓS, 2009. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/409/352>>. Acesso em 21 set. 2011.

CERTEAU, Michel de. A Invenção do cotidiano – Artes de Fazer. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1998. 3ª ed.

FELINTO, Erick. “Sem mapas para esses territórios”: a Cibercultura como Campo de Conhecimento. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30, 2007. Santos. Anais...Santos: INTERCOM, 2009. Disponível em: <<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/files/others/intercom-aciberculturacomomcampo.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2011.

LEMOS, André. Cibercultura como território recombinante. In: CAZELOTO, Edilson; TRIVINHO, Eugênio. (orgs). A cibercultura e seu espelho: campo de conhecimento emergente e nova vivência

19 A questão do possível envolvimento de marcas na criação do blog foi uma contribuição das discussões no congresso onde o artigo foi apresentado.



humana na era da imersão interativa. São Paulo: ABCiber, Instituto Itaú Cultural, 2009. p. 38-46. Disponível em: <http://abciber.org/publicacoes/livro1/a_cibercultura_e_seu_espelho.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do efêmero. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles.; SERROY, Jean. A Cultura-Mundo: resposta a uma sociedade desorientada. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulinas, 2009. p. 102-115.

SIMMEL, George. Da psicologia da moda: um estudo sociológico. In: ÖELZE, Berthold; SOUZA, Jessé. (orgs.) Simmel e a modernidade. 2.ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005. p. 159-168.

SVENDSEN, Lars. Moda: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

A construção da moda através do não consumo:
O blog Um ano sem Zara
Maria Fernanda Nedochetko Carli

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 23 de maio de 2012.





6

Anonimato, ética e credibilidade na blogosfera e no Twitter: a crítica gastronômica no *Alhos, passas & maçãs* e no *@carapuceiro*

Anonymity, ethics and credibility in the blogosphere and on Twitter: gastronomic criticism in “Alhos, passas & maçãs” and in @carapuceiro

Renata Maria do Amaral ¹

RESUMO Este artigo busca compreender a crítica de gastronomia anônima atualmente praticada na internet, com base no estudo dos casos do *blog Alhos, passas & maçãs* e do Twitter *@carapuceiro*. Antes vistos como diários pessoais ou meios de comunicação entre amigos, hoje os *blogs* e redes sociais não têm limites – e, quando usados para criticar restaurantes negativamente, sua repercussão atinge fronteiras impensadas, incluindo reações de *chefs* de cozinha e dos próprios jornalistas. Ao mesmo tempo em que essas ferramentas ampliam as possibilidades de comentários subjetivos elaborados por pessoas comuns, sem necessitar de um diploma de jornalismo, a imprensa perde em credibilidade ao optar por fazer críticas amenas, submetendo-se a convites enviados por assessorias de imprensa e ao “jornalismo cordial”.

PALAVRAS-CHAVE Jornalismo gastronômico; crítica gastronômica; ética; anonimato; credibilidade.

ABSTRACT This article intends to understand the anonymous restaurant critic currently made on the Internet, based on the cases of the *Alhos, passas & maçãs* blog and the *@carapuceiro* Twitter. Before considered as personal diaries or means of communication among friends, today blogs and social networks have no limits – and, when used to criticize restaurants negatively, its impact reaches unpremeditated boundaries, including reactions of chefs and journalists themselves. At the same time that these tools extend the possibilities of subjective comments written by ordinary people, without a degree in journalism, the press loses credibility by choosing to criticize in a courteous way, submitting itself to the invitations sent by press offices and to the “cordial journalism”.

KEYWORDS Gastronomical journalism; culinary critic; ethics; anonymity; credibility.

¹ Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCOM-UFPE). Mestra em Comunicação (2006), especialista em Design da Informação (2003) e graduada em Jornalismo (2001) pela mesma instituição. Professora das Faculdades Integradas Aeso/Barros Melo, em Olinda (PE), e na Faculdade Joaquim Nabuco, no Recife. E-mail: reamaral@gmail.com.



O que há num simples nome?

*O que há num simples nome?
O que chamamos rosa,
com outro nome,
não teria igual perfume?*

William Shakespeare

O cenário é a padaria paulistana *Julice Boulangère*, em uma manhã de sábado. É comum haver fila na porta do local, sempre disputado. Desta vez, há 12 pessoas esperando, incluindo uma mulher grávida e um homem com um bebê de colo. Eis que aparece o *chef* de um restaurante das redondezas, cumprimenta a própria Julice Vaz, dona do local, e começa a escolher seus pães, ignorando as pessoas na espera. Um homem desiste e vai embora, não sem antes reclamar com o caixa. De volta, recebe comentários irônicos em vez de uma resposta educada. Já em casa, ele reclama sobre a situação no Twitter. Muitos se solidarizam com ele – inclusive o rapaz com o bebê de colo, que conta ainda que o *chef* e o caixa ficaram rindo quando ele saiu da padaria.

“É a vida. Afinal, os privilegiados também sabem rir. Aliás, sobretudo eles. Para os comuns, existem as filas (nem sempre respeitadas) e as redes sociais”, diria o homem em seu *blog Alhos, passas & maçãs*. Ao ver o comentário agora postado ² em um dos *blogs* de gastronomia mais reputados e sérios do país, a proprietária Julice Vaz publicou uma resposta, mas não reconheceu o erro nem pediu desculpas: “Numa próxima visita, identifique-se e nos procure. Teremos prazer em recebê-lo. Ainda, não hesite em nos procurar, caso algo não transcorra dentro da sua expectativa.” A resposta do *Alhos* – vamos chamá-lo

2 DOS PRIVILÉGIOS. *Alhos, passas & maçãs*, São Paulo, 10 mar. 2012. Disponível em: <<http://alhosepassas.wordpress.com/2012/03/10/dos-privilegios/>> Acesso em 17 mar. 2012. [Nota da autora: optamos por inserir as referências a postagens, tuítes e matérias da imprensa como nota de rodapé, para distingui-las das referências bibliográficas apresentadas no final do artigo.]

por esse apelido, pois se trata de um *blog* anônimo – é exemplar do que buscamos analisar neste artigo:

Não tenho dúvida de que, se me identificasse, receberia outro tratamento. Mas é exatamente contra esse tipo de privilégio que escrevi o *post*. Me identificar é a última coisa que faria, que farei. O princípio do *blog* é frequentar lugares como um cliente comum. Nem sempre consigo. Mas lhe asseguro que o aprendizado é incrível. Conhece-se muito melhor o funcionamento de uma casa, descobre-se muito mais sobre a permanência de atitudes e comportamentos oriundos de passados obscuros. Além disso, ganha-se em privacidade o que se perde em rodeios e bajulação, tantas vezes falsa.

Tal situação nos remete ao antropólogo DaMatta (1997), que fez um estudo aprofundado das situações de uso da expressão “Você sabe com quem está falando?”. A frase divide a população entre cidadãos de primeira e de segunda classe, ou seja, aqueles que possuem privilégios – geralmente passando por cima de qualquer ética – e aqueles que não os possuem:

É sabido que tal modo de questionamento é desagradável e autoritário, sendo utilizado em situações onde o seu usuário deseja romper com alguma regra que teoricamente o submete. Uma situação ideal que a maioria dos brasileiros pensa para justificar o uso de tal expressão é o rompimento de uma lei de trânsito, digamos, a tentativa de estacionamento em local proibido, seguida da intervenção do policial que, por sua vez, motiva o uso do “sabe com quem está falando?” pelo cidadão que se julga com direitos (reais ou imaginários) especiais (DAMATTA, 1997, p. 56).

Os “rodeios e bajulação” fazem parte do jornalismo gastronômico praticado atualmente no Brasil. Apesar de a ideia de “frequentar lugares como um cliente comum” ser preconizada em obras



de referência como o Manual da Redação da Folha de S.Paulo (2007), o anonimato na hora das visitas aos restaurantes é exceção, e não regra. O manual traz a seguinte afirmação no verbete Ética:

Ética – [...] Em muitos casos, a presença de um jornalista pode alterar a rotina de funcionamento de um determinado serviço ou evento. Ao testar os serviços de um restaurante, por exemplo, é conveniente que o repórter permaneça no anonimato e pague sua conta. De outro modo, sua avaliação poderia ficar comprometida por um atendimento especial ao qual seu leitor não teria acesso [...] (FOLHA DE S.PAULO, 2007, p. 42).

Atualmente, uma parcela significativa dos jornalistas de gastronomia não trabalha dessa forma e faz a crítica de estabelecimentos para os quais vai como convidado. Desnecessário comentar o quanto essa prática é prejudicial ao trabalho jornalístico, pois a equipe do restaurante faz de tudo para a experiência ser perfeita. O leitor, no entanto, não terá acesso ao mesmo tratamento quando resolver visitar a casa. É possível, e até provável, que ele se veja em situações como a descrita acima: impotente, ao ver um privilegiado *chef* desrespeitando a fila. Além disso, outro ponto deve ser considerado: o crítico anônimo também usufrui maior liberdade não somente na hora de degustar, mas também na hora de escrever. Os textos publicados na imprensa influenciam o público a ir ou não ir a um estabelecimento – e poder emitir opinião sem sofrer pressões de ninguém é o ideal.

Santana (2005) expõe sua noção de jornalista cordial, útil para nossa análise: com base na noção de homem cordial de Sérgio Buarque de Hollanda, a autora cria tal definição para nomear jornalistas que preferem copiar *releases* em vez de cumprir sua função adequadamente. O jornalista cordial é definido como “(...) uma ‘categoria’ profissional que

se caracteriza pelo não-cumprimento da função social de investigação e fiscalização, que opta por agradar a todos e evitar o conflito” (SANTANA, 2005, p. 96). Como exemplo, cita os cadernos de turismo patrocinados por empresas ou governos e os “brindes” – chamados de “jabás” no jargão jornalístico – em geral. A autora aprofunda a questão ao definir melhor essa cordialidade:

Entenda-se aqui por cordialidade não o sentido etimológico da palavra, mas sim esse amálgama de sensações e sentimentos que fazem o povo brasileiro ser reconhecido como “cordial” – uma cordialidade que pode até ser violenta, na medida em que parece ser apenas uma forma polida, epidérmica, de tratar os demais. Não se pode, nesse sentido, analisar o “homem cordial” como o homem que preza e respeita os outros, e sim como aquele que trata seus semelhantes com essa camada “cordial” de verniz social. (...). O “jornalista cordial”, então, poderia ser definido como aquele profissional que, ao querer agradar a todos, acaba por não cumprir sua função social de investigador e responsável por levar informações de interesse dos cidadãos (SANTANA, 2005, p. 75-76).

Alguns fatos recentes nos levam a crer que há uma tendência ao não-anonimato na crítica de gastronomia. A *Folha de S.Paulo*, como se pode perceber pelo trecho acima apresentado, sempre se gabou de seu crítico não aceitar convites nem se fazer anunciar nos restaurantes. No entanto, o *ombudsman* do jornal, responsável por criticar a publicação e defender os interesses dos leitores, já chegou a chamar a atenção para o fato de a própria *Folha* ter publicado uma foto do crítico Josimar Melo³

3 MAGALHÃES, Mário. Adivinhe quem vem para jantar. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 30 set. 2007. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om3009200701.htm>>. Acesso em 18 out. 2009.



em suas páginas. O jornalista respondeu não ver problema no reconhecimento:

“De toda forma, nunca anuncio minhas visitas aos restaurantes, e em muitos casos não me conhecem. Mesmo quando conhecem, isso não afeta a qualidade da comida (que é meu critério de julgamento, para dar ou não estrelas [...]).”⁴

Nove meses antes, ele já havia sido questionado sobre o assunto por uma leitora do seu *blog* pessoal, que estampa uma foto sua na capa. A resposta focou na impossibilidade de um mau chefe de cozinha se tornar instantaneamente bom por causa da presença do avaliador do jornal:

Se o cozinheiro não tem talento, não domina as técnicas, não é inventivo, é inexperiente; se o peixe já foi descongelado três vezes; se os legumes estão passados; se o caldo de galinha não foi feito lentamente na véspera – nada disso pode ser mudado em minutos. Claro, o garçom pode mandar um prato “maquiado”, ou seja, muito bem servido, mas se a comida é ruim, se vier em dobro é duplamente ruim... Claro, a casa pode colocar cinco garçons rondando a minha mesa, mas já sou veterano o suficiente para perceber que enquanto isso as demais mesas estão largadas à própria sorte – e portanto o serviço a mim prestado não é o padrão⁵.

Controvérsias à parte, Josimar Melo chegou

4 MELO, Josimar. Crítico gastronômico não vê problema. *Folha de S.Paulo*, São Paulo, 30 set. 2007. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ombudsma/om3009200702.htm>>. Acesso em 18 out. 2009.

5 MELO, Josimar. Como fazer uma crítica honesta? *Blog do Josimar*, São Paulo, 28 dez. 2006. Disponível em <http://josimarmelo.blog.uol.com.br/arch2006-12-24_2006-12-30.html>. Acesso em 18 out. 2009.

a apresentar no canal de TV fechada *National Geographic*, uma série chamada *O guia*, lançada em 2009, em que ele mostra a gastronomia de vários estados brasileiros e de outros países em 13 episódios. Ou seja, não se pode mais falar em anonimato no caso do crítico da *Folha de S.Paulo*. Pode-se afirmar que a “celebrização” atinge não somente os chefs de cozinha, mas até mesmo os próprios jornalistas. Além disso, em tempos de internet, é realmente difícil apagar todos os vestígios na rede para impedir que um crítico cujo nome é estampado nas páginas do jornal seja identificado.

O não-anonimato contemporâneo não redundando, ao contrário do que se pode pensar, em um estilo pessoal mais marcado no texto. O que se pode perceber é justamente o oposto: certa pretensão de objetividade nas críticas atuais. O autor não se coloca diretamente na crítica – o curioso é que, apesar de se tratar de um depoimento intrinsecamente pessoal, a impressão é de que o autor inexistente, como se fosse possível ser impessoal ao falar sobre o ponto de uma massa ou de uma carne que se degustou, algo motivado por percepções sensoriais intransferíveis.

É importante destacar que, apesar do significado do termo no senso comum, o gênero jornalístico “crítica” não quer dizer necessariamente algo negativo, mas apenas uma avaliação de determinado produto cultural. Para Piza (2003), bons críticos não se preocupam em apontar falhas se elas não existem. Melo (2003), em seu estudo sobre a opinião no jornalismo, afirma o seguinte sobre a crítica (que, aliás, prefere chamar de resenha para evitar confusões com a crítica literária acadêmica):

A nossa resenha não dispõe daquela seriedade e profundidade características do jornalismo francês ou do norte-americano; desenvolve-se como um gênero que, apesar das exceções, alimenta-se na superfície dos produtos culturais analisados e torna-se



presa fácil dos mecanismos aliciadores que fazem a promoção da indústria e dos seus protagonistas (MELO, 2003, p. 180-181).

Voltamos, aqui, à questão da profusão dos convites enviados por assessorias de imprensa para os jornalistas avaliarem os restaurantes. Essa prática passa longe do anonimato requerido para o exercício da profissão do crítico e o resultado costuma ter qualidade questionável. Muitas vezes, nem chega a constituir uma crítica, mas uma mera matéria de serviço, com muito pouco de opinião.

O *blog Alhos, passas e maçãs* não se propõe a ser jornalístico e não é escrito por um jornalista, mas por um “comilão”, como ele se autodenomina. Alhos afirma no *post* de nascimento do *blog*: “Este *blog* é escrito por uma pessoa comum que gosta de comer bem e que nem sempre está de acordo com as críticas gastronômicas que lê. Leia, comente e, claro, prove!”⁶. Nesse contexto, não chega a ser surpreendente, então, que um *blog* assim ocupe parte do lugar que deveria, teoricamente, ser do jornal, em que a liberdade de apontar aspectos negativos nas críticas vem sumindo.

A crítica de gastronomia do jornal *The New York Times*, Ruth Reichl, que se escondia sob os mais diversos disfarces para não ser identificada, é a inspiração para o nome do *blog*, um trocadilho com os títulos de dois de seus livros: “*Alhos e safiras: a vida secreta de uma crítica de gastronomia*” e “*Conforto-me com maçãs: amor, aventura e os prazeres da mesa*”. A página está no ar desde setembro de 2006. Durante dois anos, ficou hospedada no *UOL Blog*, ferramenta hoje pouco usada. Nessa época, os comentários eram raros e o contador de visitas marca a presença de 2.116 internautas no momento

6 SEM TÍTULO. Alhos, passas & maçãs, São Paulo, 15 set. 2006. Disponível em: <http://alhoepassas.zip.net/arch2006-09-10_2006-09-16.html#2006_09-15_13_52_21-11103040-0> Acesso em 17 mar. 2012.

de elaboração deste artigo. Em setembro de 2008, o *blog* migra para a plataforma Wordpress e começa a fazer sucesso no meio gastronômico: além de suas postagens contarem com 20 comentários em média cada uma, o contador chega a 250,659 visitas. A primeira postagem ⁷ do novo *blog* indica sua mudança de objetivo:

Alhos, Passas & Maçãs começou no endereço www.alhoepassas.zip.net. Sua proposta era um pouco diferente: textos mais longos e quase apenas voltados para um grupo de amigos. Os comentários, porém, foram se tornando raros, até que o *blog* foi quase abandonado. Continua, no entanto, no ar e lá estão cerca de 20 comentários. Se puder, visite. Agora, devidamente retemperado, o *blog* reaparece no WordPress. Textos mais variados, mais curtos e (tomara!) mais freqüentes. Um abraço!

É nessa passagem que o *blog* deixa de ter um caráter mais privado, de conversa entre amigos, para ser mais público, virando um diálogo expandido para quem quiser participar. O autor de *Alhos* chega a ser reconhecido como influente pela própria imprensa e participa como jurado do Prêmio Paladar, promovido pela editoria de gastronomia do jornal *O Estado de S. Paulo*, em 2009 – obviamente, resguardando sua identidade e indicando apenas o nome do *blog*. Seu comentário ⁸ sobre o porco caipira do restaurante Pomodori é um exemplo de sua escrita cheia de estilo e subjetividade, usando recursos de linguagem como metáfora e humor:

Tremendo três em um suíno. O molho é

7 COMEÇO de conversa. Alhos, passas & maçãs, São Paulo, 08 set. 2008. Disponível em: <<http://alhoepassas.wordpress.com/2008/09/08/comeco-de-conversa/>>. Acesso em 17 mar. 2012.

8 CARNE de Porco: os votos dos comilões. O Estado de São Paulo, São Paulo, 25 nov. 2009. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/suplementos/paladar/not_sup3431,0.shtm>. Acesso em 25 mar. 2012.



espesso e concentrado; e as carnes, bem saborosas. O medalhão é macio e úmido. A pancetta é incisiva e suave como uma bela barriga deve ser. E a excelente linguiça, feita na casa, tem um picante sutil e persistente que coaduna perfeitamente com a doçura da carne. Na corrida lombo a lombo com o outro forte concorrente da categoria, leva o voto por um focinho de diferença.

Alhos também participou do ciclo de debates e mesas-redondas “Entre Estantes & Panelas – A gastronomia de pensar”, cuja primeira edição foi realizada na Livraria Cultura, em São Paulo, em 2009. Neste caso, por se tratar de uma apresentação ao vivo, ele não pôde comparecer, sob pena de perder seu tão prezado anonimato, mas enviou um artigo que foi lido no local. “Entre estantes e panelas – o texto”⁹ foi publicado na íntegra no *blog* e resume bem o que o autor pensa sobre a importância de não se identificar para poder escrever livremente.

O texto explica que o *Alhos, passas e maçãs* foi criado em um momento de chateação com uma casa que já fechou, mas ele defende que a função do *blog* não é ser um “instrumento de vingança”. Em sua opinião, o que atrai os usuários para endereços como o seu é o diálogo com os leitores, em busca de opiniões contrastantes: “Eles dão mais espaço para o dissenso. E, apesar do Brasil ser um país que tem dificuldades sérias para lidar com o dissenso, a chance de discordar e a oportunidade de contrastar opiniões são características atraentes.” Em relação ao anonimato, ele esclarece de onde surgiu a ideia:

Aprendi com minha musa Ruth Reichl, cujas perucas até tentei, sem sucesso, imitar.

Aprendi comigo mesmo, numa experiência

9 ENTRE estantes e panelas. *Alhos, passas & maçãs*, São Paulo, 16 set. 2009. Disponível em: <<http://alhosepassas.wordpress.com/2009/09/16/entre-estantes-e-panelas-o-texto/>>. Acesso em 17 mar. 2012.

de vida já quase provecta, que me ensinou que sou tímido e a lidar com isso. Aprendi ao olhar como há de fato tratamento diferenciado em muitos restaurantes. E não me refiro a um agrado do *chef*, que manda uma entrada ou sobremesa. Não há mal nisso. Me refiro a algo que, pensado a seco, é simplesmente mesquinho: você demorar vinte minutos para obter uma garrafa de água enquanto a mesa ao lado é cercada de atenções. Este, diga-se de passagem, não é um exemplo abstrato.

Ainda no texto, *Alhos* percebe que o anonimato anda em baixa, pois o próprio *The New York Times* divulgou o nome e a foto do crítico atual e não deu tanta atenção aos esforços de Ruth Reichl e de seu colega Frank Bruni de permanecerem anônimos. Ele explica que não se revela, mas também não se esconde – e que nem mesmo pessoas da família sabem do *blog*. Raras vezes, já foi identificado:

Sei, por exemplo, que nos identificaram em três restaurantes. Não por acaso, são dos que mais freqüentamos. Dia desses, outro descobre. Paciência. Já disse: peruca não me cai bem. Mas ainda restam milhares de casas por aí. Muitas delas não reparam que seria mais razoável tratar as pessoas com isonomia. Epa, de novo, a expressão adequada é: de forma republicana. Porque comer não é só comer; há todo um entorno, há todo um contexto que envolve o fulano que sai para jantar três vezes por semana e aquele que economiza para uma, só uma, celebração anual. Não é óbvio que ambos merecem o mesmo respeito e tratamento?

Até o mais “célebre” dos anônimos da crítica gastronômica brasileira, Apicius, já foi reconhecido em algumas casas. Sob esse pseudônimo, Roberto



Marinho de Azevedo escreveu durante 22 anos sobre o assunto para o *Jornal do Brasil*, numa época em que a alimentação estava longe de ser uma temática em voga como é hoje. Ele mesclava crítica e crônica em seus textos, de forma bastante particular. Vale a pena a transcrição de um trecho publicado na coletânea *Confissões Íntimas*:

Me perguntam, às vezes, quão impudente sou. Se adentro pelos restaurantes, de barriga empinada e dedo em riste, dizendo: “Tratem-me bem, senão...” E, ainda, se pago. Comerei tudo aquilo de que falo? Será verdade que...?

Lamento: é. Bem mais interessante eu seria se fosse picaresco e algo matreiro. Mas, que posso fazer? É a preguiça. Só escrevo o que vi. Como e pago. Nem sou melhor tratado que o comum dos fregueses, pois não me faço anunciar.

Mas todas as regras têm exceções. Em alguns restaurantes sinto que me conhecem. Em outros, sei que capricham muito além da medida, para me confortar. E em vários lugares, certamente, me acontecem coisas deleitosas mais do que o normal.

Acho, no entanto, que por muito que uma casa tente, nunca consegue ser mais do que é. Por exemplo, leitor desafinado – se te pagassem alguns milhões, cantaria? Por certo. Mas cantarias direito? Muito temo que não. E se dobrassem a oferta, transformando os reais em euros, dólares, ienes, pérolas, ouro, um alvará para negociatas? Continuarias tão desafinado quanto antes. Só que mais infeliz.

O mesmo acontece com os restaurantes. Por mais que tentem agradar, só conseguem fazê-lo na medida que podem. Não vão além. Assim como não cantas, nem danças Prokofiev, nem sais voando, só porque te ofereceram a lua. É triste. Mas somos restringidos por limites precisos. Os

restaurantes também (APICIUS, 1986, p. 4).

Apicius ressalta o valor do anonimato, mas minimiza o problema de ser reconhecido em alguns locais. No *Alhos*, o assunto é retomado no *post* “Vida e obra de um quase anônimo – parte I”¹⁰, no qual ele afirma que gosta muito do anonimato, mas que está cada vez mais complicado se manter anônimo.

Gosto, sobretudo, por motivos diversos, que vão de minha timidez ao pavor de receber algum benefício indevido — pavor talvez herdado de um distante bisavô prussiano ou, mais provável, de um pai que prezava, em primeiro lugar, pelas relações absoluta e rigorosamente republicanas, em que ninguém poderia ter privilégios não acessíveis a outros.

Compreendendo a filosofia do anonimato por trás do *blog*, vale a pena analisar algumas reações a ela. A postagem “Carlota em dois tempos”¹¹, curiosamente, gerou dois debates, sendo um sobre o assunto de que tratava e outro *off-topic*, ou seja, fora do tópico em questão. O desvio aconteceu porque um dos leitores resolveu focar, nos comentários, não o restaurante *Carlota*, mas sim o *Sal*, comparando-os.

Falemos primeiramente da discussão *off-topic*. Respondendo ao comentário de outro internauta, o leitor Joaquim afirmou que não gostou do *Sal*, pois seus pratos sempre misturavam muitos ingredientes, o que resultava em receitas confusas. A crítica, apesar de negativa, não é ofensiva nem agressiva

10 VIDA e obra de um quase anônimo – parte I. *Alhos*, passas & maçãs, São Paulo, 17 dez. 2010. Disponível em: <<https://alhoepassas.wordpress.com/2010/12/17/vida-e-obra-de-um-quase-anonimo-parte-i/>>. Acesso em 17 mar. 2012.

11 CARLOTA em dois tempos. *Alhos*, passas & maçãs, São Paulo, 19 jun. 2010. Disponível em: <<http://alhoepassas.wordpress.com/2010/06/19/carlot-em-dois-tempos/>>. Acesso em 17 mar. 2012.



em nenhum momento. O *chef* do restaurante, Henrique Fogaça, se exaltou na resposta, bastante grosseira, inclusive usando palavras de baixo calão. Não vamos reproduzir aqui a íntegra do comentário, que pode ser consultado *on-line*, mas resumi-lo: Henrique afirma que o Joaquim deve gostar de pratos sem gosto e diz que é a favor do olho no olho. Reclama de quem usa a internet para reclamar em vez de dizer pessoalmente o que não gostou no prato, o que eventualmente acontece e, segundo o *chef*, ajuda-o a evoluir.

Menos destemperada, com o perdão do trocadilho, é a resposta da *chef* Carla Pernambuco, proprietária do *Carlota*. A postagem de *Alhos* é educada, mas negativa ao restaurante. Segundo ele, a casa já foi uma das mais promissoras de São Paulo, mas hoje em dia não mostra mais a que veio. Carla não responde no *Alhos*, *passas e maçãs*, mas um mês depois publica o *post* “Terra de ninguém”¹², que não faz referência ao *blog*, mas é um ataque óbvio a ele. A réplica é menos destemperada, como dissemos, porém mais inesperada. Não estamos falando de um *chef* jovem e pouco experiente como Henrique Fogaça, mas de uma estrela da gastronomia brasileira. Deixemos que o próprio site da restauratrice explique melhor, na seção “Sobre a autora”¹³:

Hoje, o nome de Carla Pernambuco se mistura ao *Carlota*. Ninguém mais saberia dizer ao certo quem é uma e quem é a outra. *Carlota* é o alter-ego da *chef*? Pode ser. Carla Pernambuco é a força-motriz do *Carlota*? Com certeza. Elas são duas? Não. São muitas. São uma entidade, um

aglomerado de mulheres. Todas com talentos múltiplos: *chef*, pesquisadora, autora de seis livros de sucesso, blogueira, palestrante, coordenadora de semanas gastronômicas no exterior (Rússia, Portugal, Espanha, Peru, Argentina, Caribe, França), colunista das rádios Band FM e Mit FM, colunista da revista *Casa & Comida* (Editora Globo) e na publicação gaúcha *Estilo Zaffari*, encantadora de tampas e de panelas, amestradora de colheres de pau e de rolos de macarrão, espírito ancestral das cozinhas dos sete mares, empresária, mãe de três filhos (Floriana, Felipe e Júlia) e empreendedora de outras 57 ações que podem acontecer a qualquer momento.

Cabe acrescentar um dado importante que teve início posteriormente à descrição acima: ela apresenta, desde abril de 2011, um programa diário no canal *BemSimples*, braço da *Fox* voltado para ensinar o telespectador habilidades como cozinha e artesanato, na linha “faça você mesmo”. Em resumo, Carla é uma veterana no ofício e já deveria estar acostumada a receber críticas, sejam positivas ou negativas. Ser criticada por alguém cuja fisionomia e nome são desconhecidos, porém, foi demais para a *chef*.

Carla Pernambuco já trabalhou como jornalista e se coloca em um lugar de quem domina não apenas as panelas, mas também as canetas. Sua postagem defende que o jornalismo opinativo, em qualquer veículo, fica nas mãos de pessoas experientes, que passaram por várias etapas na hierarquia da redação para atingir o posto:

Não é à toa que jornalistas têm chefes, editores. Não é à toa que todo veículo tem um organograma, uma hierarquia, no topo da qual existe um conselho, guardador de uma política editorial, qualquer que seja ela. Não é à toa, portanto, que não lemos em

12 PERNAMBUCO, Carla. Terra de ninguém. Blog de Carla Pernambuco, São Paulo, 30 jul. 2010. Disponível em: <<http://www.carlapernambuco.com.br/terra-de-ninguem/>>. Acesso em 17 mar. 2012.

13 PERNAMBUCO, Carla. Carla Pernambuco - Sobre a autora. Blog de Carla Pernambuco, São Paulo, 16 jun. 2010. Disponível em: <<http://www.carlapernambuco.com.br/carla-pernambuco/>>. Acesso em 17 mar. 2012.



críticos especializados de jornais e revistas insultos, grosserias. Por pior que seja uma crítica nesses espaços, elas mantêm certos cuidados, um respeito profissional. No mínimo um respeito pessoal pelo criticado.

Ela frisa a importância da assinatura dos textos, para indicar quem escreve. O raciocínio é correto: de fato, a maior parte dos textos do jornalismo opinativo é assinada. A crítica de gastronomia, no entanto, como vimos anteriormente no *Manual da Folha de S.Paulo*, pode constituir uma exceção, pois a presença do jornalista pode alterar significativamente o produto oferecido. É bem diferente, por exemplo, de uma crítica de cinema, em que o crítico vai assistir exatamente ao mesmo filme que o seu leitor. O manual não prega o anonimato do texto, mas sim da visita, que deve ser paga pelo jornal. Tal prática é comum nas revistas e nos grandes jornais de circulação nacional, mas podemos afirmar que em cidades como Recife, por exemplo, raramente acontece: o padrão são os almoços e jantares para jornalistas sob convite. O texto escrito sob pseudônimo é apenas um recurso, raramente utilizado, para assegurar o anonimato.

Sigamos a argumentação da autora. Carla acredita que toda essa “ética” do jornalismo opinativo se esvai com a chegada dos *blogs*. Para ela, a *blogosfera* é um espaço democrático, mas não necessariamente melhor do que a imprensa. O espaço de todos é também de ninguém, defende. As críticas podem ser ofensivas (mas, frisemos novamente, não foi o caso do comentário de *Alhos*) e não se preocupar com a repercussão no trabalho alheio. É o anonimato, porém, a maior crítica da *chef* ao trabalho dos blogueiros:

Mas o pior de tudo isso é que alguns blogueiros sentem-se no direito, não apenas de escangalhar alguém, mas de fazê-lo

escondido sob um pseudônimo. Usando o mesmo hábito que tenho quando leio um texto sem assinatura em um jornal, corri pro expediente (nos *blogs* o “quem sou” ou algo assim) para ver quem era o responsável pelo espaço. Perguntem se havia um? Claro que não. Aqui é terra de ninguém.

Como já dissemos, o uso de pseudônimo é exceção e não regra, mesmo na *blogosfera*. Ao contrário da postura firme em defesa do anonimato de *Alhos*, a maior parte dos *blogs* opta por aproveitar sua fama, quando é o caso, para obter benesses como convites para almoços ou jantares exclusivos. Será que é dessa “ética” que a *chefe* comunicadora, como Carla Pernambuco se autodenomina, está falando? Novamente, o verbete já citado do *Manual da Redação* explica qual deve ser o procedimento do jornalista em casos assim:

O jornalista da *Folha* não deve aceitar presente de nenhuma espécie ou valor, incluídos itens materiais ou eventuais descontos especiais em estabelecimentos comerciais ou industriais. Todo presente enviado ao jornal ou à casa do jornalista deve ser encaminhado à Secretaria de Redação para devolução, com carta padrão de agradecimento e explicação. Ficam de fora dessa determinação produtos destinados a divulgação e avaliação crítica, como cópias de discos, DVDs, livros e softwares (FOLHA DE S.PAULO, 2007, p. 42).

O fato é que, com a imprensa cada vez mais entregue ao jabaculê ou jabá, ou seja, aos presentes e agrados por parte das fontes, é muito mais confortável manter tudo como está – e muito mais difícil aceitar as críticas negativas, cada vez mais ausentes dos impressos. Trata-se de uma situação cômoda tanto para jornalistas, quanto para



proprietários de restaurantes e *chefs* – mas um tanto incômoda para o leitor, que fica privado do acesso a informações mais realistas e menos festivas.

Um dado colateral que merece ser citado: a *chef*, comunicadora e blogueira desativou os comentários do seu *blog*, ou seja, apenas a sua própria voz pode ser ouvida no espaço – o que, de resto, exclui o diálogo e a diversidade de opiniões mencionada por *Alhos* como a grande vantagem da *blogosfera*.

No Recife, não foi um *blog* que alterou os ânimos do circuito gastronômico, mas um Twitter, o *microblog* que permite pequenos posts com até 140 caracteres. O *@carapuceiro* ficou no ar entre 11 de abril a 22 de junho de 2011, durante pouco mais de dois meses, mas por tempo suficiente para causar bastante polêmica. Ao contrário dos *blogs* comuns, que exigem o acesso ativo do internauta para ser acessados, o Twitter permite contato direto com outras pessoas que usam a ferramenta, mesmo que elas não sejam “amigas” do usuário, ou seja, mesmo que não sejam contatos adicionados por ele. As citações aparecem na conta de quem foi citado, o que aumentou o número de reações imediatas no caso do *@carapuceiro*.

Ao contrário do *Alhos*, *passas e maçãs*, não podemos dizer que o autor do Twitter era um *gentleman*, nem reputar aos poucos caracteres disponíveis sua atitude agressiva com os principais nomes do meio gastronômico pernambucano. De fato, suas críticas eram pesadas, irônicas e até mesmo, às vezes, grosseiras. Ainda assim, é curioso que personalidades estabelecidas do meio tenham reagido de forma semelhante ao serem confrontados por ele. Ao que parece, o autor atingiu seu objetivo, pois muitos “vestiram a carapuça” que lhes foi colocada.

Boa parte das discussões aconteceu em um só dia, 11 de abril, quando a conta *@carapuceiro* entrou no ar e inseriu, de uma só vez, 25 tuítes. Um deles: “E

existe ‘chef’ mais pretensioso do que Douglas Van Der Ley?!?”¹⁴. Eleito *chef* do ano pela revista *Veja Recife Comer e Beber* por dois anos consecutivos, nas edições de 2010/2011 e 2009/2010, Douglas é dono do restaurante *É* e referência na gastronomia local. O reconhecimento via votação no guia da *Veja*, que funciona como um termômetro de tendências, é prova disso. Por que, então, um *chef* consolidado e se incomoda tanto com um simples *tuíte* anônimo? Douglas teceu comentários no Facebook¹⁵ sobre o assunto, dizendo que sabia como “desmascarar” o *@carapuceiro*. Reproduzimos abaixo um *post*, publicado em 15 de agosto, da forma exata como foi escrito:

Vamos ver se agora volta aquele cabra macho anônimo que fala dos chefes....quero ver se ele eh macho mesmo....pra ver se nao desmascaro ele em 36horas e Jah tenho como....kkkkk quem tem amigo tem tudo.... aparece para colocarmos a carapuça em vc.... coragem vai.....vai...

Apesar de não citar explicitamente o nome do Twitter, a referência é clara. Com mais ou menos ênfase, boa parte dos *chefs* que responde aos tuítes do *@carapuceiro* questiona o anonimato, tratado como equivalente à covardia. O mesmo tom, apesar de bem mais leve, pode ser observado no comentário de Joca Pontes, do restaurante *Ponte Nova*, ele próprio também eleito *chef* do ano na edição 2008/2009 da *Veja Recife*: “Deve ser muito bom ficar

14 CARAPUCEIRO. E existe ‘chef’ mais pretensioso do que Douglas Van Der Ley?!?. Recife, 11 abr. 2011. Twitter: *@carapuceiro*. Disponível em: <<http://twitter.com/#!/carapuceiro/status/57627750198026240>> Acesso em: 17 mar. 2012

15 VANDERLEY, Douglas. Postagem no Facebook. Recife, 15 ago. 2011. Disponível em: <http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=235435653167351&id=100001027545453> Acesso em: 17 mar. 2012



metendo pau na galera sem ser incomodado!”¹⁶. “Muito mais fácil é não saber cozinhar, cobrar caro e não ser incomodado, como se faz aqui no Recife!”¹⁷ é a resposta do @carapuceiro, cuja descrição é “Verdades passionais sobre a gastronomia pernambucana e assuntos afins. Franqueza é o nosso negócio!”.

Ao ser questionado sobre por que não usa baunilha de verdade em sua sobremesa *crème brûlée*, o chef Claudemir Barros, do *Wiella Bistrô*, responde sem parecer dar tanta importância ao assunto: “referente aos seus comentários kkkkkk... Não é a opinião dos clientes que lotam a casa quase que diario kkkkkk. ficas com Deus”¹⁸. Mas a reação mais extrema é do chef Armando Pugliesi, que diz que vai processar o autor dos tuítes por difamação: “Agora o ex-alguma coisa do *Afonso & Anísio* me ameaça processar por difamação! Ele deveria saber que externar uma opinião não é crime!”¹⁹. Tudo isso, vale lembrar, aconteceu em um único dia, 11 de abril. Os chefs iam lendo os comentários e respondendo na hora, como o Twitter facilmente possibilita.

Não foi somente quem trabalha nas cozinhas recifenses que expressou indignação com o

16 PONTES, Joca. Deve ser muito bom ficar metendo pau na galera sem ser incomodado! Recife, 11 abr. 2011. Twitter: @jocapontes. Disponível em: <<http://twitter.com/#!/jocapontes/status/576355504550401>> Acesso em: 17 mar. 2012

17 CARAPUCEIRO. Muito mais fácil é não saber cozinhar, cobrar caro e não ser incomodado, como se faz aqui no Recife! Recife, 11 abr. 2011. Twitter: @carapuceiro. Disponível em: <<http://twitter.com/#!/carapuceiro/status/58491199899705344>> Acesso em: 17 mar. 2012

18 BARROS, Claudemir. referente aos seus comentários kkkkkk...Não é a opinião dos clientes que lotam a casa quase que diario kkkkkk. ficas com Deus. Recife, 11 abr. 2011. Twitter: @claudemib Barros. Disponível em: <<http://twitter.com/#!/claudemib Barros/status/61273180127494144>> Acesso em: 17 mar. 2012

19 CARAPUCEIRO. Agora o ex-alguma coisa do Afonso & Anísio me ameaça processar por difamação! Ele deveria saber que externar uma opinião não é crime! Recife, 11 abr. 2011. Twitter: @carapuceiro. Disponível em: <<http://twitter.com/#!/carapuceiro/status/60822500556275712>> Acesso em: 17 mar. 2012

desbocado @carapuceiro. O tuíte de estreia do *blog* fazia referência à jornalista Flávia de Gusmão, do *Jornal do Commercio*, a mais experiente repórter na cobertura de gastronomia da cidade. Como sempre, o tuíteiro foi curto e grosso: “A grande pergunta é: Flávia de Gusmão acredita em suas ‘críticas’?”²⁰. Ela não respondeu na hora, apesar de ser usuária do Twitter. Três meses depois, porém, uma espécie de réplica foi publicada no caderno de gastronomia Boa Mesa, do *JC*, em sua coluna semanal Gosto Bom, sob o título “Escrever é preciso”²¹. Não há nenhuma referência ao @carapuceiro, mas quem estava acompanhando o debate entendeu o recado.

A jornalista começou o texto falando sobre o fato de alguns donos de restaurantes e chefs de capitais gastronômicas de todo o mundo proibirem os comensais de fotografar os pratos, com medo de a imagem cair em *blogs* com críticas negativas. Flávia critica essa atitude como um grande erro: “É natural e saudável que a diversidade de opiniões prevaleça. Afinal, por que ficar limitado apenas aos veículos da grande imprensa como agentes informadores e formadores de opinião?”. E completa:

Por mais persuasivo que seja um jornalista, um blogueiro, enfim, qualquer pessoa que escreva sobre qualquer assunto, sua credibilidade logo será posta à prova se o leitor/espectador verificar que, por trás do que foi dito, esconde-se algum outro propósito que não o de compartilhar informações, sejam esses motivos gerados pela cobiça, pelo ressentimento ou, simplesmente, pelo desprezo em relação ao trabalho alheio. Não importando qual o canal utilizado para se expressar, aquele que escreve precisa ter a

20 CARAPUCEIRO. A grande pergunta é: Flávia de Gusmão acredita em suas “críticas”? Recife, 11 abr. 2011. Twitter: @carapuceiro. Disponível em: <<http://twitter.com/#!/carapuceiro/status/57616851391356928>> Acesso em: 17 mar. 2012

21 GUSMÃO, Flávia de. Escrever é preciso. *Jornal do Commercio*, Boa Mesa, Recife, p. 2, 15 jul. 2011.



alma limpa e uma assinatura legível.

É a assinatura legível, ou seja, o não-anonimato que é cobrado novamente. Podemos deduzir pela postura do @carapuceiro que sua ressalva em relação ao trabalho da jornalista vem de ela trabalhar – como, aliás, toda a imprensa gastronômica da cidade – a partir de convites, muitas vezes intermediados por assessorias. Logo depois de questionar se ela pode ser chamada de crítica gastronômica, o tuiteiro pergunta à jornalista do *blog Escrevinhos*, patrocinado por uma importadora, se ela paga pelas garrafas que critica, o que asseguraria a isenção dos seus comentários.

Alguns veículos de comunicação brasileiros, principalmente na área de turismo, valorizam o anonimato. A revista *Viagem e Turismo*, da Editora Abril, manteve até maio de 2011 o *slogan* “A única que paga as contas para viajar”, frisando o fato de os jornalistas não se identificarem em suas apurações como um diferencial que influencia no resultado final oferecido ao leitor. Atualmente, desde junho de 2011, o *slogan* foi alterado para “Sonhe. Planeje. Embarque”, mas os preceitos que norteiam a publicação permanecem os mesmos. Da mesma editora, o *Guia Brasil*, publicado anualmente, explica em seu site ²² como é feito:

A gente vai antes para você ir melhor. Este é o lema do GUIA que, há 47 anos, percorre o Brasil em busca do que há de melhor no turismo do país. Nossos repórteres pegam estrada, se hospedam, visitam restaurantes e passam por atrações anonimamente, pagando as próprias despesas, exatamente como você, leitor, o faria.

A campanha do guia de 2011 ²³, elaborada pela agência de publicidade Agelsobar, usa o mote “O anonimato dos nossos repórteres é o segredo da nossa credibilidade”. Tanto nas peças para televisão quanto naquelas voltadas para revistas, o conceito do anúncio enfoca a importância das visitas anônimas aos estabelecimentos. Nos impressos, há fotos de pessoas com frases como “Nana Tucci é uma das repórteres do *Guia Quatro Rodas Brasil* que viajam pelo país avaliando hotéis, restaurantes e atrações para você não entrar em roubada. Para isso, é importante manter o anonimato. Aliás, esta na foto nem é ela” ou “Para receber o mesmo tratamento que você teria num restaurante, o jornalista Ricardo Castanho faz refeições anonimamente. Aliás, este na foto nem é ele”. A postura é bem diversa daquela assumida pelo jornalismo gastronômico.

Podemos afirmar que as novas tecnologias de informação e comunicação vêm mudando o campo do jornalismo gastronômico. Com tantas opções para se informar, cabe ao leitor escolher em quem vai confiar na hora de usufruir seu tempo livre em refeições com a família ou os amigos. Ao contrário do que acontecia antigamente, as grandes empresas de comunicação vêm perdendo sua função de filtro: não basta uma opinião estar publicada em algum jornal ou revista para ser respaldada como crível quando se sabe dos interesses em jogo – não somente quando se abordam temas políticos e econômicos, mas até mesmo quando se trata de um assunto leve como a alimentação. Habitados ao jornalismo cordial, muitos *chefs* de cozinha sequer sabem como reagir quando são criticados de maneira negativa por pessoas cujos nomes desconhecem. Nesse contexto, muitos preferem culpar o anonimato pelos próprios erros e deixar de ouvir tais vozes.

22 COMO é feito o Guia Brasil. Prêmio Guia Quatro Rodas Brasil 2012, São Paulo, s.d. Disponível em <<http://www.premioguiabrasil.com.br/2011/como-e-feito.php>>. Acesso em 29 mar. 2012.

23 GUIA Quatro Rodas Brasil 2011: Repórteres anônimos são mote da campanha de lançamento da Editora Abril. Agelsobar, São Paulo, 20 out. 2010. Disponível em <<http://www.ageisobar.com.br/2010/10/guia-quatro-rodas-brasil-2011/>>. Acesso em 29 mar. 2012.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FRIEDMAN, Thomas. O mundo é plano. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.

APICIUS. Confissões íntimas. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.

DAMATTA, Roberto. A casa & a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. 5 ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

FOLHA de S.Paulo. Manual da Redação. 12. ed. rev. São Paulo: Publifolha, 2007.

MELO, José Marques de. Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3. ed. rev. e ampl. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

PIZA, Daniel. Jornalismo cultural. São Paulo: Contexto, 2003.

SANTANA, Adriana. CTRL+C CTRL+V: o release nos jornais pernambucanos. Recife: UFPE, dissertação de mestrado (mimeo), 2005.

Anonimato, ética e credibilidade na blogosfera e no Twitter: a crítica gastronômica no *Alhos, passas & maçãs* e no *@carapuceiro*
Renata Maria do Amara

Data do Envio: 1 de abril de 2012.
Data do aceite: 16 de junho de 2012.





Representações sobre reality shows: o caso de *Desilusões Futuristas* e *Morte ao Vivo*¹

Representations of reality shows: the case of 'Le couple témoin' and 'La mort en direct'

Valéria Cristina Lopes Wilke²

Leila Beatriz Ribeiro³

Carmen Irene Correia de Oliveira⁴

RESUMO O objetivo deste trabalho é discutir a relação entre a exposição da vida privada em esferas midiáticas, analisando duas representações fílmicas – *Desilusões futuristas* e *Morte ao vivo* – que apresentam experimentações diferentes dentro modelo dos reality shows. Algumas estratégias estão em destaque e marcam as diferenças e semelhanças dessas duas produções. Partiremos das considerações sobre a sociedade do espetáculo (Debord) e sobre os reality shows para discutir o modo de representação, nos filmes, deste gênero televisivo e das relações presentes entre as instâncias envolvidas. Nas duas produções analisadas, percebemos uma leitura crítica centrada nas intencionalidades da produção e na exposição dos participantes, mas, também, uma focalização no papel daqueles que são os responsáveis diretos pela exposição ao vivo.

PALAVRAS-CHAVE *reality shows*; sociedade do espetáculo; filme; *Desilusões futuristas*; *Morte ao vivo*.

ABSTRACT The aim of this paper is to discuss the relationship between exposure levels of privacy for media, analyzing two filmic representations – *Le couple témoin* and *La mort en direct* - presenting different experiments within the model of reality shows. Some strategies are highlighted and mark the differences and similarities of these two productions. We leave the considerations about the society of the spectacle (Debord), on the reality show to discuss the mode of representation, in movies, this television genre and present relations between the actors involved. In both productions analyzed, we find a critical reading of the intentions focused on the production and exhibition of the participants, but also a focus on the role of those who are directly responsible for in vivo exposure.

KEYWORDS Reality shows; society of the spectacle; *Le couple témoin*; *La mort en direct*.

1 Artigo oriundo da Pesquisa Institucional Informação e Memória no Contexto de Práticas Culturais. Financiamento Universal/CNPq.

2 Professora Adjunta, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, pesquisadora do Núcleo de Linguagens e Mídias, e-mail: valwilke@gmail.com.

3 Professora Adjunta, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Memória Social, e-mail: leilabriereiro@ig.com.br

4 Professora Adjunta, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Memória Social, e-mail: irenecor@oi.com.br



Introdução

O objetivo deste trabalho é discutir a relação entre a exposição da vida privada em esferas midiáticas, analisando duas representações filmicas – *Desilusões futuristas*⁵ (1977) e *Morte ao vivo*⁶ (1980) – que apresentam experimentações diferentes dentro do modelo dos *reality shows*.

A primeira produção é francesa, com direção do nova-iorquino William Klein. Trata-se de uma comédia, e não podemos negar que a ironia francesa perpassa a narrativa. A história focaliza um casal modelo (*le couple témoin* do título original), selecionado para participar de um experimento revolucionário, empreendido pelo Ministério do Futuro (cujo símbolo é um significativo arco-íris), que procura identificar hábitos que possam servir de indicadores para políticas de consumo e habitação. A vida dos dois será monitorada e transmitida, exaustivamente, a todas as residências em rede nacional. Claudine e Jean-Michel foram os escolhidos e passam a viver, por seis meses, em um apartamento para um “novo homem”, onde tudo é realizado em termos de

5 Trata-se de um filme pouco conhecido do diretor William Klein, que teve como sucessos *Qui êtes-vous, Polly Maggoo*, de 1966, e o documentário, *Mohamed Ali, o grande*, de 1969. Depois de uma trajetória política e engajada, com um cinema militante a favor do movimento dos *black panthers*, ele retorna à sofisticação estética e caótica (*Desilusões*, 1977, Extras). Como assinala Samuel Douhaire, uma das marcas desse filme, segundo seu diretor, é o clichê, da decoração 100% de plástico ao jargão estruturalista empregado pelos psicossociologistas. Nessa produção, William Klein ataca o urbanismo utilitário, o culto à ciência, a política-espetáculo e, sobretudo, a televisão (DOUHAIRE, 2012).

6 Esta produção foi indicada a seis prêmios (Melhor Diretor no Festival de Berlim, em 1980; Melhor Fotografia, Melhor Montagem, Melhor Música, Melhor Adaptação e Melhor Som no Prêmio César, em 1981), tendo Rommy Schneider recebido o Sant Jordi, em 1982, por sua atuação. Em seus filmes, Bertrand Tavernier costuma abordar as mazelas sociais e dramas humanos. Ele também é autor do livro *50 anos do cinema americano*, dentre outras publicações. No filme, há referências explícitas a três outras produções de ficção-científica que dialogam com os dramas retratados: *O incrível homem que encolheu* (1957), *A máscara rubra da morte* (1964), *O homem com olhos de raio-X* (1963) (IMDB, 2012).

experiências “científicas” para descrever e registrar o comportamento do casal de classe média. O segundo filme é uma produção norte-americana sob a direção de Bertrand Tavernier. Classificado como drama e *sci-fi*, o filme trata do empreendimento de uma emissora de televisão que procura registrar os últimos momentos de vida de uma pessoa e transmiti-los, ao vivo, em um programa denominado *Morte ao Vivo*. A pessoa escolhida é Katherine Mortenhoe, uma editora de sucesso, que de início se recusa a participar do empreendimento. No entanto, o assédio por parte do produtor do programa é muito grande. Ela decide “enganar” o sistema, aceitando parte do dinheiro, que é passado ao marido, e foge das câmeras. A emissora tem um repórter, Roddy, que possui uma pequena câmera de filmagem implantada nos olhos, de modo que ele poderá registrar, disfarçadamente, os últimos dias de Katherine.

Algumas estratégias estão em destaque e marcam as diferenças e semelhanças entre essas duas produções. Primeiramente, temos a forma de participação: o voluntarismo, no caso do casal modelo; a invasão efetuada mediante estratégias de observação não autorizada, no caso de Katherine. Em segundo lugar, há o modo de confinamento do casal em um espaço físico e a aparente liberdade de Katherine. Finalmente, temos as relações entre aqueles que são responsáveis pelos registros diários e os participantes dos shows. Cabe destacar que as duas produções representam criticamente a exposição da vida privada, apesar dos gêneros e abordagens diferenciados.

Com base em tais elementos presentes nas duas narrativas, partiremos das considerações acerca da sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997) e dos *reality shows* para discutir o modo de representação deste gênero televisivo e das relações entre as instâncias envolvidas. Cabe-nos assinalar uma questão também presente e relacionada à sociedade midiaticizada: a proliferação das retóricas de vigilância (âmbito de



conteúdo; âmbito formal) em quase todas as mídias contemporâneas: cinema, televisão e ciberespaço. Conforme Levin, tais retóricas acompanhamos primórdios do cinema, indo de interesse temático de certos diretores à ocupação da vigilância como questão reflexiva de certa cinematografia. No fim dos anos de 1990, chega-se ao entendimento da narração cinematográfica como sinônima da enunciação da vigilância: “a vigilância se tornou a *condição da própria narração*” (LEVIN, 2009, p.181). Segundo o autor, a atração semiótica que nasce das imagens de vigilância – que são sempre “imagens de algo” – está mais relacionada a nossa percepção acerca de como está sendo captado “o real”, seja de uma gravação ou de um circuito fechado, e alimentado em “tempo real” (2009, p.183).

A espetacularização e a indústria de massa

A epígrafe escolhida por Guy Debord para abrir seu livro *A sociedade do espetáculo*, que é de Feuerbach, já contém a ideia central que norteará a obra: “Nosso tempo, sem dúvida [...] prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser [...]”. Seus comentários e análises centram-se na primazia da imagem frente à realidade e da aparência frente ao que é (ser), dentro da crítica de Marx ao fetiche da mercadoria e ao trabalho alienado, do conceito de reificação de Lukács, e da teorização da indústria cultural realizada pelos teóricos frankfurtianos.

O fundamental da sociedade do espetáculo ⁷ é a crescente vivência pela representação imagética:

⁷ Aqui estamos nos referindo ao espetáculo integrado, tal como aparece nos *Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo*, de Guy Debord. Em *A Sociedade do Espetáculo* seu autor havia indicado a existência de dois tipos rivais de poder espetacular: um associado às personalidades ditatoriais (a contrarrevolução totalitária alemã e russa) e outro associado à americanização do mundo. As novas condições de produção material da vida, à época de seus comentários, levaram Debord a unificar estes dois tipos no poder espetacular integrado. Isso indica que o espetáculo se confundiu com toda a realidade para irradiá-la. O próprio Debord reconheceu que, por vezes, o espetáculo é chamado de *mediatização*.

tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação (DEBORD, 1997). No movimento da sociedade espetacular ocorre a criação de um universo de imagens que representa o mundo vivido de maneira autônoma e separada. Tal cisão indica que as práticas sociais se dividiram em realidade e imagens, fazendo com que o espetáculo aparecesse como o tólos do modo de produção vigente, quando, em verdade, o espetáculo é a estrutura do funcionamento da própria sociedade: o espetáculo não é o conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. O problemático é que as imagens saíram do controle, e mesmo sendo provenientes de uma prática social, passaram a ter uma existência real e autônoma, induzindo o comportamento hipnotizado, como ele explica:

Onde o mundo real se converte em simples imagens, estas simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes típicas de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência para fazer ver por diferentes mediações especializadas o mundo que já não é diretamente apreensível [...] mas o espetáculo não se identifica ao simples olhar [...] ele é o que escapa à atividade dos homens, [...] é o contrário do diálogo. Em toda a parte onde há a representação independente, o espetáculo reconstitui-se. (DEBORD, 1997, p. 185)

A circunstância do espetáculo compõe a história da experiência que foi do ser (fase pré-moderna) ao ter (fase moderna do capitalismo) até o parecer do espetáculo (fase contemporânea do capitalismo), significando o empobrecimento e a degradação da vida humana: aquilo que estava no nível do vivido passou a estar separado no nível da imagem e da representação. Na última fase, a do espetáculo, a mercadoria passa a ocupar totalmente a vida humana, e conforme o princípio do



fetichismo, a sociedade torna-se comandada pelo que é suprasensível, embora sensível. Assim, “o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, ao mesmo tempo em que se faz reconhecer como o sensível por excelência” (DEBORD, 1997, p.22).

O espetáculo consiste, portanto, no conjunto de todas as representações e de suas formas de produção material que ocorrem no capitalismo contemporâneo; ele não deve ser entendido como um avanço do mundo da visão, ou somente como produto de técnicas de difusão massiva de imagens, pois expressa uma *Weltanschauung*, materialmente traduzida. Assim, temos uma visão cristalizada do mundo, em que o capital torna-se imagem em virtude do alto grau de acumulação (DEBORD, 1997). A adesão compulsiva a essa situação não decorre de falhas morais dos sujeitos individuais e coletivos, e sim porque, enquanto peças da engrenagem capitalista, os seres humanos separados de seu produto produzem “cada vez mais e com mais força, todos os detalhes de seu mundo. Assim, vê-se cada vez mais separado de seu mundo. Quanto mais sua vida se torna seu produto, tanto mais ele se separa da vida” (DEBORD, 1997, p.20).

Guy Debord reconheceu as possibilidades que as mídias possuem para potencializarem a falsa consciência na sociedade do espetáculo. Exemplo desse fato são os *reality shows* que *espetacularizam* a vida, falsificando-a e também vendendo-a como a mercadoria atraente por (parecer) ser a “autêntica vida”. Em tal contexto, o privado e o público foram invadidos e colonizados pela lógica do capital: enquanto mercadoria rentável, o privado se publiciza em cadeia nacional e internacional pelas mídias; esta situação expressa o avanço desta lógica sobre setores da vida como o lazer e o cotidiano. Como Debord afirmou: “O capital já não é o centro invisível que dirige o modo de produção: sua acumulação

o estende até a periferia sob a forma de objetos sensíveis. Toda a extensão da sociedade é o seu retrato” (DEBORD, 1997, p. 28).

Ser espectador de programas cujo tema central é a intimidade tornou-se comum na nossa sociedade. Como ápice da espetacularização, temos o programa *Big Brother Brasil*, derivado de outros modelos, que é acompanhado, debatido e torna-se um exemplar típico da inversão da lógica democrática: vota-se para a eliminação e não para a inclusão. Na realidade, observa Chauí (2006, p.6-7) ao discutir a destruição da esfera da opinião pública, o que interessa tanto ao público espectador quanto àquele que é entrevistado nas mídias do rádio, da TV ou nos jornais e revistas são os sentimentos pessoais, a descrição de tragédias ou gostos e/ou impressões acerca dos mais variados tópicos. O “gosto ou não gosto” e “o que achou disso ou daquilo” tornaram-se o substituto banal (e ideal, diríamos nós) de temas que mereceriam análises ou mesmo informações que propiciassem elementos de crítica e de reflexão por parte de entrevistados, articulistas e espectadores.

A substituição de fatos por declarações de plausibilidade dadas pelas “personalidades autorizadas”, além de conferir a ideia de “crível” ou “plausível”, dá um tom informativo ao elemento propagandístico da discussão (CHAUÍ, 2006, p.8). A autora estende a sua argumentação até o próprio papel do Estado, quando ele, sutilmente, expõe e divulga determinados fatos desprovidos de informação e maquiados de dados “pseudocientíficos” que, via de regra, são incompreensíveis aos leigos. Chauí (2006, p. 9) argumenta que o apoio para que exista tanto a credibilidade como a confiabilidade nessa relação diz respeito ao apelo à intimidade e à vida privada, que dão a garantia e o suporte à ordem pública: “Em outras palavras, os códigos da vida pública passam a ser determinados e definidos pelos códigos da



vida privada, abolindo-se a diferença entre o espaço público e espaço privado” (CHAUI, 2006, p. 9).

A ficcionalização do real

Ao discorrer sobre a questão dos diferentes modelos de emissões televisivas, Jost (2007) propõe três categorias – o mundo real, o mundo fictivo e o mundo lúdico – que funcionariam como fundamento para uma classificação dos gêneros, tendo em vista como o telespectador remete o que vê a um ou outro desses mundos. Assim, há emissões ou programas nos quais o sujeito remete ao mundo real, “qualquer que seja a ideia que se faça desse mundo: essa visão de mundo varia segundo as idades (a realidade da criança não é a mesma do adulto) e as culturas (a representação do mundo real francês não é igual à do brasileiro, por exemplo)”. Há emissões que ele poderá compreender como do espaço da ficção, no qual é suposto certa coerência, “uma parte de invenção e a presença de atores”. Finalmente, há os programas que o telespectador irá remeter ao jogo, que podem se engajar à realidade ou podem vir pintados com traços de ficção (JOST, 2007, p. 62-64).

Jost (2007) afirma que desde seu nascimento a mídia televisiva continha uma promessa de autenticidade de contemplar a vida nua e crua, fato que pressupõe a transmissão direta. Com relação a esse aspecto, o autor diz que não é fácil definir o que seja esse direto como acesso ao real. O direto passa por relação de simultaneidade entre o momento em que o programa se desenrola (no caso dos *reality shows*, é o que se está vivendo naquele instante) e o tempo do espectador. No entanto, como ele mesmo afirma, “poucos [programas] diretos são exibidos pela televisão sem ter sido não somente preparados, como programados” (JOST, 2007, p. 95).

Nas discussões sobre *reality shows* é comum assinalar o fato de eles se pautarem no “culto ao real” como justificativa para uma estratégia de

exposição ao público de dramas, encenações, experiências privadas de anônimos. O *voyeurismo* é outro elemento evocado. Especificamente no caso brasileiro, Almeida (2003) mostra como nos diferentes veículos da imprensa, de janeiro a abril de 2002, os artigos citavam o voyeurismo como uma das principais razões para o sucesso do *Big Brother Brasil* (algo que a autora pretende desconstruir). No diálogo com o cinema, Levin nos mostra que os anos de 1990 veem surgir cada vez mais filmes cujas narrativas de vigilância são legitimadas pelo “desejo [de um] espectador satisfeito”, ou seja, instala-se uma cumplicidade entre a filmagem vigilante e “determinados aspectos da economia visual da vigilância” (2009, p. 187). Como afirma Kellner (2006, p.130), “a TV é hoje um meio para programas espetaculares [...] e espetáculos da vida cotidiana como *The real world* e *Road rules* da MTV, ou os populares *Survivor* (*No Limite* brasileiro) e *Big Brother*”. Nessa linha, entre 2002 e 2004, nos EUA, os *reality shows* com as maiores audiências foram os competitivos que aliavam sexo, amor e casamento, ou que estabeleciam uma competição pelo posto de um novo Donald Trump. Nesse sentido, *O Aprendiz* foi o mais popular da TV norte-americana em 2004.

O formato desse tipo de programa parece também ser variado, desde que respeitada essa premissa do “real”. Uma das mais famosas produções a abordar a construção desse gênero foi o *Show de Truman*, no qual o protagonista, Truman, tinha, desde bebê, sua vida transmitida ao vivo, 24 horas, em uma cidade totalmente montada para ele. Detalhe: Truman não sabia que sua vida não era “real”.

Ao lado desse “culto ao real”, há outros elementos que subsidiam alguns dos formatos mais recentes de *reality shows* que trabalham com a “intervenção” ou “transformação”, nos quais são focalizadas trajetórias de mudança individual “desde mudanças no vestuário, na decoração da casa e na aparência



(cortes de cabelo, *lipoaspiração*, *liftings* e *peelings*) a implantes de silicone, correções odontológicas e cirurgias plásticas” (BRUNO, 2005). Nesse aspecto, parece estar em jogo, segundo a autora, a ideia de que beleza e saúde são produtos acessíveis e possíveis a quem desejar.

Ao discutirem o estatuto do cinema na hipermodernidade, Lipovetsky e Serroy (2009) afirmam que o filme de cinema parece sofrer a concorrência não somente das ficções televisivas, mas também dos *reality shows*. Ao elencar as características que diferem os dois, os autores indicam: os participantes são anônimos; autenticidade e transmissão ao vivo; o cotidiano; minimalismo e realismo. No entanto, eles mostram que tais elementos não são tão exatos. Os participantes passam por processos de seleção (assim como os atores na produção de um filme); eles vivenciam situações roteirizadas, muitas vezes totalmente artificiais, e acabam desempenhando um papel pré-escrito pelas regras do jogo. É assim quando se fica encerrado em um *loft* (*Loft Story*) sendo filmado durante doze semanas; ou quando se vive em uma ilha com os recursos locais (*Koh Lanta*); ou se precisa escolher uma entre as mulheres do “harém” construído pela produção (*Greg Le Millionaire*). Em tal contexto, “cada um se torna, por assim dizer, o intérprete de si mesmo [...] e é a própria realidade que se ficcionaliza” (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, p. 221). Dessa forma, como mostram os autores, o desafio não é mostrar o real e sim fazê-lo parecer com um filme, com dramas, suspenses, lágrimas, finais felizes etc. Nas palavras de Craveiro (2012), no contexto dessa “TV realidade”, o espetáculo é uma passarela de casos reais, levando alguns a pensarem que tal fome por realidade fará com que a ficção venha a desaparecer no futuro, pois a encenação do real encontra na televisão um espaço de consagração.

No centro dessas discussões, além do desejo

por eventos de uma realidade ficcionalizada por parte do espectador hedonista e individualista, há considerações acerca da rentabilidade desses programas por conta da audiência. Para Craveiro (2012), as leituras sobre os *reality shows* também devem considerar o aspecto do consumo e da concorrência. No contexto de uma disputa entre as diferentes mídias e diante de outros problemas, a televisão repensou sua programação e aumentou as horas disponíveis para o entretenimento e para o desporto, por exemplo, em detrimento dos programas de informação. Assim, diz a autora, “constata-se uma presença mais substancial de *reality shows* e telenovelas; dilui-se de modo acentuado, a separação entre informação e espetáculo; privilegia-se o espetáculo do cotidiano; proliferam as histórias da vida de pessoas comuns” (CRAVEIRO, 2012, p. 15).

O que parece ser um consenso é que esse gênero televisivo emerge graças ao contexto do espetacular (condição essencial da indústria cultural), da sociedade de massa e da reificação do indivíduo, em que a estratégia do sucesso preconiza “a dramatização da realidade e a sua transformação de acordo com as categorias do espetáculo, a introdução das regras do espetáculo e da publicidade na generalidade da cultura mediática e na percepção e construção da realidade social” (CORREIA, 2003 *apud* CRAVEIRO, 2012, p.15).

Outros autores, como Praça e Trinta (2010), também discutem os *reality shows* à luz da teoria crítica considerando o contexto capitalista de produção e o consumo. Tendo em vista questões como a representação e o real, e considerando a televisão como um dos espaços de excelência da espetacularização, o gênero televisivo em questão mostra-se o mais adequado à audiência que busca emoções reais, tendo em vista a exposição da privacidade. Os autores mostram que não é



recente a estratégia de trazer a rua para dentro do lar, levando a uma diluição entre esses espaços tradicionalmente discutidos como categorias sociais e antropológicas. A novidade dos *reality shows* seria, no entanto, o foco na vida cotidiana de pessoas comuns, que sentem necessidade de se exibirem e de terem sua intimidade devassada. A audiência, outro aspecto a ser considerado, é explicada tanto pela questão do *voyeurismo* quanto pela identificação. Praça e Trinta (2010, p. 8) ressaltam que “as motivações dos espectadores para acompanhar esse tipo de programa, por sua vez, podem ser explicadas, dentre outros motivos, pela identificação que estabelecem com o que é exibido na tela”.

Sendo assim, dos elementos em discussão no caso dos *reality shows*, podemos destacar, principalmente, a espetacularização da intimidade, borrando os limites entre o que é público e privado; o desejo de identificação e *voyeurismo* dos espectadores, acompanhado pelo respectivo desejo de exposição dos participantes; a emergência desse modelo no contexto de uma concorrência em busca de novos formatos para novas e maiores audiências.

Nas duas produções analisadas, percebemos uma leitura crítica centrada nas intencionalidades da produção e na exposição dos participantes, mas também uma focalização no papel daqueles que são os responsáveis pela transmissão direta.

Em nome da ciência (*Desilusões futuristas*)

Logo no início de seu confinamento, Jean Pierre e Claudine (*Desilusões futuristas*, 1977) lembram, e são lembrados, do caráter científico do projeto para o qual se voluntariaram e pelo qual seriam pagos. As cenas de abertura mostram, externamente, o local onde ficarão. Trata-se do Centro de Pesquisa Cidade Nova A2. O casal chega à casa e um dos

psicossociologistas ⁸ do projeto, uma mulher, os instrui a se despirem. Mais tarde, veremos que o experimento é acompanhado por dois psicossociologistas: um homem e uma mulher que não são nominados e que constituem observadores/pesquisadores. O Ministério do Futuro está montando um Centro Urbano Experimental e deseja que seus habitantes sintam-se confortáveis. Jean Pierre e Claudine foram escolhidos como típicos usuários do ano 2000. Os pesquisadores estão interessados em entender seus medos, desejos, em medir o nível básico de integração social etc. Após se instalarem no apartamento modelo (que ainda está incompleto), o casal assiste pela televisão sua própria reportagem. O apresentador do programa anuncia que eles transmitirão esse experimento fascinante pelos próximos seis meses. “Hoje a noite toda a França imagina: Quem são vocês, Claudine e Jean-Michel? Tentaremos responder com algumas imagens”.

No filme, dois espaços são apresentados com seus respectivos conflitos que se entrelaçam: o apartamento do casal modelo e a sala de trabalho dos dois psicossociologistas. Entre provocações e conflitos, os dois grupos desempenham seu papel em função de uma situação planejada. A vida do casal modelo é a representação espetacularizada vista pelo público televisivo. As tensões entre ele e os pesquisadores/observadores é a representação de uma relação que não se deixa mostrar nos *reality shows*.

O programa vem embalado pela cientificidade de um projeto do governo. O motivo do confinamento é o estudo dos hábitos de um casal com vistas ao planejamento urbano. Por que transmitir a privacidade deles, então? Propaganda governista?

⁸ A denominação do cargo dessas duas personagens encontra-se nas informações sobre a produção, no IMDB <www.imdb.com>. No entanto, em determinado momento do filme, o homem afirma que eles têm um diploma de psicologia.



Não somente. Na cena em que os hábitos de café da manhã são registrados, a psicossociologista pergunta o que eles tomam normalmente. Jean-Michel responde: “café”. Ela então afirma: “Ok. Nós servimos café Jacques Vabre”.

As transmissões do cotidiano do casal modelo não podem ser entendidas, exatamente, no contexto de um desejo de exposição, como vem indicando a maior parte das análises dos programas de *reality shows* que trabalham com o confinamento. A relação cotidiana do casal modelo com o casal de psicossociologistas parece se situar no âmbito de um escrutinamento e construção dessa intimidade.

Agora, não somente expor, mas também conhecer para modificar e ainda para constituir subjetividades. Vejamos um momento dessa construção. Claudine conhece a cozinha do apartamento modelo. Diversos profissionais mostram as últimas novidades tecnológicas que deixam o cotidiano dessa mulher modelo mais fácil. Cozinhar, lavar, conservar alimentos, limpar janelas: uma série de artefatos está a sua disposição. A mulher modelo do ano 2000 é uma esposa exemplar dos Anos Dourados: a imagem é antiga e os aparelhos, modernos. Na exposição cotidiana do casal, o público verá a construção dessa imagem associada ao novo planejamento urbano. “Um homem bem alimentado não trairá sua mulher”, observa um dos membros da equipe.

Não são poucos os exemplos de propaganda e formação de hábitos que são veiculados pelos *reality shows*. Longe de considerar a noção de espectador passivo, mas tendo como foco a proposta do programa globalmente, podemos delinear: 1) o consumo do programa por parte de uma grande audiência por conta do apelo à transmissão ao vivo da privacidade do casal modelo; 2) o potencial aumento do consumo dos produtos utilizados no apartamento; 3) a potencial e virtual possibilidade

de mudança/consolidação dos hábitos da família média francesa.

Apoiado no gênero cômico, *Desilusões futuristas* aproveita o exagero e, por vezes, o absurdo, para encenar questões relativas ao consumo e ao controle social. O mundo real e o mundo lúdico são remissões possíveis ao telespectador do programa, mas, sobretudo, ao espectador do filme. No entanto, no contexto da trama, a viabilização do projeto do Ministério do Futuro só é possível se os telespectadores remeterem ao mundo real e, no máximo, ao mundo lúdico. Um dia, Claudine e Jean-Michel recebem a visita de um grupo de pessoas que faz parte do público. Eles observam e fazem perguntas. Nessa brecha, que significa a abertura momentânea do confinamento, o contato do público com a realidade do casal modelo aumenta.

Ao expor essa relação entre os confinados e aqueles que trabalham 24 horas na produção, o filme toca em um aspecto do processo pouco discutido nas análises dos *reality shows*: a relação entre os produtores e aqueles diretamente em contato com os observados. Mas outro grupo merece atenção neste filme: o dos especialistas do campo das ciências humanas e sociais que participam de debates conduzidos pelo canal que transmite o programa. Mais do que observar o cotidiano do casal, a produção procura estimular reações e comportamentos entre os dois, o que nos indica não haver total espontaneidade, consistindo uma estratégia já apontada nas discussões em torno dos *reality shows*. Os debates televisivos funcionam como uma arena na qual os críticos ao programa têm espaço. Assim, um especialista expõe claramente que as brigas do casal assistidas pelo público obedecem a um roteiro escrito; outro afirma que é característico dos regimes totalitários apregoar a imagem de um casal ideal.

No entanto, a crítica maior vem do modo como



o próprio filme constrói esse tipo de programa e coloca em questão o jogo do *reality show*.

Em nome da morte (Morte ao vivo)

Aproximar a morte da realidade cotidiana é o mote do programa *Morte ao Vivo*⁹. As cenas iniciais do filme indicam esse objetivo: a câmera passeia em panorâmica por um cemitério, enquadrando em contra-plongée os mausoléus. Uma criança brinca entre eles, enquanto a câmera sobe e focaliza todos os monumentos do cemitério.

Duas questões são fundamentais para entender como se desenvolve a ação em *Morte ao Vivo*. Primeira, a câmera instalada nos olhos de Roddy Farou acarreta um efeito colateral sério: ele não pode ficar muito tempo no escuro (questão de minutos), do contrário ocorre uma lesão permanente. Assim, ele deve carregar uma lanterna para acendê-la diante dos seus olhos, constantemente. Segunda questão, Roddy não gosta de dormir e não usa os remédios que lhe são indicados; ele afirma que quando algo acontece, ele gostaria de estar lá testemunhando.

O tema do filme é a escolha de alguém que se submeta a ter sua morte transmitida ao vivo. Katherine recebe a notícia de ser portadora de uma doença que não tem cura: sua morte é certa. A produção do programa encontra nela a protagonista perfeita. No entanto, ela não aceita que seu fim seja filmado e transmitido ao vivo para todos que assistem ao programa. O que Katherine não sabe é que desde sua consulta até perto de sua morte, suas ações estão sendo registradas. Ao sair do consultório médico, Katherine vê um *outdoor* do

9 Uma questão interessante em *Morte ao Vivo* é a opção pelas múltiplas instâncias: atores americanos (envolvidos em projetos alternativos como Harvey Keitel e Harry Dean Stanton) e europeus no mesmo nível (Romy Schneider e Max von Sydow); cenário escocês; diretor francês; produção norte-americana; idioma falado, francês; idioma presente no espaço público, nos cartazes de manifestantes e pichações dos prédios, inglês.

programa *Morte ao Vivo*, com sua foto e a chamada: “A televisão realmente não existia antes. *Morte ao Vivo*, a última aventura”.

A ênfase no novo conceito de programa televisivo apoia-se na possibilidade de trazer a morte para mais perto do cotidiano das pessoas, segundo o próprio produtor e segundo o *slogan*. O que está por vir não tem comparações com o que a televisão era antes. Como na fala de um repórter a Katherine: “As pessoas precisam da tragédia, ainda mais do contato com alguém que vai morrer. Nós temos sede de autenticidade”. Katherine se espanta: “Pagam para que se morra em público”.

Vicent Ferriman, da NTV, é o responsável pelo programa e é representado como um grande manipulador. A pressão que se instala com a divulgação feita pelo *outdoor* e pelos cartazes espalhados na cidade é grande, e ele consegue que Katherine assine um contrato. Ela, no entanto, pensa que burla a emissora e foge, tornando-se uma anônima na multidão. No entanto, Roddy é destacado para acompanhá-la, disfarçado, e registrar, com a câmera instalada em seus olhos, o cotidiano de uma Katherine agonizante. A convivência acaba levando o repórter a questionar o próprio trabalho. Roddy contesta seu papel e em um ato de revolta decide jogar fora a lanterna que garante sua visão, tornando-se cego. Simbolicamente, em sua cegueira ele vê a verdade do sistema de exploração midiática. Ao final, Katherine, mesmo sabendo que não está com uma doença terminal, opta por continuar tomando as pílulas que lhe indicaram, e que irão provocar a sua morte.

O destino dos dois está previamente anunciado em uma referência filmica desde o início. Na sala onde ocorre a negociação entre Ferriman e Katherine, há dois cartazes de filmes. Um deles é *The Masque of the Red Death* (1964), produção baseada em um conto de Edgar Allan Poe, que trata, segundo



alguns críticos, da inevitabilidade da morte, ao contar a história de um príncipe (Próspero) que, na tentativa de fugir da “praga escarlata”, refugia-se com um grupo de amigos em uma abadia. Um dia, porém, apesar de toda segurança, um elemento estranho, vestido como a morte, entra no refúgio e todos morrem em meio a um baile. O outro cartaz pertence ao filme *The man with x-ray eyes* (1963), uma ficção científica que narra o desenvolvimento, feito pelo Dr. Xavier, de um colírio que pudesse aumentar a visão humana. Ele experimenta em si mesmo o produto e passa a ter uma visão totalmente diferenciada. Ao final da trama, já desesperado pelas alterações de seu organismo e pela impossibilidade de ver como as outras pessoas, ele encontra um pastor que lhe diz: “se teus olhos te ofendem, arranca-os”. Xavier, então, opta pela cegueira. Ao final, a morte ao vivo de Katherine não foi transmitida e Ferriman foi indiciado criminalmente. Logo, o sacrifício da protagonista, optando por morrer, não foi em vão.

Uma das questões centrais que o filme *Morte ao Vivo* traz para a discussão dos *reality shows* diz respeito à ética e aos limites da espetacularização de uma determinada experiência de vida, que, na verdade e, paradoxalmente, é a experiência da morte. Os números justificam a estratégia. Perto do final (como se já soubesse quando Katherine iria morrer), Ferriman constata 71% de audiência, sendo que 3 em cada 4 pessoas na Alemanha assistem ao show. E aqueles que acham o programa desprezível, 37%, também o assistem. Segundo ele, as pessoas assistem porque é real e, como afirma Tracey, ex-esposa de Roddy, podemos ficar mais fortes frente a uma pessoa que morre. Na base do conceito do programa está a exclusividade e o ineditismo: a morte é a última imagem que vemos e Ferriman se propôs a aproximar um moribundo do público. Para ele, essa é a “nova pornografia, pois a nudez não choca mais”.

A câmera instalada no olho de Roddy permite imagens automáticas, tais como as das câmaras fixas instaladas em locais estratégicos e públicos da cidade e em áreas privadas do comércio. À diferença dessas últimas, que produzem imagens de acontecimentos que prescindem da interpretação do sujeito e que permitem apenas o registro das ações desenvolvidas dentro de um espaço delimitado, a presença do jornalista é uma tentativa de resistência ao que Virilio apontou como “o adeus solene ao homem por trás da câmera, esse desaparecimento total da subjetividade visual em um efeito técnico permanente” (VIRILIO, 1999, p.67). Entretanto, à maneira das atuais *webcams* usadas em locais privados de comércio ou por alguém que queira filmar alguma ação escusa, a câmera de Roddy assume a natureza mecânica da vigilância, com o agravante de não se restringir a enquadramentos previamente fixados. A imagem captada por ele é a de um olho autômato que constrói uma visão sem olhar ao transferir para a máquina “a interpretação automática do sentido dos acontecimentos nos domínios da produção industrial” (VIRILIO, 1999, p. 86). Ao contrário da narrativa editada do telejornal, a câmera de Roddy visa dar um sentido documental como se todos os espectadores estivessem diante de Katherine e não diante de uma narrativa que narra sua doença e morte. Indo ao encontro das palavras de Debray, a imagem televisiva não traz uma representação dessa morte, pois ela “opera diretamente no mundo e não como uma transposição, um discurso sobre o mundo” (DEBRAY, 2003, p. 100).

Considerações finais

Um aspecto que as discussões sobre *reality shows* por vezes não toca é a possibilidade de o indivíduo vender sua intimidade ou privacidade. Os participantes são escolhidos em virtude de algum critério, mas, além do desejo de exposição



que algumas análises atestam estar presente nos modelos do *Big Brother Brasil*, por exemplo, está o aspecto financeiro e a possibilidade de um possível “estrelato” depois do programa. Nas duas produções, os protagonistas são pagos para expor a sua privacidade ou para morrer diante do público, ao vivo, ainda que em *Morte ao Vivo* a protagonista seja mais resistente. Eles não almejam se tornar famosos, mas a questão financeira está mais explícita em *Desilusões Futuristas*. Assim como a questão da autorização de vigilância, ou não, a venda da intimidade passa por questões éticas que sofrem uma distensão no espaço do espetáculo.

Com relação à questão da mercadoria, aspecto enfatizado nas discussões que tomam a teoria crítica como base, nos filmes, é possível identificar a venda e o respectivo consumo dessa instância não material: a vivência do outro pela representação imagética. Em *Desilusões Futurísticas* o projeto de formação de um modelo estrutural de família e de hábito de consumo é explícito, e o formato de um *reality show* parece indicar ao público que aquele estilo de vida está ao alcance de todos. O público identifica os valores veiculados como possíveis de serem compartilhados. No entanto, os produtos não estão ao alcance de todos, como fica claro no momento em que o público visita o casal modelo. Em *Morte ao Vivo*, a negociação entre Ferriman e Katherine é marcada pela possibilidade de se vender algo único: no caso, a própria morte. Como diz Katherine: “É a única morte que vou ter”. O choque não está mais na proposta de um programa que trabalhe com essa temática, mas, sim, nos índices de audiência, tanto dos que aderem quanto dos que criticam. Mais uma vez o apelo ao real é a justificativa.

Destaca-se, assim, a questão do consumo em diferentes níveis: do programa propriamente como um produto; dos produtos e hábitos neles veiculados; das experiências existenciais: vive-se

pelas imagens veiculadas em programas que se obrigam a um vínculo estreito com o real.

Tendo em vista a questão da participação, observamos que para a exposição da vivência que será televisada, não é necessário um confinamento físico, estritamente. Se essa estratégia é utilizada com o casal modelo de *Desilusões Futuristas*, Katherine, em *Morte ao Vivo*, não se encontra em um apartamento ou em qualquer outro espaço fechado. No entanto, ela está confinada de outra forma. Para não ter seus últimos dias registrados por uma câmera, ela opta por fugir e viver como moradora de rua: seu confinamento é no espaço público, onde ela acredita que seu privado não será invadido. No entanto, graças à tecnologia, isso não acontece.

Ao tornar espetaculares essas experiências cotidianas dos anônimos, a identificação pode gerar conforto ou desconforto. A relação entre os participantes dos *reality shows* e os produtores é mais enfatizada, sendo ao público destinado um papel pontual (*Desilusões Futuristas*) ou quase ausente (*Morte ao Vivo*). Além disso, a experiência de olhar é diferentemente abordada nos dois filmes. O público vê e consome tais experiências; os responsáveis pela produção não as consomem, eles experienciam de forma diferente a relação com os participantes dos shows – da exploração à identificação ou tensão.

O espetáculo organiza-se em função de uma operação do ver e ser visto. Nesse sentido, como observa Chauí, ainda que não seja uma criação da mídia de massa, esse fenômeno, quando é capturado, produzido e transmitido pelos meios de comunicação, caracteriza-se como uma questão central em função da ubiquidade na transmissão com a operação das câmeras transformando o acontecimento em encenação: “[...] a passagem do espetáculo ao simulacro, a nulificação do real e dos símbolos pelas imagens e pelos sons enviados ao



espectador” (CHAUÍ, 2006, p.16).

Chauí (2006, p. 9) nos mostra que a mediação das relações sociais e políticas na contemporaneidade passaram a ser reguladas por instituições que perderam seu referente político e social. Assim, uma “privatização do social e do político” traz, como específico, as mediações realizadas pelas instituições, tendo como marca pautarem-se pela “aparência” da vida privada, dos gostos, das emoções e sentimentos. Além disso, elas se caracterizam pela destruição da esfera essencial das democracias, ou seja, a da opinião pública. Ainda, ao transformar espaços da cultura em puro entretenimento, tais instituições retiram da cultura o seu caráter criador e expressivo. Dessa forma, esse espetáculo propiciado pelos *mass media* tem um sentido que de obra consumível passa a ser uma simulação em forma de um entretenimento consagrado pelos modismos, repetitivos, passageiros e ilusórios.

As duas produções representam criticamente esse processo, apesar dos gêneros e abordagens diferenciados. *Desilusões Futuristas*, nesse sentido, lança mão de duas instâncias: a relação tensa entre o casal modelo e os observadores/pesquisadores e a mesa-redonda televisiva com a participação de intelectuais. *Morte ao Vivo* apoia-se na relação entre Roddy e Katherine e nas discussões entre Tracey e Ferriman para mostrar a massificação não mais da vida, mas da própria morte.

Tônica das discussões acerca desse modelo de programa, o “culto ao real”, aliado à problemática de se preferir a imagem à coisa, a representação à realidade, redimensiona o que é próprio do real e da ficção. A ênfase nesse aspecto do real parece indicar que ele é uma instância da qual nós estávamos distantes: e os *reality shows* estão aí para nos reaproximar dele por meio da ficcionalização de algumas vivências.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Veronica Eloi de. Os reality show e o respeitável público da vida privada. jun de 2003. Dissertação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2003.

BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. In: Revista Contemporânea, v.3, n.2, p. 53-70, jul/dez 2005.

CHAUÍ, Marilena. Simulacro e poder. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CRAVEIRO, Sofia. Reality show – o espetáculo das massas. In: Revista AgoraNet. Labcom.ubi.pt, [20??], nº 4. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/04.html>. Acesso em: 05 mar. 2012. <http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/04.html>

DEBORD, G. A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBRAY, Régis. Acreditar, ver, fazer. Bauru, SP: Edusc, 2003.

DOUHAIRE, Samuel. Le couple témoin. Disponível em: < <http://www.telerama.fr/cinema/films/le-couple-temoin,11795,critique.php>>. Acesso em: 15 mar 2012.

IMDB. Disponível em: www.imdb.com. Acesso em: 20 mar. 2012.

JOST, François. Compreender a televisão. Porto Alegre: Sulina, 2007.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Denis (Org.) Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 33-49.

LEVIN, Thomas Y. Retórica do índice temporal: narração vigilante e o cinema de “tempo real”. In: MACIEL, Kátia (org.). Transcineas. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2009. pp.175-192.

LIPOVESTSKY, Gilles; SERROY, Jean. A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Porto Alegre: Sulina, 2009.



PRAÇA, Gabriella Martins da Silva; TRINTA, Aluizio Ramos. O panóptico televisivo: vigilância e visibilidade nos reality shows. In: XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, n.31, 2010. Caxias do Sul, Rio Grande do Sul. Anais Intercom – XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul: UCS, 2010. p. 1-13.

RABAÇA, Carlos Alberto, BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário de comunicação. 2.ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Campus, 2001. pp.172-175.

VIRILIO, Paul. A bomba informática. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.

REFERÊNCIAS FÍLMICAS

Desilusões futuristas. KLEIN, William. França: 1977. 101 minutos. [Extras]

Morte ao vivo. TAVERNIER, Bertrand. EUA: 1980. 128 minutos. [Extras]

Representações sobre reality shows: o caso de *Desilusões Futuristas* e *Morte ao Vivo*
Valéria Cristina Lopes Wilke
Leila Beatriz Ribeiro
Carmen Irene Correia de Oliviera

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 27 de maio de 2012.





Dilemas da reprodução assistida na arena pública: Uma análise do agendamento pelo programa Fantástico/TV Globo

Conflicts of assisted reproduction in the public sphere: an analysis in the agenda-setting on the television program Fantastico/Globo TV

Alba Livia Tallon Bozi ¹
Eleonora Magalhães ²

RESUMO Este artigo propõe uma reflexão sobre o papel dos meios de comunicação de massa na estruturação do debate na esfera pública acerca dos avanços das biotecnologias e as possibilidades de intervenção em processos de reprodução humana. Analisa o agendamento da questão a partir do programa Fantástico, da TV Globo, ao provocar o público a opinar a respeito do direito à maternidade em casos de doação de óvulo e gestação de substituição. Aponta a complexidade da imbricação público e privado na deliberação de conflitos íntimos porém relacionados a questões abrangentes de cunho moral e ético de uma sociedade, que carecem, nesse sentido, de um debate amplo e plural na esfera pública.

PALAVRAS-CHAVE Televisão; Esfera pública; Agendamento; Debate; Biotecnologia.

ABSTRACT This article intends to analyse the role of massmedia in structuring the discussions in society about the advances in biotechnology and the possibilities of intervention in human reproduction. It analyzes the agenda-setting of the matter in the television program Fantastico, Globo TV, that motivated the public to comment about the right of the maternity in cases of egg donation and replacement uterus. The article indicates the complexity of the relationship of the public and private routing of personal conflicts but related to moral and ethical issues of the society, they need, because it, a broad and pluralistic debate in the public sphere.

KEYWORDS Television; The public sphere; Agenda-setting; Debate; Biotechnology.

1 Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense, professora da Faculdade Pinheiro Guimarães e analista em C&T no Observatório Nacional. E-mail: albalivia@hotmail.com

2 Mestre em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense e professora da Faculdade Pinheiro Guimarães e da Universidade Salgado de Oliveira. E-mail: eleonora_magalhaes@yahoo.com.br



As imbricações entre ciência e tecnologia e seus consequentes resultados conhecidos nos avanços na área da medicina, em especial no que diz respeito às técnicas de reprodução assistida, têm suscitado questões éticas e morais que ultrapassam os limites dos laboratórios e consultórios de especialistas. Com a visibilidade ampliada pelos *media*, os jornais e mesmo os artigos de ficção, como as telenovelas, funcionam como meio pelo qual o cidadão comum toma conhecimento dos dilemas decorrentes da “revolução biotecnológica” registrada a partir da segunda metade do século XX. Mais do que isso, os cidadãos são chamados pelos meios de comunicação a formar opinião e, por vezes, a se posicionar quanto ao que ocorre na esfera da vida privada.

A manipulação da vida pelas biotecnologias tem sido capaz de, vez ou outra, dar nova roupagem à questão da definição da maternidade. No programa *Fantástico* transmitido pela TV Globo no dia 4 de março de 2012, uma enquete perguntava ao telespectador: “Quando uma criança nasce de uma barriga de aluguel, quem é a mãe: quem doou o óvulo ou quem gerou a criança?”.

A pesquisa instantânea foi “inspirada”, em parte, em um caso ocorrido recentemente. Uma criança nasceu por meio de gestação de uma mulher com o óvulo da companheira. Após o nascimento da criança, a “mãe gestacional” registrou o bebê. Depois de separadas, a mulher que cedeu o óvulo e de quem a criança herdou o material genético buscou o direito à dupla maternidade. A decisão foi parar nos tribunais. O caso, que corre em segredo de justiça, foi divulgado pela mídia, de forma simplificada e descontextualizada, como foi feito pelo *Fantástico*.

A questão elaborada pelo programa dominical foi apresentada aos telespectadores de forma vinculada à novela *Fina Estampa*, da mesma emissora, na qual

duas mulheres também disputavam na Justiça o reconhecimento da maternidade e a guarda de um bebê. Na cabeça da enquete, os apresentadores diziam que a história das personagens Bia (Monique Alfradique) e Ester (Júlia Lemmertz), ambas heterossexuais, reacendia a discussão relacionada ao direito à maternidade: de um lado encontrava-se Ester que, apesar de infértil, pôde gestar a criança graças aos avanços da medicina; do outro, Bia, que doou anonimamente o material genético a um banco de óvulos, mas cuja identidade foi conhecida logo após o nascimento da criança – a secretária da médica que realizou o procedimento descobriu que o óvulo foi intencionalmente escolhido pela profissional e decidiu informar os envolvidos.

O resultado da enquete coincidiu com o caminho seguido pela novela. Na ficção, o tribunal não chegou a realizar julgamento para decidir a maternidade, pois a questão encerrava-se antes, pela “impossibilidade jurídica do pedido” da doadora do óvulo, que fez a doação de modo anônimo e voluntário. Com embasamentos diferentes, tanto a escolha da audiência do *Fantástico* quanto a do autor Aguinaldo Silva seguiram a linha de que doadora de óvulos não é considerada parente da criança gerada a partir da doação. Na novela, essa percepção se apoia nos parâmetros da doação anônima de óvulo, mas no que concerne ao casal de mulheres, o óvulo foi doado intencionalmente para a companheira, prática escolhida para que haja uma participação do casal homoafetivo no processo de geração da criança. Para casais de mulheres, tal prática não tem a ver com a impossibilidade de engravidar ou de viver uma gestação, mas essa questão não faz parte do escopo das questões éticas levantadas pelo Conselho Federal de Medicina, entidade que regulamenta a atuação médica.

É importante salientar que a pesquisa do *Fantástico* estava relacionada à novela, que



apresentava uma situação completamente distinta daquela ocorrida na vida real, na qual duas mulheres reivindicavam a maternidade de um filho, fruto de uma união que durara seis anos. Apenas depois de divulgado o resultado, com esmagadores 82% das pessoas que participaram da enquete votando na opção “mãe é quem gera”, em detrimento das opções “quem doa os óvulos” ou “as duas”, foi apresentada a reportagem sobre a criança fruto da união homoafetiva.

Assim, a partir da cobertura dada pela revista eletrônica dominical da TV Globo ao caso concreto, interessa-nos menos discutir sobre a configuração das novas famílias ou os limites da medicina. Neste artigo, a proposta central é refletir acerca do papel desempenhado pelos meios de comunicação de massa na estruturação do debate em torno de dilemas morais e éticos, sobretudo quando se trata de questões íntimas, reservadas ao âmbito do privado, e que são lançadas à luz, expostas em jornais e programas de televisão.

É possível considerar positiva essa visibilidade ampliada, quando pensamos em contribuições para o processo político democrático? Apesar das contradições inerentes aos sistemas de informação e formação de opinião, há que se levar em conta que eles suscitam o debate. E o debate intenso e sério na esfera pública sobre questões de grande impacto ético é de extrema importância para legitimar definições. Afinal, como destaca o filósofo Jürgen Habermas, manipular a existência humana é arriscar, pois não há como avaliar as consequências dos avanços tecnológicos do presente, e fazer isso é, então, uma aposta. Os dilemas decorrentes dos usos das tecnociências somente são conhecidos quando se apresentam na forma de problema real. Antes disso, são apenas problemas hipotéticos, sobre os quais nem sempre se consegue prever todos os possíveis desdobramentos.

No caso escolhido para este artigo, as discussões podem, por exemplo, contribuir para as diretrizes a serem adotadas pelas tecnociências, no que se refere às suas possibilidades de aplicação, e também nas diretrizes do chamado biodireito, um ramo da ciência jurídica recentemente configurado para tratar das questões decorrentes dos avanços biotecnológicos.

Discutir publicamente os rumos que se deve adotar frente a esses avanços relaciona-se ao aprofundamento da democracia na contemporaneidade, ao mesmo tempo em que contribui para diluir as já obtusas fronteiras entre as esferas pública e privada. Nesse sentido, os meios de comunicação de massa poderiam contribuir para a ampliação do debate, fazendo com que este abarcasse diversas camadas da sociedade. Entretanto, os enquadramentos (GITLIN, 1980; ENTMAN, 1993; PORTO, 2004), ou “mapas de leitura”, estão presentes nas discussões mediatizadas e são capazes de direcionar o olhar, de contribuir para uma percepção acerca da questão. Por meio da seleção, ênfase e exclusão de elementos do discurso, aplicados à seleção de aspectos da realidade, é possível construir uma interpretação dos fatos, uma avaliação moral e um determinado tratamento sobre a informação. Cada detalhe pode ser noticiado sob diversos enfoques, com o intuito de obter reações favoráveis da audiência, reações que influenciam as ações na esfera pública.

O agendamento midiático

Logo no começo dos anos 1990, o assunto “quem é a mãe” já havia sido abordado sob o prisma das evoluções na área da genética, como tema central de outra novela, *Barriga de Aluguel*, veiculada na faixa das 18 horas. No folhetim, um casal, que não podia gerar descendentes, pagava para ter um filho gerado em um útero alheio. O dilema “quem fica com



a criança, a mulher que gera o embrião ou a que o desenvolve em sua barriga” foi levado aos tribunais na ficção, passando por todas as instâncias até chegar ao Supremo Tribunal Federal (STF). A novela termina antes de uma decisão ser proferida pelo STF, dando a entender que as duas “mães” entrariam em acordo pelo bem da criança, deixando uma certa “lógica do bom senso” imperar e contribuindo para alimentar o sofisma de uma solução conciliada, bem distante da realidade vivenciada nos tribunais.

Antes da existência das técnicas de reprodução assistida, a “produção” de um filho era, via de regra, algo circunscrito à privacidade do lar e do casal. Somada aos avanços da medicina, entra também em cena a participação dos meios de comunicação de massa como fonte de informação e como educador social, tomando para si a missão de desvendar e explicar as novidades e os possíveis impactos que elas causam. Sendo assim, não se deve menosprezar o papel das novelas, como as aqui mencionadas. Afinal, conseguem catalisar polêmicas, alargando o seu alcance. Além disso, ao darem visibilidade, contribuem para uma pré-estruturação do debate público, que alimenta também as discussões da esfera pública.

Na perspectiva de uma teoria da democracia, a esfera pública tem que reforçar a pressão exercida pelos problemas, ou seja, ela não pode limitar-se a percebê-los e a identificá-los, devendo, além disso, tematizá-los, problematizá-los e dramatizá-los de modo convincente e eficaz, a ponto de serem assumidos e elaborados pelo complexo parlamentar (HABERMAS, 1997: p.91).

Assim como ocorre nas novelas, questões que se impõem à sociedade de modo geral ou a indivíduos de forma particular também são tematizadas, problematizadas e dramatizadas nas páginas dos

jornais, porém sob a aura da credibilidade. Os produtos jornalísticos, além de criar imagens sobre o mundo e os acontecimentos, também possuem a capacidade de estruturá-las e organizá-las, tanto para a construção da realidade (FISHMAN, 1990), quanto para a formação da opinião pública, por exemplo.

De forma um tanto quanto esquemática, é possível dizer que, para que o cidadão seja capaz de fazer uma opção política consciente, ele precisa estar provido de informações adequadas sobre: a) quais são os projetos em disputa, quem os apoia, quais interesses eles promovem e quais prejudicam; e b) o mundo social, isto é, quais são os desafios a serem enfrentados, as alternativas possíveis e suas consequências (MIGUEL, 2004: p. 130).

Dessa maneira, cabe aos *media*, e à imprensa em especial, o papel primordial de definir a agenda pública (PORTO, 2004). Mais que isso, a mediação feita pelos *media* tornou-se algo essencial para, mais que informar sobre, promover o amplo debate político. Afinal, a sociedade contemporânea é bem mais complexa (além de dispersa, urbana e superpopulosa) que a *polis* da Grécia antiga. Assim sendo, a atual sociedade torna-se dependente da imprensa e sofre sua influência, não com a imposição de determinados conceitos, “mas incluindo em nossas preocupações certos temas que, de outro modo, não chegariam a nosso conhecimento e, muito menos, tornar-se-iam temas de nossa agenda” (HOHLFENDT, *in* HOHLFELDT; MARTINO & FRANÇA, 2010: p.193).

Habermas (1997) já ressaltava o papel da imprensa na formação da esfera pública burguesa, mas cabe indagar até que ponto há o real fortalecimento do debate entre indivíduos para a resolução de conflitos e questões que permeiam a vida em sociedade pelos



meios de comunicação de massa tradicionais. E um dos fatores que levam a esse questionamento é que, de acordo com a perspectiva aqui adotada, mais que um instrumento para a promoção dessas discussões, a mídia também participaria do debate público. Logo, o jornalista ultrapassa o papel de um mediador ordinário, justamente por estar imerso no processo de mediação. O termo em inglês *inbetweenness* ajuda a compreender esse papel, uma vez que o jornalista possui a capacidade de estar entre e, ao mesmo tempo, fazer parte do processo de comunicação. Nesse processo, o profissional estabelece uma relação entre especialistas e leigos, autoridades e cidadãos, podendo ser tido como “um mediador entre a especialização da ciência e o senso comum dos espectadores” (CAMPBELL, 1991: p.6). E, no decurso da mediação, os jornalistas conferem significado ao mundo (FISH, 1980) e podem, portanto, ser entendidos como classe detentora de certo *status* de autoridade interpretativa (ZELIZER, 1992), ao se promoverem como porta-vozes autorizados e críveis dos eventos da vida real, com a aquiescência do público.

Entretanto, o que se encontra nos jornais são apenas interpretações, recortes da realidade – e não “fatos puros”, ainda que utopicamente eles fossem possíveis. A forma como a realidade é retratada corresponde a esquemas tipificadores: o assassino, a vítima, o *gay*, a lésbica, o operário, o empresário, o negro, a loura. São papéis sociais ou características que, aos olhos de quem constrói o relato, são destacadas em detrimento de outras e produzem generalizações, imagens acerca dos sujeitos relatados – muito menos complexas que o original, mas que ajudam a construir um mundo coerente. Essas tipificações canalizam a percepção dos jornalistas acerca do mundo cotidiano, impondo uma moldura sobre as faixas da vida diária. (TUCHMAN, 1978).

Tais “molduras” remetem ao conceito de

enquadramento da mídia, entendido como uma espécie de recorte da realidade promovido por jornais e outros meios de comunicação. Inclui critérios de organização e hierarquização dos vários elementos que constituem a notícia. “Os enquadramentos de *mídia* são padrões persistentes de cognição, de interpretação e de apresentação, de seleção, de ênfase e de exclusão, através dos quais os manipuladores-de-símbolos organizam habitualmente o discurso, seja ele visual ou verbal” (GITLIN, 1980: p.6). Esses “quadros interpretativos” apresentados pela mídia oferecem à audiência pistas que promovem interpretações específicas dos acontecimentos (ENTMAN, 1991). No caso aqui relatado, o mapa de leitura produzido era, desde o início, equivocado.

Com a escolha de temas editoriais, a imprensa consegue classificar os fatos em grupos e, de algum modo, relacionar fatos, enquadrando-os em pacotes, ainda que não tenham ligação. Esse ajuste de temas não é apenas para ordenar a realidade para a audiência, mas é também uma forma de a própria imprensa se organizar, um auxílio nas buscas, escolhas e cortes que precisa fazer rotineiramente. Dessa maneira, com a ajuda dos jornais, a sociedade também organiza a vida cotidiana em quadros que permitem compreender a sociedade e responder ao que lhe é cobrado.

O fato relacionado é muito mais complexo e contraditório do que o cabeçalho da enquete. No entanto, à medida que o enquadramento vai sendo trabalhado pelos meios de comunicação, ele ganha tons de “naturalidade”, e o quadro adotado tende a entrar no senso comum, a ser tomada como certo. A pergunta feita pelo *Fantástico*, formulada de maneira simplista, permite presumir a resposta. Age, então, para reforçar uma opinião já circundante e que corresponde ao enquadramento do assunto, além de contribuir para um aparente ordenamento da



questão. No entanto, o gancho estabelecido entre a enquete e o caso é atravessado por confusões. A enquete aborda o tema “barriga de aluguel”, procedimento normatizado pela resolução 1.957/2010 do Conselho Federal de Medicina (CFM). Tal procedimento, formalmente denominado “gestação de substituição”, está previsto somente para casos em que exista um problema médico que impeça ou contraindique a gestação na doadora genética.

Nestes casos, as “doadoras temporárias do útero”, na linguagem médica, devem ser da família da doadora genética, num parentesco de até segundo grau. Os diferentes destes estão sujeitos a autorização do Conselho Regional de Medicina. A resolução exige ainda que todos os envolvidos assinem um documento de concordância com os procedimentos e suas normas. Uma delas estabelece que a doação temporária do útero não pode ter caráter lucrativo ou comercial e a mãe de aluguel não poderá pleitear judicialmente uma possível maternidade, diferente do que houve na novela *Barriga de Aluguel* e até mesmo no fato relatado pelo *Fantástico*. A resolução de 2010, publicada no *Diário Oficial* em 6 de janeiro de 2011, revogou a anterior, de 1992, que limitava a reprodução assistida a mulheres casadas ou em união estável, com concordância formal do cônjuge ou companheiro. A mudança nas exigências abriu caminhos para que casais homoafetivos recorressem ao procedimento para ter filhos que fossem, biologicamente, descendentes de um dos pais ou de uma das mães.

No caso das duas mulheres e do filho gerado a partir do óvulo de uma e gestado no ventre da outra companheira, registrada civilmente como mãe, há pelo menos duas questões a serem levantadas: a doação do óvulo e a gestação em outro ventre, ambos aspectos sujeitos somente à normatização ética do CFM. A garantia à doadora do óvulo só poderia ser dada pela Justiça, mas o casal optou

por não fazer o pedido de dupla maternidade, o que provocou uma disputa ainda mais complicada de guarda. A relação entre a enquete e caso se furta ainda a outras possíveis respostas à pergunta “quem é a mãe” – exemplo dos casos de adoção, em que a mãe que levou a gestação e que também é a mãe biológica não é considerada a mãe; e nos casos de empréstimo de útero com contrato de consentimento.

A prática adotada pelo *Fantástico* ilustra a seriedade e a complexidade de questões de manipulação genética e a necessidade de um debate profundo, amplo e sério sobre a atuação da medicina que nem sempre consegue prever disputas judiciais sobre as intrincadas questões surgidas na vida dos envolvidos. Esse debate faz-se necessário na esfera pública, embora lide com questões da esfera privada, especialmente porque nas clínicas médicas são realizados procedimentos considerados apenas do ponto de vista técnico e da ética médica, mas que não contemplam o aspecto jurídico e não abrangem questões psíquicas e sociais que envolvam o ser gerado. No entanto, fora dos limites das clínicas médicas de reprodução assistida, esses procedimentos encontram inúmeros e imprevistos desdobramentos. Afora as consequências de ordem afetiva e emocional, as decisões de ordem prática acabam recaindo sobre os tribunais.

Veja-se o fato do casal homoafetivo masculino que conseguiu judicialmente o direito de registrar uma filha com dupla paternidade, divulgado no *Jornal Nacional*, da mesma TV Globo, no dia 2 de março de 2012. A criança é resultado da fertilização com o sêmen de um dos pais e o óvulo de uma doadora anônima, obtido numa clínica médica, e da gestação por uma prima do pai doador do material genético. Tudo isso dentro das normas previstas pelo CFM. Imediatamente após o nascimento da criança, os pais recorreram à Justiça para conseguir



autorização para o registro civil da dupla paternidade da criança, o que foi rapidamente atendido. Além de garantir aos dois pais sua condição, ampara a criança como herdeira de ambos.

A formulação da enquete do *Fantástico* e a vinculação ao caso das duas mulheres leva o público a misturar questões que não tem relação direta. Neste episódio fica evidente que, por mais que a realidade social, em geral, apresente o caos e mostre seu dinamismo, a mídia atua de modo a criar uma aparente organização do quadro, eliminando as incertezas, minando o aleatório, impondo uma racionalidade à realidade. No entanto, essa tentativa de ordenar e simplificar a realidade exclui a profundidade necessária ao debate sobre questões decorrentes dos avanços biotecnológicos. Avanços que promovem impactos na vida cotidiana da sociedade e que, por isso mesmo, precisam estar sujeitos a ordenamentos jurídicos que deem conta da sua complexidade ou que, nesta impossibilidade, a limitem.

Nesse sentido, os meios de comunicação, e a imprensa em especial, tem papel importante, mas enfrenta, entre outros desafios para promover a discussão, as suas próprias rotinas e estratégias profissionais. Em termos de audiência, pode-se afirmar que, quanto menor é a experiência direta que as pessoas tem com um determinado assunto, mais elas precisarão do jornal para obter as informações e os quadros interpretativos referentes a essa área. No entanto, exatamente quando a estrutura de valores de uma sociedade está se transformando, é maior a possibilidade de que os meios de comunicação de massa influenciem o público (KUNCZIK, 2001). Nesse momento, o enquadramento dado pela imprensa é fundamental porque atua na construção da opinião pública sobre os assuntos em questão.

Acontecimentos que envolvem avanços científicos são avaliados como notícia e ganham

espaço nos programas jornalísticos, especialmente, em virtude do caráter inovador da informação, mas o próprio ineditismo também acarreta em dificuldades para uma cobertura mais profunda. Afinal, se nem mesmo os jornalistas tem clareza sobre o tema, como se libertar dos enquadramentos orientados por suas fontes? A tendência é enfatizar os dados que confirmam as informações das fontes oficiais – os médicos e cientistas, no caso de informações sobre os avanços das biotecnologias, por exemplo – e minimizar as informações contraditórias.

Televisão e política

Em se tratando de televisão, a experiência política mediada pelo jornalismo é visual, em que a linguagem é marcada fundamentalmente pela tentativa de administrar e adaptar o conteúdo a uma forma pré-concebida, esteticamente marcada e discursivamente didática. A cena pública é enquadrada. E esse enquadramento não envolve somente questões meramente técnicas, mas também simbólicas, uma vez que os meios de comunicação de massa fazem do fato um acontecimento, permeado por valores, através da organização discursiva do mundo ali apresentado. “Tal organização só é possível sob a condição da palavra consignada (por todos), ou melhor, sob a condição da palavra discurso que sustenta essa consignação” (GOMES, 2000, p.17).

É legítima e reconhecida pela sociedade a atuação do jornalismo como meio para viabilizar o surgimento de uma opinião pública, para tratar de assuntos “públicos”³. Ora, se a política “cria e condiciona todos os aspectos de nossa vida e está no coração do desenvolvimento dos problemas da sociedade e dos modos de sua resolução” (HELD, 1987, p.251), a televisão, por ser um veículo

3 O público, aqui, remonta o sentido grego, ou seja, o que interessa para a vida na polis, na cidade.



capaz de alcançar um largo espectro da população, seria uma aliada da democracia. Entretanto, como fica a constituição dessa esfera pública, de debate entre os indivíduos, a partir da construção de “um real” que já está pronto, dado por fórmulas que tipificam as pessoas, transformando-as em personagens e não em sujeitos complexos?

A política precisa ser pensada em seu conceito dual, como algo que não existe apenas dentro das instituições formais, mas que também se desenvolve nas diferentes dimensões da vida, no dia-a-dia. “Consequentemente, a política é um fenômeno encontrado em um e entre todos os grupos, instituições (formais e informais) e sociedades, perpassando a vida pública e privada” (HELD, 1987: p. 251). Logo, pautar discussões atuais e relevantes é um aspecto positivo do agendamento midiático. O problema reside nas abordagens mal elaboradas, que, antes de propor uma abordagem meramente informativa ou superficial, tentam menos que isso: promovem interpretações incompletas, obtusas, cuja contribuição para o desenvolvimento de problemas e a busca por soluções é assaz questionável.

Refletir sobre o papel desempenhado pelos meios de comunicação tradicionais, em especial pelo jornalismo de massa veiculado nas televisões abertas, é importante para o desenvolvimento da sociedade. É inegável o potencial desses meios como arena de debate e negociações (apesar de que, neste caso, a arena também participa dos conflitos), processos nos quais exerceriam um papel fundamental, contribuindo de forma ativa para o andamento do processo democrático das sociedades contemporâneas, em especial, para o avanço da democracia brasileira.

No entanto, os enquadramentos limitam a amplitude e profundidade do debate. Mas fazem parte do processo de produção da notícia e dificilmente deixarão de estar presentes nos relatos

– integram as rotinas profissionais, já se tornaram inerentes ao processo de produção das notícias. Preocupa-nos mais outra questão: como fornecer informações adequadas para o aprofundamento do debate público e, por conseguinte, da democracia? Como ressalta Luis Felipe Miguel (2004: p.130-131), “o que caracteriza a informação adequada para uma sociedade democrática é, acima de tudo, seu caráter plural”. E há determinadas mídias que tradicionalmente chegam de forma mais eficaz, atingindo grande parte do público, como é a televisão. No Brasil, a Rede Globo ainda é a emissora de maior audiência, maior abrangência territorial e é referência no que tange ao jornalismo. Dessa maneira, ocorre um debate restrito, alimentado por pontos de vista selecionados para confirmar a ideologia dominante.

O debate abordado neste artigo envolve as decisões e definições adotadas para solucionar conflitos íntimos, mas sua discussão na esfera pública se torna necessária porque relaciona questões abrangentes de cunho moral e ético de uma sociedade para as redefinições de seus valores. No entanto, o que se percebe é que a discussão mediatizada é conduzida por um enquadramento pré-definido pelas fontes que tradicionalmente agendam a mídia e é realizada por uma seleção de recortes desconectados, porém apresentados como se fossem relacionados, resultando numa abordagem simplista, que não abarca a amplitude e a pluralidade requeridas pelo assunto.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, CAMPBELL, Richard. 60 Minutes and the news: a mythology for Middle America. Urbana & Chicago: University of Illinois Press. 1991.

ENTMAN, Robert. Framing U.S. coverage of international news: contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. In: Journal of Communication, Autumn, v. 41, n. 4, p. 6-27, 1991.

FISH, Stanley. Is there a text in this class? The authority of interpretative communities. Cambridge, Massachusetts, London, England: Harvard University Press. 1998.

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

GITLIN, Todd. The whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the new left. Berkeley [etc]: University of California Press, 1980.

GOMES, Mayra Rodrigues. Jornalismo e ciências da linguagem. São Paulo: Hacker/Edusp, 2000.

HABERMAS, Jurgen. Para a reconstrução do direito (2): os princípios di Estado de direito; O papel da sociedade civil e da esfera pública política. In: _____. Direito e Democracia: entre faticidade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997, vol. I, p. 169-240; vol. II, p. 57-121.

_____. O futuro da natureza humana: a caminho da eugenia liberal? Trad. Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

HELD, D. O que democracia deveria significar hoje? In: _____. Modelos de democracia. Belo Horizonte: Paidéia, 1987, p. 241-270.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. Teorias da Comunicação. Conceitos, Escolas e Tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

KUNCZIK, Michael. Conceitos de jornalismo: norte e sul – manual de comunicação. Trad. Rafael Varela Jr. 2ed. São Paulo, EDUSP, 2001.

MIGUEL, Luis Felipe. Modelos utópicos de comunicação de massa para a democracia. In: Comunicação&política. Rio de Janeiro, vol. 22, nº 3, 2004, p. 129-147.

PORTO, Mauro. Enquadramentos da Mídia e Política. In: RUBIM, Antônio Albino Canelas (org). Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador: Edufba, 2004, p.73-104.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: Nélon Traquina (org.) Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Veja, 1993, p.74-90.

_____. Making news: a study in the construction of reality. New York: The Free Press, 1978.

ZELIZER, Barbie. Covering the body: the Kennedy assassination, the media and the shaping of collective memory. Chicago & London: University of Chicago Press, 1992. 229p.

Dilemas da reprodução assistida na arena pública: uma análise do agendamento pelo programa *Fantástico/TV Globo*
Alba Livia Tallon Bozi
Eleonora Magalhães

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 2 de maio de 2012.





9

Poder e Resistência: breve reflexão teórica sobre o papel do humor nos conflitos público-privado em contextos organizacionais ¹

Power and Resistance: short theoretical considerations on the role played by humor in public-private conflicts in organizational contexts

Ângela Cristina Salgueiro Marques ²
Luciana de Oliveira ³

RESUMO Neste artigo discutiremos o papel do humor como modo de resistência nas organizações, visitando e sistematizando uma ampla literatura recente que vem sendo produzida sobre o assunto no âmbito da vertente crítica dos estudos organizacionais. Nosso objetivo é contribuir para a consolidação de um campo de pesquisas no Brasil que se mostra extremamente profícuo ao apontar para o papel ativo das forças em conflito tanto no sentido da formação da opinião quanto na conformação das interações sociais nos contextos organizacionais e suas consequências para as configurações culturais e dinâmicas processuais aí ancoradas. O conflito, enxergado em seu papel constituidor de relações – e não relegado ao papel disruptivo numa visada funcional ou estrutural de matiz clássico – representa uma importante chave interpretativa sobre as tensões público-privado na contemporaneidade.

PALAVRAS-CHAVE Humor; Resistência; Conflito; Público-Privado; Organizações.

ABSTRACT The aim of this paper is to discuss the role played by humor as a form of resistance in organizations. To reach this intent we systemize a wide range of recent literature produced on the subject in the scope of the critical organizational studies. Our objective is to contribute for the consolidation of a field of research in Brazil that is extremely rich specially when at one hand, it stresses the active tensions of the forces in conflict within the process of opinion formation and, on the other hand the conformation of the social interactions in organizational contexts and their consequences for its cultural and dynamic configurations. Conflict is taken here as a crucial element for setting relations in motion. Therefore it cannot assume the functional and disruptive role as assumed by a functional or structural classic approach. Conflict and resistance represent an important interpretative key on the contemporary public-private tensions.

KEYWORDS Humor; Resistance; Conflict; Public-Private; Organizations.

¹ Este trabalho foi realizado com o apoio da Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais, instituição de vinculação das autoras. Ângela Marques conta também com o auxílio de bolsa de produtividade em pesquisa do CNPq.

² Doutora em Comunicação Social pela UFMG, Professora adjunta do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma instituição. E-mail: angelasalgueiro@gmail.com

³ Doutora em Sociologia Política pela UFMG e Professora adjunta do Departamento de Comunicação Social da mesma instituição. E-mail: lucyoli@hotmail.com



1. Introdução

A vertente crítica dos estudos organizacionais vem ressaltando o potencial dos discursos de humor para expressar e dar forma a práticas de resistência, sobretudo aquelas que se desenvolvem no ambiente de trabalho (COLLINSON, 2002; CARRIERI, 2004; MUMBY, 2005; HARDY e PHILLIPS, 1999). Essa perspectiva difere da abordagem funcionalista que avalia o humor como ferramenta administrativa de controle e de mensuração da satisfação no trabalho. Em tal abordagem, os gestores deveriam ser capazes de gerenciar o humor de modo a melhor articular grupos em torno de determinados valores da cultura organizacional. Visto como ferramenta e como prática passível de ser administrada, o humor nos estudos funcionalistas parece ser apontado como uma fonte potencial de coesão social e diminuição de tensões no ambiente de trabalho (COLLINSON, 2002). Nesse sentido, muitas vezes o conflito é entendido como algo que, embora inerente às relações sociais, deve ser enfrentado para “sanar” e “ordenar” a interação entre as organizações e seus públicos de interesse. Rara parece ser a postura intelectual e profissional que reconhece no próprio conflito um momento de (re)composição permanente do ordenamento social e uma amostra privilegiada, portanto, de como grupos em posições distintas se organizam, se orientam e disputam em espaços de poder não convencionalmente desenhados. As reconfigurações do capitalismo global e as ações estatais e da sociedade civil na contemporaneidade apontam para um redesenho das fronteiras notavelmente móveis entre público e privado, abrindo oportunidades para que agentes (coletivos e individuais) encontrem justificativas e dispositivos para definir seus interesses em uma esfera pública que também se rearranja.

Da mesma forma com que tais fronteiras são móveis nas arquiteturas de poder, também é difícil

encontrar uma definição conceitual unívoca que responda o que é público e o que é privado. Para fins da discussão aqui proposta, entendemos que o privado é o foro dos interesses individuais e o público congrega questões e posicionamentos da ordem do coletivo. Obviamente tal distinção é ainda insuficiente dado que há interesses de certos grupos, portanto de coletivos, que se colocam em disputa com outros interesses – tanto de outros grupos, quanto de interesses gerais. Complementa, portanto, nossa visão a proposição de Dewey (2004) de que aquilo que possui caráter público (incluindo a composição de um público) refere-se ao reconhecimento de um problema ou questão que afeta um grupo de pessoas, às consequências indiretas de uma ação desempenhada em busca de solução e o esforço de regulá-las coletivamente. Tal regulação, em nossa análise, não é necessariamente formalizada. Ela encontra-se muitas vezes estabelecida de forma tácita nos códigos ocultos dos grupos. Aquilo, então, que é associado ao âmbito público, deve-se à presença de uma questão que precisa ser avaliada em um processo de discussão capaz de produzir uma ação e/ou decisão coletiva.

Por outro lado, quando as consequências de uma ação se limitam ou se crê que estão limitadas às pessoas diretamente implicadas nela, temos a conformação de uma transação privada. Segundo Dewey,

Quando A e B mantêm uma conversação juntos, a ação é uma trans-ação: ambos estão implicados nela; seus resultados passam, por assim dizer, de um a outro. Em consequência um e outro ou ambos podem ver-se beneficiados ou prejudicados. Mas, presumivelmente, as consequências de benefício ou prejuízo não se estendem para além de A e B; a atividade está entre eles; é privada. No entanto, se se observa que as consequências da conversação se estendem para além dos indivíduos envolvidos,



que afetam ao bem-estar de muitos outros, o ato adquire uma dimensão pública (...) (2004, p. 64).⁴

O privado e o público não são, portanto, entidades ontologicamente delineáveis, eles são antes relações cujos resultados operam ontologicamente sobre as interações e alteram os contextos organizacionais. Por isso, a perspectiva crítica aponta que a análise de formas de humor nas organizações pode refletir, reforçar, articular e salientar divisões, tensões, conflitos, desigualdades e assimetrias que têm potencial de revelar a dialética entre resistência e poder, entre necessidades que se delineiam de maneira privada e modos públicos de lidar com o conflito e o desentendimento.

Segundo Mumby (2005), o foco da pesquisa crítica deve ser a articulação dinâmica, complexa e conflituosa entre práticas de afirmação de poder e de construção de resistências.⁵ A manutenção desses opostos em constante tensão evita que as pesquisas ora enfatizem demais uma obediência inevitável ao poder, ora confirmem destaque a atos latentes de resistência. De acordo com Putnam et al.

4 Recortamos tal formulação de um contexto mais amplo no qual Dewey defende uma aproximação entre público e Estado. Essa aproximação é problemática pois tal como nos propõe Fernandes (1994), a definição do que é público e do que é privado deve levar em conta quais são os agentes envolvidos e os seus fins. Assim, quando agentes privados buscam fins privados temos algo característico da lógica do mercado; quando agentes públicos trabalham para fins públicos temos uma lógica similar a do Estado; e quando agentes privados perseguem fins públicos temos a lógica associativa, característica do que se convencionou chamar em época recente de terceiro setor. É claro que tal visão deve ser pensada metodologicamente em termos ideal-típicos, como nos ensina Weber (1986, especialmente na p. 106 e seguintes), já que nos serve como um parâmetro segundo o qual observar a realidade a fim de compreender o quanto se aproxima ou se afasta deste delineamento.

5 "O estudo dialético do controle e da resistência no contexto organizacional remete-se a como stakeholders e grupos de interesse se engajam com, resistem, acomodam, reproduzem e transformam as possibilidades interpretativas e os sistemas de sentido que constituem a vida cotidiana de uma organização" (MUMBY, 2005, p.22).

(2005), quando os estudos críticos em comunicação organizacional tratam a resistência como algo localizado e historicamente conectado a conflitos particulares, eles evitam opor controle e resistência, de modo a não marginalizar o controle e nem romantizar a resistência.

Ao mesmo tempo, Mumby afirma que essa perspectiva pode evitar que atos rotineiros de resistência no contexto público de atuação das organizações sejam essencializados e tratados como parte de um conjunto estabelecido de ações e comportamentos privados. De um lado, atos de resistência não podem ser reduzidos a um leque identificável e definido a priori de comportamentos observáveis e passíveis de serem metodologicamente apreendidos por meios de categorias analíticas já fixadas. De outro, estudos voltados para a análise crítica dos atos de resistência caracterizam tais atos não como blocos monolíticos internamente coerentes, mas como tentativas socialmente situadas e complexas de construir sentidos que se opõem àqueles que circulam de forma hegemônica nos contextos organizacionais. Tais tentativas implicam momentos relativamente temporários de emergência de novas possibilidades de percepção e entendimento. Além disso, esses atos, quando observados no contexto interno ou no contexto social de atuação de uma organização, devem ser percebidos como uma produção social local e, portanto, dificilmente transferível ou generalizável.

Atos de resistência forjados a partir de ações e insatisfações privadas ou coletivas se configuram como base de resistência a discursos e cenas públicas que tendem a invadir e controlar os sujeitos, dificultando sua emancipação, sua desidentificação com uma identidade imposta por um fazer determinado e sua própria autonomia política de definir o que é bom e importante para si mesmos.



Poder, práticas de resistência, humor e contexto organizacional

A resistência se constitui como o engajamento em alguns modos de ação (individuais ou coletivos, organizados ou espontâneos, pontuais ou de longo prazo) dentro de contextos moldados por estruturas e padrões estabelecidos de modo a fazer com que, em algum nível, tais padrões e estruturas sejam questionados, desestabilizados e reconfigurados. Por isso, ela expressa a manifestação de lutas que estão ligadas a conflitos coletivos e comunicativos em torno de algumas questões em que há a urgência de mudanças. A resistência suspende e modifica a constelação de relações de poder, de modo a permitir “frestas” e fissuras para que os sujeitos modifiquem suas formas de vida e se deixem modificar pela experiência transgressora. Atos e acontecimentos de resistência geram momentos de aprendizado e ampliam nossa percepção sobre o “possível”.

Assim, mais do que se estabelecer como uma nova ordem, um ato de resistência envolve assumir posicionamentos, riscos e perigos; requer uma resposta reflexiva às formas de opressão, muito mais do que uma simples reação. A resistência exige enfrentamento, uma mudança de postura, uma *accountability* diante das escolhas feitas e dos resultados produzidos. A própria identidade⁶ do sujeito está em causa nas ações de resistência que empreende, uma vez que é por meio delas que ele deve se apropriar dos problemas que o afligem, incorporando-os à sua história e ao seu projeto de vida de forma crítica e construindo respostas que o permitam agir sobre a configuração atual de sua existência. O sujeito deve responder a essa configuração e mostrar-se responsável pelas

atitudes que decidir tomar.

O ato real de resistência, o ato propriamente dito, é um ato por meio do qual alguém assume total responsabilidade por ele, arriscando tudo e escolhendo efetivamente o impossível (ou aquilo que julgava impossível). Isso significa desistir da crença de que há um Grande Outro que possa justificar, sustentar e assegurar as crenças que animam nossos atos (CONTU, 2008, p.376).

Vários autores enfatizam que não se pode produzir um estudo acerca de práticas de resistência em contextos organizacionais conferindo destaque somente aos mecanismos disciplinares responsáveis pelo gerenciamento de comportamentos e ações (DEETZ, 2008; COLLINSON, 2002; FLEMING e SPICER, 2008). Para eles, uma análise de tipo foucaultiana pode incorrer na afirmação de que os trabalhadores não são capazes de inserir-se nas estruturas de poder de modo a alterá-las, restando-lhes apenas a alternativa de reproduzir o sistema que pretendiam subverter. Tal perspectiva desconsidera o fato de que os trabalhadores e os diferentes públicos articulados em torno de uma organização são extremamente criativos e participantes ativos no processo de apropriação de mecanismos de controle e da disputa constante de sentidos que abrem possibilidades de construção de abordagens alternativas e contra-hegemônicas.

Em sua grande maioria, os autores acima mencionados destacam como principais modos de resistência no contexto organizacional os códigos ocultos (*hidden transcripts*), como a paródia, ironia, sátira, cinismo e humor. Uma discussão importante acerca desse tema foi elaborada por Scott (1990), ao refletir sobre como a dinâmica da ordem social é afetada por linguagens ou códigos que não são públicos (não se fazem visíveis na esfera pública) e que se originam privadamente, nas experiências e

⁶ Nos estudos organizacionais críticos, a resistência é geralmente vista como “uma forma de trabalho sobre a identidade, ou seja, atores sociais se engajam com discursos organizacionais como forma de assegurar um sentido estável de identidade” (MUMBY, 2005, p.35).



testemunhos de opressão narradas e interpretadas por grupos subalternos. Assim, ele chama de *hidden transcripts* as expressões ou códigos de linguagem produzidos pelos dominados e que não podem vir à tona, sobretudo porque são “impedidos” de expô-los diante dos dominantes. Scott acredita que esses códigos ocultos (ou discursos de bastidores) são capazes de refletir uma dinâmica da política que muito pode nos ensinar sobre poder, hegemonia, resistência e subordinação. Adotando a perspectiva dialética de tensionamento entre poder e resistência, ele mostra como as relações de poder afetam os discursos de dominantes e dominados de modo a fazer com que, cada vez que haja uma interação entre esses dois grupos, cada um deve medir as próprias palavras e atos, observando certas regras simbólicas que ditam o que é apropriado ou não dizer ou fazer.

Ao contrapor as lógicas de ação de dominantes e dominados, Scott mostra que não só os grupos subalternos desenvolvem códigos ocultos que permanecem silenciados diante dos dominantes, mas estes últimos também possuem seus códigos simbólicos que não são dados a ver. Ao lado dessas duas formas de códigos ocultos existe também um *public transcript*, ou código público que sustenta as aparências das relações entre dominantes e dominados sendo quase que completamente dominado pela lógica dos primeiros:

Cada grupo subordinado cria, a partir de suas experiências desagradáveis, um código oculto que representa uma crítica ao poder feita longe do conhecimento do dominante. Os poderosos também desenvolvem um código oculto representando as práticas e demandas para suas regras que não podem ser abertamente confessadas. Uma comparação entre o código oculto do fraco e aquele dos poderosos, e de ambos os códigos com o código público das

relações de poder oferece um novo modo de entender a resistência à dominação (1990, p.xii).

Os códigos públicos, segundo Scott, são “o autorretrato das elites dominantes” (1990, p.18), isto é, revelam como essa elite gostaria de ser vista, ao mesmo tempo em que esta última se serve de vários mecanismos para afirmar e naturalizar seu poder. Esses mecanismos servem para manter as aparências, a unanimidade entre os grupos dominantes de um lado, e o consenso entre os subordinados do outro lado. “Rebeldes ou revolucionários são rotulados como bandidos, criminosos, arruaceiros, de modo a desviar a atenção da sociedade de suas verdadeiras demandas políticas” (SCOTT, 1990, p.55). Esse é o papel do código público: institucionalizar, através do uso rotineiro e constante da simbologia dos dominantes, os espaços destinados à expressão e à visibilidade dos demais grupos sociais.

O ponto importante da abordagem desenvolvida por Scott consiste em mostrar que os códigos ocultos são o arcabouço de formas concretas, embora com modos de circulação públicos diferenciados e não institucionalizados, de luta e resistência contra a dominação. Os códigos ocultos dos grupos subalternos são expressos, disfarçadamente, sob a forma de rumores, fofocas, fábulas populares, mitos, piadas, teatros, etc., que atuam como “veículos através dos quais os dominados insinuam uma crítica ao poder, enquanto se escondem no anonimato” (SCOTT, 1990, p.xiii). Autores como Contu (2008) se mostram insatisfeitos com essa forma de resistência em que os sujeitos mais se escondem e dificilmente assumem os custos e riscos de produzir mudanças radicais nas dimensões sociais, políticas e econômicas de atuação do poder. Para ela, formas de resistência sem custo, sem a perspectiva de mudanças mais profundas, que não ameaçam nem ferem ninguém podem ser vistas como



“descafeinadas”, ou seja, modos de resistência que acabam por reafirmar e sustentar o estado de coisas que pretensamente iriam transgredir.

Segundo Deetz (2008), é preciso ter cuidado ao apontar determinadas práticas de resistência como inúteis, pois o que parece ser uma aparente acomodação pode produzir possibilidades de mudança e muitas vezes o mesmo ato pode ser caracterizado como resistente em um contexto e reproduzir desigualdades de poder em outro. É também possível que, às vezes, a resistência produzida por sujeitos em desvantagem atrapahe reformas significativas que poderiam auxiliá-los. Com frequência, a resistência também pode operar ideologicamente ao oferecer uma falsa sensação de ação somente por aumentar a estima e a dignidade das pessoas. Pode acontecer também de atos de resistência realmente produzirem um resultado positivo para aqueles que sofrem com injustiças simbólicas e econômicas, mas esse resultado pode não promover as mudanças necessárias para alterar padrões mais profundos de desigualdade de poder. As consequências de atos que se pretendem resistentes não podem ser antecipadas ou previstas somente por uma leitura conjuntural.

Segundo Hardy e Phillips (1999), nem toda atividade de resistência ligada ao humor ocorre de maneira confinada em uma organização individual. Algumas dessas atividades acontecem em espaços sociais e públicos que se localizam no entorno das organizações. Localizadas em uma dinâmica tensional em que faz uma triangulação de forças com processos macro e micro sociais, as organizações modelam nossas formas de interação, mas, ao mesmo tempo, estão sujeitas às ações interpretativas e contestatórias que se desenrolam nos espaços sociais e institucionais que as cercam. Nesse sentido, as ações humanas, os contextos sociais e as instituições operam uns sobre os outros de maneira

complexa. Hardy e Phillips utilizam a abordagem do novo institucionalismo para afirmar que as instituições têm grande influência nos processos de formação de preferências, expectativas, experiências e interpretações das ações dos outros. Mas é preciso ter em mente que “as instituições não são só elementos que constroem a ação humana, elas são, primeiramente, produtos das ações humanas” (DiMAGGIO e POWELL, 1991, p.28).

Os elementos culturais valorizados pelo novo institucionalismo (ou institucionalismo de viés sociológico) ⁷ não são regras cristalizadas, mas mecanismos simbólicos construídos através de um processo de conflito e contestação. De um lado, as rotinas, scripts e papéis sociais visam a minimizar a incerteza garantindo certa previsibilidade das interações. Contudo, de outro lado, os atores sociais podem contestar o conteúdo desses mecanismos simbólicos a partir do momento em que se sentem prejudicados por modos de interação delineados, por exemplo, no modelo mestre/escravo, dominante/subalterno, rico/pobre, etc. Como apontam Friedland e Alford,

As instituições constroem não só os fins em relação aos quais o comportamento precisa ser direcionado, mas também os meios pelos quais esses fins são alcançados. Elas provêm aos indivíduos vocabulários de motivos e um sentido de *t*. Elas geram não só aquilo que é valorizado, mas as regras através das quais ele é medido e distribuído. As instituições impõem os limites na verdadeira natureza

⁷ O institucionalismo sociológico é também associado ao quadro da teoria das organizações e tem como principal base a interpenetração entre instituições e cultura. Nessa abordagem, as instituições são definidas de modo a incluir não só regras procedimentais e normas formais, mas também os sistemas de símbolos, esquemas cognitivos e modelos morais que fornecem padrões de significação que guiam a ação humana. Privilegia-se a influência das instituições sobre o comportamento: as pistas e scripts que devem ser seguidos pelas pessoas em situações diferenciadas (MARCH e OLSEN, 1989).



da racionalidade e, como consequência, da individualidade. Apesar disso, indivíduos, grupos e organizações tentam usar as ordens institucionais em seu proveito, seja reinterpretando-as seja questionando-as (1991, p.251).

Diante do quadro apresentado pelo institucionalismo sociológico, temos que as decisões tomadas no âmbito institucional enfrentam resistências no âmbito social e, por isso, ao pesquisar formas de resistência no contexto organizacional não se pode deixar de considerar as complexas interações e tensões tecidas entre os códigos culturais institucionais e os códigos produzidos no âmbito cívico. Uma questão importante a ser considerada é a de que a abordagem crítica parece estar pesquisando o humor intragrupos, mas deixa de lado o entre-grupos, das relações entre diferentes setores sociais, cujas tensões podem ser descortinadas por meio do humor (CARRIERI, 2004).

O humor como prática de resistência nos contextos sociais afetados por práticas organizacionais/institucionais

O potencial de resistência do humor é geralmente associado à sua capacidade de introduzir sentidos alternativos em situações sociais. Segundo Westwood e Johnston (2011), o humor pode ser considerado subversivo se ele consegue introduzir uma realidade alternativa capaz de desafiar a realidade dominante, expondo sua arbitrariedade, paradoxos e inconsistências. Assim, sua capacidade de resistência está intimamente associada à aproximação que promove entre idéias e realidades incongruentes, dependendo portanto da existência de múltiplas realidades possíveis. O humor seria então o domínio daquilo que não é real e essa ausência de realidade “liberaria os atores conversacionais para

que tópicos problemáticos possam ser abordados com menor temor, rejeição ou recriminação” (WESTWOOD e JOHNSTON, 2011, p.15).

A dinâmica de resistência presente no humor estaria relacionada à sua capacidade de revelar contradições, absurdos e, conseqüentemente, as ambigüidades. Tal habilidade, por sua vez, buscaria promover uma articulação dos agentes envolvidos no sentido de praticar uma resistência, ao mesmo tempo em que os protegeria de represálias (CARRIERI, 2004, p.31).

O núcleo subversivo do humor depende, então, de sua capacidade de revelar como a realidade dominante é arbitrária e frágil. Tal potência nos remete ao conceito de carnavalização de Bakhtin, uma vez que ele busca mostrar como o discurso do poder não é o único, mas existe entre vários discursos e realidades. O riso provocado pelo carnaval de Bakhtin desestabiliza e revela as inconsistências do mundo dominante, além de apontar para outras realidades possíveis. O carnaval é intrinsecamente dialógico e dialético, pois mostra os paradoxos entre duas realidades: a oficial (submetida a uma ordem hierarquicamente rígida) e a da praça pública, “livre, repleta de riso ambivalente, de sacrilégios, profanações, aviltamentos e inconveniências” (FIORIN, 2006, p.94).

A palavra de dupla tonalidade permitiu ao povo que ria, e que não tinha o menor interesse em que se estabilizassem o regime existente e o quadro do mundo dominante (impostos pela verdade oficial), captar o todo do mundo em devir, a alegre relatividade de todas essas verdades limitadas de classe, o estado de não-acabamento constante do mundo, a fusão permanente da mentira e da verdade, do mal e do bem, das trevas e da claridade, da maldade e da gentileza, da morte e da vida (BAKHTIN, 1999, p. 380).



Sob esse aspecto, a carnavalização coloca em jogo o papel desempenhado pela cultura popular, ou seja, a constante contraposição entre o mundo vivido e o mundo administrativo, entre o público e o privado, entre as relações humanas mundanas e hierárquicas, entre as lógicas habituais e o questionamento lúdico da norma. “O essencial em uma definição de cultura popular são as relações que a colocam em tensão contínua (de relacionamento, influência e antagonismo) com a cultura dominante” (HALL, 2003, p.257).

Não obstante essa participação do humor subversivo em momentos de carnavalização e relações dialéticas entre a cultura popular e a dominante, alguns autores apontam que, a despeito de seu caráter crítico, suas capacidades transformadoras são limitadas (COLLINSON, 2002; FLEMING e SPICER, 2008).⁸ Segundo eles, o humor se revela muito mais como uma forma permitida de subversão ou de dissenso contido, ou mesmo uma válvula de escape segura que funciona de modo a permitir o aumento da autoestima dos sujeitos, mas que não possui uma efetiva força para subverter o *status quo*. Sob esse aspecto, a potência carnalizadora do humor pode ser colocada em questão. Ainda assim, esses autores afirmam que o humor deve ser teorizado de maneira dialética e nuançada, uma vez que ele age tanto para manter uma ordem consolidada quanto para promover resistências e dissensos. Sua forma de ação depende do contexto analisado, de como se define resistência e de como discursos e atores envolvidos se posicionam e se articulam.

Argumenta-se ainda que, apesar de o humor não promover, em si mesmo, uma transformação na ordem dominante, ele expõe inadequações e problemas que dele derivam, podendo iniciar um movimento em

⁸ Segundo Westwood e Johnston (2011, p.15), “há uma tradição nos estudos do humor que, desde Aristóteles, percebe-o como um elemento necessário do intercurso social, uma vez que permite a contraposição ao status quo; Porém, esse é um tipo de dissenso acomodado, que possui um espaço permitido no discurso dominante que o abriga.”

direção a mudanças mais profundas por conseguir revelar paradoxos, inconsistências e contradições entre aquela realidade que acreditamos vigorar e outras possibilidades de entendimento do mundo (RODRIGUES e COLLINSON, 1995).

Discurso, resistência e organizações

Uma abordagem discursiva de formas de resistência identificadas em ambientes organizacionais, a nosso ver, deve voltar-se menos para a identificação do sentido de discursos particulares e mais para as tensões interpretativas que se estabelecem entre as ações e discursos construídos publicamente em contextos institucionais e as ações discursivas paralelamente engendradas no âmbito social. A resistência presente nas ações discursivas elaboradas nesse segundo âmbito não podem ser vistas como simples reação a decisões tomadas institucionalmente. As táticas presentes em formas de resistência social, como o humor por exemplo, criam *espaços de resistência* nos quais os atores sociais (via diferentes atos de resistência, evidentes ou cobertos, como a ironia, o cinismo, o uso de metáforas, o humor, etc.) se empenham em se apropriar reflexivamente de discursos organizacionais de modo a desestabilizar, contrapor, justapor sentidos de modo a causar estranhamento e a fixar novos sentidos. Contudo, é preciso lembrar que esses novos sentidos podem tanto refletir a presença da resistência quanto a reprodução de relações de poder.

Como destacamos anteriormente, o objetivo dos discursos e atos rotineiros de resistência não é uma confrontação direta, aberta e belicosa com as estruturas de poder. Os discursos de resistência atuam nos interstícios da vida organizacional e em seu entorno como códigos ocultos capazes de articular uma resistência discursiva capaz de promover “interpretações alternativas e, ao mesmo



tempo, articular essas interpretações de uma forma que não confronte diretamente o regime discursivo dominante” (MUMBY, 2005, p.36). Assim, as práticas rotineiras e ocultas de resistência têm o potencial de nos revelar como a resistência pode ser vista como “meio e produto da indeterminação de sentidos que caracteriza as práticas cotidianas de uma organização” (idem).

Quando avaliamos a dinâmica organizacional através da perspectiva discursiva, torna-se central observar que os sentidos não existem prontos na cabeça dos atores sociais como estruturas cognitivas que lhes são úteis para conhecer uma realidade pronta que os rodeia. Os objetos do mundo adquirem sentido a partir das dinâmicas intersubjetivas (rituais, conversações cotidianas, práticas discursivas) que criam a realidade social em sua vertente simbólica e material. De acordo com Mumby, o sentido é algo dinâmico e negociado e

...parte da importância dos estudos do discurso está em sua exploração da indeterminação do sentido e dos modos como frequentemente sentidos contraditórios são discursivamente articulados para criar estruturas maleáveis de significação que podem incorporar uma variedade de posições de sujeito organizacionais (2011, p.1158).

As organizações geralmente se engajam em lutas discursivas para formatar e gerenciar o campo institucional do qual fazem parte.⁹ De acordo com Hardy e Phillips (1999), essas lutas são influenciadas por discursos estruturados no âmbito social, dando origem a uma intrincada rede intertextual e

9 “Todas as formas de comportamento organizacional – discursivas ou materiais – podem ser entendidas através do quadro do discurso, focalizando os modos como o comportamento organizacional está sujeito a esforços que competem entre si para dar-lhe forma e fixar seu sentido” (MUMBY, 2005, p.22).

interdiscursiva

Putnam et al. (2005) definem o discurso como um sistema de textos que conferem existência a um determinado objeto, conceito, identidade social, tema ou situação. Além disso, é o discurso que dá vida as relações entre pessoas e grupos. Quando uma afirmação é feita, ou quando um texto é produzido acerca de um objeto ou tópico a partir de certo discurso, esse discurso torna possível construir tal objeto de um modo particular, limitando e até excluindo outras formas de compreensão desse objeto. Sob esse aspecto, novos objetos, textos e identidades podem ser produzidos pela mudança operada em conceitos (HARDY e PHILLIPS, 1999).

Lasbeck concebe discurso como “toda coleção ou conjuntos articulados de textos que contêm autonomia de interpretação (estrutura, delimitação e expressão próprias), mas que se articulam entre si para produzirem um todo maior significativo” (2009, p.20). Nesse sentido, é pouco provável que encontremos discursos em sua integridade, mas podemos recolher pistas de sua existência em textos particulares. Sob esse viés, o humor pode se materializar em “textos” verbais ou que vão desde charges e piadas até testemunhos privados de sujeitos que se sentem ameaçados ou injustiçados em seu ambiente de trabalho (IRIGARAY, SARAIVA e CARRIERI, 2010). Assim corporificado, ele nos auxilia a perceber os modos como controle e resistência são entrelaçados de maneira concomitante, revelando o modo como as pessoas sentem, conversam e constroem conhecimento acerca da relação dialética entre percepções privadas e modos públicos de expressão e questionamento.

Julgamos que é preciso, portanto, levar o humor a sério para entender certas manifestações de vontade política no Brasil, bem como observar como a construção da imagem de certas organizações públicas pela via da “brincadeira” presente no



discurso de humor nos informa também como se conforma o que é o “público” como categoria de pensamento.

Considerações Finais

A produção de resistência é um processo dinâmico que está entrelaçado com o discurso, com a produção de sentidos e subjetividades situados num contexto local que dialoga com forças estruturais mais amplas. Portanto, uma grande contribuição que deriva daí é pensar os combates entre grupos sociais como relações sociais, especialmente no que concerne aos arranjos entre público e privado. Como relação social, não há como pensar poder e resistência de forma estanque ou separada. Ambos se relacionam circularmente e reciprocamente. Tradicionalmente, os conflitos de interesses são enfocados a partir da análise formal do poder, qual seja, o das estruturas e dos jogos políticos institucionalizados.

Entretanto, em uma perspectiva sociológica contemporânea, está presente a preocupação com o “poder”, em um sentido amplo e não apenas formal da atividade de coordenação institucionalizada dos grupos, no qual se pergunta: como certos grupos passam a deter importância maior do que outros? Como, microscopicamente, os indivíduos agem de modo a consagrar-se como parte dos grupos hegemônicos, ou ao contrário, para passar de grupo minoritário/*outsider*/dominado a grupo hegemônico? Ou ainda, como os indivíduos negociam com as estruturas sociais – esse substrato de modos de agir e de ver o mundo cristalizados – de forma a confirmá-las ou negá-las nas suas práticas sociais? Para responder a questões dessa natureza, além do esforço de observação da realidade e coleta de material empírico que possa esclarecê-las, é necessário antes um bom preparo teórico que capacite o olhar a encontrar os fragmentos de dados e a construir com eles a tessitura de uma

resposta plausível e reveladora. Nesse sentido, o que pretendemos sublinhar nesse artigo é a necessidade de tomar o conflito de interesses como algo constitutivo das relações sociais e, por sua vez, das geometrias que organizam as relações entre público e privado.

Por outro lado, acreditamos que o estudo das relações entre poder e resistência possa ser iluminador para a compreensão das dinâmicas institucionais no Brasil e, especialmente, para o estudo crítico das organizações – campo de pesquisas ainda em desenvolvimento. Tradicionalmente, o que os estudos apontam são os malefícios da indefinição de fronteiras entre público e privado que têm como efeito uma lógica de privatismos. Contundentes teses colocam-se a serviço do debate acadêmico e desenrolam-se em torno de conceitos como patrimonialismo (especialmente para ler a atuação do Estado forte em relação à sociedade civil fraca e, analogamente, da organização forte e dos públicos fracos) e clientelismo (para ler as relações sociais de poder calcadas em privilégios e proximidade pessoal), ambos como parte da discussão sobre a privatização do público. Sem querer negá-la por seus importantes contributos a uma visão também crítica de certas práticas institucionais que constituem a cultura política brasileira, gostaríamos de chamar a atenção para outros atravessamentos e formas de inscrição do privado no público que não funcionam sob a égide dos ganhos pessoais e unicamente voltados para o indivíduo, mas que acabam conformando outras solidariedades, embora não instaurados num espaço público convencional ou formal.

Percorrendo espaços informais e constituídos por códigos ocultos – privados ao domínio de um grupo – as práticas de resistência não se dão a ver de pronto e muitas vezes lançam mão do recurso ao humor. Julgamos que é preciso, portanto, levar o humor a sério para entender certas manifestações de



vontade política no Brasil, bem como observar como a construção da imagem de certas organizações pela via da “brincadeira” presente no discurso de humor nos informa também como se conforma o que é o “público” como valor e experiência para um grupo. Muitas vezes tais práticas de resistência constituem superfícies enigmáticas, travestidas no jargão dos dominantes, circulando por canais alternativos ou mesmo oficiais de comunicação, elas dizem de um posicionamento ativo e chamam atenção para lógicas interacionais que precisam ser melhor investigadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, M. A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1999.

CARRIERI, Alexandre. O humor como estratégia discursiva de resistência: as charges do SINTTEL/MG. *Revista Organização e Sociedade*. Salvador, v.11, n. 30, p. 29-48, maio/agosto 2004.

COLLINSON, David. Managing Humour. *Journal of Management Studies*, v.39, n.3, 2002, p.269-288.

CONTU, Alessia. Decaf resistance: on misbehavior, cynism, and desire in liberal workplaces. *Management Communication Quarterly*, v.21, n.3, 2008, p.364-379.

DAVIES, Christie. Cartuns, caricaturas e piadas: roteiros e estereótipos”. In: LUSTOSA, I. (org.). *Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011, p.93-124.

DEETZ, Stanley. Resistance: Would struggle by any other name be as sweet? *Management Communication Quarterly*. v.21, n.3, 2008, p.387-392.

DEWEY, John. “En busca del público”. In: *La opinión pública y sus problemas*. Madrid, Ediciones Morata, 2004.

DiMAGGIO, Paul & POWELL, Walter. “Introduction”. In: POWELL, Walter; DiMAGGIO, Paul (eds.). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991, pp.1-38.

FERNANDES, Rubem. *Privado porém Público: o terceiro setor na América Latina*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

FIORIN, José Luiz. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2006.

FLEMING, Peter; SPICER, André. Beyond power and resistance: new approaches to organizational politics. *Management Communication Quarterly*, v.21, n.3, 2008, p.301-309.

FRIEDLAND, Roger & ALFORD, Robert. “Bringing Society Back in: symbols, practices, and institutional contradictions”. In: POWELL, Walter; DiMAGGIO, Paul (eds.). *The New Institutionalism in*



Organizational Analysis. Chicago: The University of Chicago Press, 1991, pp.232-263.

HALL, Stuart. "Notas sobre a desconstrução do popular". In: _____. Da diáspora: identidades e mediações culturais. SOVIK, Liv (org.). Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

HARDY, Cynthia; PHILLIPS, Nelson. No Joking Matter: Discursive Struggle in the Canadian Refugee System. *Organization Studies*, v.20, n.1, 1999, p.1-24.

IASBECK, Luiz Carlos. Identidade organizacional e a construção dos discursos institucionais. In: KUNSCH, M. (org.) Comunicação organizacional vol 1. São Paulo: Saraiva, 2009 vol 1. p.7-30.

IRIGARAY, H. A. R.; SARAIVA, L. A.; CARRIERI, A. Humor e discriminação por orientação sexual no ambiente organizacional. *Rev. adm. contemp.*, 2010, vol.14, n.5, pp. 890-906.

MARCH, James & OLSEN, Johan. *Rediscovering Institutions – the organizational basis of politics*. New York: The Free Press, 1989.

MUMBY, D. K. Theorizing Resistance in Organization Studies: A Dialectical Approach. *Management Communication Quarterly*, v.19, n.1, 2005, p.19-44.

MUMBY, D. K. What's Cooking in Organizational Discourse Studies? A Response to Alvesson and Karreman. *Human Relations*, v.64, n.9, 2011, p.1147-1161.

PUTNAM, Linda; GRANT, David; MICHELSON, Grant; CUTCHER, Leanne. Discourse and Resistance: targets, practices and consequences. *Management Communication Quarterly*, v.19, n.1, 2005, p.5-18.

QUADROS, Cynthia; ZUCCO, Fabrícia; MORETTI, Sergio. Com a palavra, a charge: entre o jornalismo, a política e a arte. *Comunicação & Informação*, v.12, n.2, 2009, p.48-62.

RODRIGUES, S. B.; COLLINSON, D. L. Having fun? Humor as resistance in Brazil. *Organization Studies*, Berlin, v. 16, n. 5, p. 739-768, 1995.

SCOTT, James. *Domination and the Arts of Resistance – Hidden Transcripts*. New Haven: Yale University Press, 1990.

THELEN, Kathleen & STEINMO, Sven. "Historical

institutionalism in comparative politics". In: *Structuring politics, historical institutionalism in comparative analysis*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994, pp.1-32.

WEBER, Max. "A 'objetividade' do conhecimento nas ciências sociais". In: COHN, Gabriel (org). Max Weber. São Paulo, Ática, 1986 (Coleção Grandes Cientistas Sociais).

WESTWOOD, Robert; JOHNSTON, Allana. Reclaiming authentic selves: control, resistive humour and identity work in the office. *Organization*, v.18, n.2, 2011, p.1-22.

Poder e Resistência: breve reflexão teórica sobre o papel do humor nos conflitos público-privado em contextos organizacionais

Ângela Cristina Salgueiro Marques
Luciana de Oliveira

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 9 de maio de 2012.





10

A religião midiaticizada nas fronteiras entre público e privado: uma abordagem teórico-crítica

Mediatized religion and the public/private boundaries: a theoretical and critical approach

Luís Mauro Sá Martino¹

RESUMO O objetivo deste texto é pensar como o processo de midiaticização vem permitindo à religião redefinir sua presença nas fronteiras entre o público e o privado. A partir de pesquisa bibliográfica e de campo, observa-se como algumas dimensões da midiaticização da religião interferem nesse desdobramento de fronteiras. São destacados três principais aspectos: (1) a dimensão comunicacional da religião como prerrogativa de sua presença nesse espaço; (2) examina-se o trânsito da religião midiaticizada entre o público e o privado, pensado a partir do conceito de secularização; (3) a visibilidade midiática da religião como forma de interferência nos assuntos públicos. Propõe-se, por fim, uma reflexão crítica sobre o espaço do religioso no debate dos temas públicos.

PALAVRAS-CHAVE Mídia; Religião; Esfera Pública; Comunicação.

ABSTRACT This text outlines how mediatization has enabled religion to redefine its boundaries between the public and the private. Drawing mainly on bibliographical research, supported by empirical studies, the argument unfolds in three main aspects: (1) the communication dimension of religion itself as a prerogative of its presence in public space; (2) the shifting of mediatized religion between public and private from the point of view of secularization; (3) the mediatized visibility of religion as a strategy to thrive on public affairs. Finally, the paper assets a critical reflection on the place of religion in public discussions.

KEYWORDS Media; Religion; Public Sphere; Communication.

¹ Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professor do PPG em Comunicação da Faculdade Cäsper Líbero. Email: Imsamartino@gmail.com.



Os estudos sobre mídia e religião vêm ganhando considerável espaço nas pesquisas em Comunicação nos últimos cinco anos. Seria possível identificar, com o risco contido nas generalizações, uma articulação interdisciplinar na transposição dos estudos a respeito do uso das mídias por denominações religiosas, do domínio da Sociologia da Religião, para um aporte a partir do realce dos aspectos propriamente comunicacionais e midiáticos. A perspectiva de se compreender as relações entre mídia e religião sob o ponto de vista do campo da Comunicação foi explorada por inúmeras obras na última década. A presença do religioso no espaço público em sua intersecção com a mídia é objeto de vários trabalhos que procuram pensar as relações da mídia com a religião em uma sociedade secularizada— uma breve lista, apenas de estudos brasileiros, poderia incluir Martino (2003), Klein (2005), Gomes (2010), Melo, Gobbi e Enzo (2007) e Borelli (2010).

O objetivo deste texto é explorar algumas dimensões da midiatização da religião como fator de destaque para sua atuação no espaço público enquanto ator relevante de influência na tomada de decisões em um sistema político laico. Entende-se que o processo de midiatização vem auxiliando igrejas e denominações religiosas não apenas a divulgar seus valores e crenças no espaço público, mas a converter essa presença, eventualmente, em tomada de decisões.

Argumenta-se, aqui, que o emprego em larga escala dos meios de comunicação não representa apenas o uso instrumental de uma tecnologia, mas da articulação e inserção das instituições religiosas em um ambiente midiático, provido, como recorda Horsfield (2008, p. 114), de múltiplas e não-lineares dimensões. Dessa maneira, a midiatização das instituições religiosas parece ter permitido, em um primeiro momento, a retomada de sua participação

em uma esfera de visibilidade midiática que, aos poucos, convergiu para uma nova forma de participação nos negócios públicos a partir do potencial aumento do número de indivíduos com os quais se constroem vínculos, lembra Sierra Gutierrez (2008, p. 3).

Essa reconfiguração midiática do campo religioso tem atraído a atenção de um crescente número de pesquisadores, que buscam, a partir de diferentes matrizes, investigar algumas dimensões dessa midiatização, pensando tanto as dinâmicas internas do espaço religioso como as ligações entre as igrejas e outras instituições no espaço público (para uma breve genealogia, ver STOUT e BUDDENBAUM, 2008).

Busca-se aqui pensar o processo de midiatização como um fator que vem auxiliando as igrejas e denominações religiosas a transitar entre as fronteiras entre o público e o privado. Nas duas primeiras seções, o texto explora as dimensões da midiatização da religião, seja (1) enquanto adoção de modelos da mídia em suas práticas institucionais ou (2) na utilização de meios eletrônicos para sua divulgação. Em seguida, (3) delineiam-se as relações entre midiatização e presença das religiões no espaço público, relacionando religiões “midiáticas” com outras menos afeitas a esse processo.

As dimensões da midiatização da religião

Quando se pensa a religião em sua relação com a mídia, uma perspectiva relativamente comum é focalizar a utilização dos meios de comunicação, especialmente os eletrônicos, como uma ferramenta utilizada pelas instituições religiosas para colocar suas mensagens no espaço público. No entanto, a compreensão da presença da religião em transição constante entre espaço privado e espaço público precisa levar em consideração que esse processo não depende apenas da utilização de meios de



comunicação, mas de características específicas da própria religião, lembram White (1997:44) e Stolow (2005), vista a partir de um ponto de vista comunicacional.

Ao menos no ocidente, a religião parece ter estado sempre ligada a alguma dimensão do processo de comunicação (STOLOW, 2005). Da transmissão oral de ensinamentos na praça pública até a complexa mediação eletrônico-tecnológica utilizada por várias igrejas na atualidade, parece difícil imaginar a religião fora dos ambientes midiáticos existentes em cada época. Ao mesmo tempo, há quem veja na própria religião uma prática essencialmente comunicacional, no sentido de se pensar a “religião” em seu sentido de “religação” e, portanto, no sentido de colocar dois termos – dois sujeitos – em relação. Nessa perspectiva, a midiaticização da religião se vale da natureza especificamente comunicacional dessa prática. Vale destacar brevemente essa concepção.

Durkheim (1997, p. 59), em *As formas elementares da vida religiosa*, especifica que o indivíduo que entrou em contato com seu deus é dotado de prerrogativas que o distinguem das outras pessoas. O destaque, recorda Meyer (2012, p. 162), desde uma perspectiva comunicacional, é a relação entre fiel e divindade – ou, em termos mais genéricos, entre o humano e o que este pode considerar “sobrenatural”.

A prática religiosa, nesse sentido, baseia-se em uma perspectiva de fazer o indivíduo entrar em contato com uma esfera diversa daquela encontrada nas práticas cotidianas e, a partir daí, compartilhar as prerrogativas atribuídas às consequências desse contato. Essa relação é estabelecida quando se pensa que o ato de Comunicação, como lembra Marcondes Filho (2002), tem entre suas dimensões a participação entre os sujeitos. Dentro dessa perspectiva, o indivíduo que entra em contato com o sobrenatural participa, conforme cada prática

religiosa, das qualidades desse sobrenatural.

E, se não é o objetivo aqui fazer um recenseamento dos conceitos de “religião” e “comunicação”, é necessária uma breve pontuação do tema. Em termos etimológicos, destaca Williams (1992), cumpre recordar que a palavra “comunicação” vem do latim “*communicare*”, “tornar comum”, no sentido de “transmitir” ou de “compartilhar”, próximo, igualmente, da palavras “comunidades” e “comunhão”. Por seu turno, “religião” tem sua raiz em “*religio*”, no sentido de uma “religação” entre termos diversos. O campo semântico, nos dois casos, está ligado à perspectiva de colocar em relação termos previamente desligados.

Seria possível, em vista disso, pensar, com Stolow (2005), em uma natureza essencialmente comunicativa da religião, tomada na dimensão de “contato” ressaltada, por exemplo, por Durkheim (1997) ou Otto (1990), o que, de saída, permitiria uma aproximação entre as práticas religiosas e os ambientes comunicacionais nos quais elas se inserem. A religião, prática social, seria orquestrada a partir de um tecido multidimensional de relações de comunicação objetivadas, em alguma instância, no espaço público no qual essas relações efetivamente tomam corpo como práticas sociais.

Dentro dessa perspectiva, torna-se possível compreender a relativa facilidade com que a religião se inscreve nos ambientes midiáticos incorporando, em suas práticas comunicacionais, as dimensões abertas pelos dispositivos tecnológicos. A perspectiva é relacional e dialética, não linear, evitando um determinismo tecnológico que poderia ser baseado exclusivamente na da utilização de meios eletrônicos por instituições religiosas.

Conforme lembram Babb (1997), Meyer e Moors (2005) e Clark (2006), a religião não existe fora do ambiente cultural, de seu contexto econômico e político de uma sociedade de consumo, inserindo-



se no contexto de práticas de consumo, de estilos de vida e valores cada época. A isso seria possível acrescentar o ambiente midiático de cada época, com o qual a religião, por suas características, também estabelece relações.

Não faltam exemplos, logo de saída, para se notar empiricamente essa presença da religião midiática no cotidiano. Para restringir a reflexão apenas ao caso brasileiro, pode-se destacar a inserção de formas mais midiáticas de religião desde, pelo menos, o início dos anos 1980, quando programas de líderes religiosos norte-americanos eram transmitidos em redes de TV aberta – os chamados “televangelistas”, como Rex Humbart e Jimmy Swaggart exploravam uma trilha aberta, no exterior, por Billy Graham e, antes dele Fulton Shenn, no sentido da utilização em larga escala dos meios de comunicação disponíveis à época para divulgar sua mensagem religiosa, na expectativa, como estuda Alexander (1997), de uma participação ritualizada do telespectador.

No Brasil, ainda nos anos 1980, viu-se o crescimento de igrejas altamente midiáticas, como a igreja Universal do Reino de Deus e a igreja Internacional da Graça, fortemente pautadas na exploração de códigos midiáticos incorporados até às suas práticas. A década seguinte viu o que se poderia chamar, nas palavras de Oro (1997) de “reação católica” no espaço midiático, com sua investida de padres cantores e celebrações em massa, enquanto, no segmento protestante, surgiam igrejas que levaram a midiática a novos patamares com a inclusão deliberada de práticas inspiradas – s ou diretamente baseadas – na mídia, como a Bola de Neve Church e a Renascer em Cristo. A título de ilustração, pode-se mencionar que, em ambas, algumas atividades religiosas estruturaram-se a partir de códigos emprestados de shows e performances midiáticas.

A progressiva inserção da religião nos ambientes midiáticos, em certo sentido, exigiu das instituições religiosas igualmente uma articulação com a lógica de produção empresarial da comunicação. A tomar como exemplo o que se percebe nas principais denominações nas quais o processo de midiática parece bastante avançado, como na igreja Universal do Reino de Deus ou a igreja Mundial do Poder de Deus, a visibilidade da religião no espaço público obtida a partir do uso plural de várias mídias não pode deixar de levar em consideração, se busca efetivamente transcender as fronteiras institucionais de definição da conduta privada do indivíduo – ou mesmo a definição do *ethos* de uma comunidade – a necessidade de se apropriar do *modus operandi* das mídias. O uso dos dispositivos tecnológicos, no processo de midiática da religião, não parece ser meramente instrumental, mas, ao contrário, demanda uma reavaliação dos elementos institucionais e, por vezes, mesmo doutrinários em jogo. Utilizando um argumento adaptado de Thomas Meyer (2006), é possível dizer que nas religiões midiáticas há uma tensão permanente entre a lógica da instituição religiosa e a lógica dos meios de comunicação na medida em que não se trata de uma ferramenta inerte de divulgação mas, ao contrário, tem uma maneira própria de funcionamento (Martino, 2003, 2009, 2012).

Na igreja Universal, bem como na Renascer em Cristo, nota-se a segmentação de públicos, com cultos religiosos adaptados ao estilo esperado – cultos mais sóbrios dirigidos a certos público justapõe-se, por exemplo, a outros mais descontraídos voltados para os mais jovens. Na Bola de Neve Church, observa-se igualmente uma linguagem bastante coloquial, além de maior descontração no que diz respeito ao vestuário dos predicantes. No campo católico, a intensa midiática de algumas missas, apelidadas de “*showmissas*”, conduzidas por sacerdotes que



utilizam-se largamente da linguagem midiática de apresentadores de televisão, cantores populares e algumas celebridades desse universo.

A contrapartida da articulação entre essas duas lógicas é a visibilidade que as instituições religiosas recebem na esfera pública. Talvez não seja coincidência que, nos últimos vinte e cinco anos, a progressiva interferência em questões de relevância pública, ou mesmo de participação direta no campo político, tenha como atores principais as religiões evangélicas neopentecostais, bem como momentos de contrapartida católica, responsáveis por estratégias deliberadas de articulação da chamada “cultura da mídia” com suas propostas religiosas específicas.

Para atingir a esfera pública a religião precisa lidar com uma racionalidade midiática, ancorada nas premissas da modernidade e assentada sobre uma ordem capitalista que são fundamentalmente contrários aos interesses da religião. A religião precisa “desesperadamente estar presente na esfera pública”, e, no entanto, isso significa render-se à racionalidade que está presente nessa esfera, como recordam Hoover e Venturelli (1996, p. 260).

Nesse sentido, uma tentativa de reduzir o religioso ao midiático tornaria a questão unidimensional e não conseguiria dar conta da complexidade dessas relações. Isso se evidencia, por exemplo, na medida em que o processo de midiática, ao permitir uma maior exposição da religião no espaço público, se por um lado parece acontecer com maior ênfase em igrejas com propostas teológicas específicas – os mencionados neopentecostais (GLEDHILL, 2006), assim como a ala carismática da Igreja Católica –, por outro parece exigir das instituições religiosas uma adaptação a uma lógica midiática e às práticas seculares do jogo democrático. É o assunto a seguir.

A midiática da religião e a intersecção público / privado

A discussão sobre a passagem da religião da esfera pública para o espaço da vida particular é outro fator que pode ser articulado, com vistas à compreensão, com os estudos a respeito da secularização. A rigor, não é possível pensar as problemáticas da dinâmica de presença/ausência da religião no espaço público deixando de lado a perspectiva de uma perda progressiva de sua influência nos assuntos públicos na medida em que a secularização da sociedade implicaria, em tese, a passagem da religião do público para o privado.

David Martin (1991) endereça uma série de questionamentos a esse conceito, argumentando não apenas contra uma certa perspectiva mecanicista ou linear nos estudos, como também destacando o caráter multidimensional da secularização e insistindo na inexistências de pesquisas empíricas que confirmem a secularização como um fenômeno homogêneo (MARTIN-BARBERO, 1997, p. 106). Ao contrário, se é possível identificá-la em algumas dimensões, como na mencionada separação entre igreja e Estado ou na diminuição do número de frequentadores em algumas igrejas, por outro lado nota-se lacunas no que deveria ser esse processo, como, por exemplo, na manutenção de crenças e práticas religiosas em diversas sociedades ou na articulação das tradições religiosas com práticas da Modernidade – dentre as quais, com os meios de comunicação. Entendida como a perda progressiva de importância do elemento religioso o processo de secularização, tal como pensado, entre outros, por Weber (1991) não implica necessariamente o declínio da religião como crença pessoal, mas como definidor de um *ethos* a partir do qual se estruturam as práticas sociais e políticas. Nesse sentido, a secularização parece significar, como lembra Habermas (2006), a progressiva perda de validade



do religioso – enquanto dotado de uma prerrogativa *a priori* de validade de seus argumentos por conta de um vínculo metafísico.

No caso brasileiro, nota-se, como lembra Pierucci (1997; 2003), de um duplo movimento. De um lado, o declínio progressivo da Igreja Católica como força hegemônica na política e no cotidiano, suplantada pelo crescimento evangélico e, em proporção bem menor, do Espiritismo e de doutrinas de origem afro-brasileiras. De outro lado, o sociólogo observa um crescimento do ateísmo e dos “não-praticantes”, bem como o declínio da religião como definidor de práticas no espaço público.

A partir de uma perspectiva comunicacional, pode-se dizer que a secularização ganha uma nova dimensão, na qual a questão da presença/ausência da religião no espaço público pode ser discutida em termos de sua visibilidade/invisibilidade midiática na esfera pública. A aquisição dessa visibilidade não está vinculada necessariamente, ou exclusivamente, à força institucional de uma determinada igreja ou denominação, mas, antes, ao montante de investimento de tempo, pessoal e capital no uso dos meios de comunicação. Desse modo, a Igreja Católica, durante a década de 1980 e início dos anos 1990, perdeu visibilidade perante suas concorrentes neopentecostais por conta do investimento constante e crescente dessas igrejas na mídia, sobretudo na compra de horários nos principais canais de televisão e, no caso da Universal, de uma rede de tv.

No entanto, pode-se argumentar que a visibilidade da religião no espaço público não significa necessariamente um retrocesso no processo de secularização. Ao contrário, como argumentam Hoover e Venturelli (1996) e Martelli e Capello (2005), é possível ler esse fenômeno a partir das modificações que as igrejas precisam fazer em si mesmas para sua acomodação aos

novos ambientes midiáticos via uso dos meios de comunicação. Martelli e Capello (2005), por exemplo, mostram como, na Itália, a Igreja Católica, em algumas ocasiões, repensou algumas de suas práticas no sentido torná-las mais palatáveis para a transmissão de televisão.

Desse modo, antes de ser pensada em termos de uma contradição do processo de secularização, a noção de midiaticização parece permitir que se compreenda a presença de discursos religiosos em uma sociedade laica. Este último conceito, por sua vez, não significa uma sociedade desprovida de elementos e valores religiosos mas, antes, como um espaço complexo e contraditório no qual elementos díspares, inclusive de origem religiosa, articulam-se no mosaico das práticas cotidianas (MARTIN, 1991; MARTIN-BARBERO, 1997).

Dentre as características da democracia moderna, tal como desenvolvida no ocidente nos séculos XVIII e XIX, está a perspectiva da separação entre igreja e Estado. A secularização, nesse sentido, não significa necessariamente o desaparecimento da religião ou da orientação religiosa das ações, como lembra Max Weber (1991), mas da progressiva perda de importância da religião como ator privilegiado no espaço público. Ao contrário, em um Estado laico, a religião compete com outros grupos de pressão e influência pelo acesso aos circuitos de influência nas decisões políticas, e não pode levar seus interesses ao espaço público senão a partir do cumprimento e aceitação das regras do jogo democrático.

A Modernidade, compreendida como o período iniciado no século XVIII e marcado por uma intensa valorização da razão como valor fundamental da condição humana, trouxe mudanças significativas no que diz respeito à presença da religião no espaço público. Ao menos no ocidente, testemunhou-se um deslocamento da religião para a esfera das



preocupações individuais, não públicas, movimento que pode ser identificado, por exemplo, na separação entre igreja e governo na constituição de um Estado laico. Esse processo é identificado por vários sociólogos como parte da chamada “secularização”.

As teorias clássicas da Secularização não advogam o fim da religião enquanto sistema simbólico, mas observam o declínio de sua influência nos negócios públicos enquanto ator outrora privilegiado no processo de tomada de decisões. No entanto, esse pensamento clássico sobre Secularização vem sofrendo, já há décadas, importantes revisões, sobretudo no sentido de agregar outras dimensões no processo que desafiam uma interpretação linear e/ou mecanicista do fenômeno sem, como lembra Pierucci (1997), negá-lo. Uma dessas dimensões, objeto de crescente abordagem, é a perspectiva que ressalta o contínuo processo de midiática da religião como um fator para se pensar sua (re) inserção e presença no espaço público.

É nesse sentido que Thomas Luckman (1996) advoga a ideia da “privatização” da religião nas sociedades seculares. Sem ter perdido a capacidade de definir os princípios de práticas individuais, a religião teria deixado de ser um argumento válido para a definição das ações públicas.

Em uma sociedade secularizada, a fundamentação moral das relações cotidianas precisam encontrar um ponto de partida que não leve em consideração elementos teológicos ou metafísicos que não possam ser compartilhados por todos os outros. Para Habermas (2007, p. 21), com o “desmoronamento” de um *ethos* religioso, decorrente do processo de secularização, torna-se necessário encontrar um outro fundamento normativo das interações com vistas ao entendimento, na medida em que a religião não detém essa prerrogativa. No entanto, a complexidade da questão não pode ser deixada de

lado quando se lembra, com Hurd (2004), a noção do desaparecimento de um *ethos* religioso é bastante fluida no campo das relações internacionais.

Isso não significa, necessariamente, que não se possa mencionar a construção de vínculos religiosos na formação de comunidades de pertencimento, estabelecidas a partir da aceitação, no nível de um grupo de indivíduos, de um *ethos* religioso particular (GOUVEIA, 1998). No entanto, esses vínculos articulam-se também com a visibilidade midiática do religioso em suas várias dimensões.

O monopólio institucional religioso da discussão moral é quebrado, de modo que a esfera pública torna-se uma das arenas de discussão a respeito da normatização das práticas de um ponto de vista moral. A mídia, argumentam Thompson e Sharma (1998), é uma amostra dessa configuração do espaço. É nesse sentido que se pode pensar a problemática da visibilidade pública do religioso a partir de sua convergência – com práticas midiáticas.

A visibilidade midiática da religião no espaço público

A problemática da presença religiosa na esfera pública, pensada em termos de sua visibilidade midiática, parece ocorrer não apenas no que diz respeito às alterações decorrentes da midiática das instituições religiosas, mas também das mediações e articulações feitas pelos fiéis em suas práticas cotidianas que, de alguma maneira, colaboram para que a religião esteja presente nos espaços públicos.

Vale, nesse sentido, observar essa relação a partir do conceito de Esfera Pública, tal como formulada e, posteriormente revista, por Habermas (1989; 1997). O filósofo alemão dedica um longo artigo, intitulado “Religião na Esfera Pública”, a observar os aspectos de participação do religioso na tomada de decisões a partir de sua concepção de



uma democracia deliberativa fundada na discussão e no entendimento entre os indivíduos.

Um dos pressupostos para a participação e o engajamento de atores nos negócios públicos está na utilização de argumentos dentro de normas específicas, em uma situação de igualdade em relação aos outros participantes. Nesse sentido, os princípios normativos de participação na Esfera Pública requerem que, no espaço laico, a argumentação a respeito de qualquer assunto seja pautada pelo respeito às regras de argumentação acordadas a partir de um entendimento de todos. Os princípios de validade de um argumento, nesse caso, devem ser iguais aos de todos os outros, permitindo o livre-exame racional de todos os tipos de argumentação sem que um argumento reclame qualquer validação de caráter metafísico que o colocasse, a princípio, em uma categoria à parte nos espaços de argumentação, explica Habermas (2006, p. 9).

Dessa maneira, a concepção de uma Esfera Pública democrática coloca a religião em um patamar de igualdade com outros atores, de modo que a característica ontológica do discurso religioso, seu auto-atribuído caráter de revelação, precisa ser racionalizado a partir da ótica de uma argumentação racional em seus proferimentos, sob pena de, ao utilizar as prerrogativas de fundamentação metafísica, ser imediatamente invalidado.

Nessa perspectiva, é possível afirmar que o discurso religioso perde, na Esfera Pública política, seu principal trunfo político de ostentar o que Weber (1991) denomina “dominação hierocrática”, isto é, fundada sobretudo em um poder “sagrado” (do grego hieros) que legitima não só as práticas mas também os argumentos e fundamentações racionalizadas dessas práticas – racionalizadas também no sentido da sociologia compreensiva weberiana, como sendo a razão de uma ação. Como resultado, o discurso

religioso na Esfera Pública está, de saída, esvaziado de sua principal característica racionalizada de argumentação, isto é, a validação de suas opiniões por conta de sua base metafísica (HABERMAS, 2006, p.10).

Desse modo, diante de outras fundamentações para argumentação na Esfera Pública, a religião não pode senão fundamentar seus argumentos em racionalidades que, por definição, não são religiosas, o que cria uma espécie de contradição em termos e parece reforçar, desse modo, a diminuição de sua esfera de influência. É necessário observar que parte considerável do discurso religioso que povoa o espaço público tem sua origem em instituições religiosas altamente midiáticas.

Nesse sentido, é possível argumentar que a presença de elementos religiosos no espaço público está ligada, de alguma maneira, à inserção de algumas igrejas e denominações no ambiente midiático a partir do qual pode atingir outras esferas de ressonância. Ao eleger as práticas midiáticas como ambiente no qual se pretende estar, algumas denominações religiosas encontraram uma maneira de colocar seus valores particulares no espaço público a partir do vínculo midiático com seus fieis, compreendidos não apenas como os seguidores, mas como receptores de um tipo de discurso no qual suas crenças particulares são vinculadas ao espaço público a partir da presença da mídia (GOUVEIA, 1998; DANTAS, 2008; BORELLI, 2010).

É preciso, nesse sentido, destacar brevemente outra dimensão à mediação da religião no espaço público, a mediação feita pelo fiel-receptor da mensagem religiosa. Trata-se, em linhas gerais, de verificar como as práticas midiáticas religiosas são articuladas com o cotidiano do fiel e, em certos casos, apresentada no espaço público como elemento constitutivo de sua identidade e, portanto, dotado de considerável importância para



o estabelecimento de seus vínculos em comunidade (Gouveia, 2005). Stout e Buddenbaum (2008, p. 227), por exemplo, destacam a proliferação de religiões midiáticas e a emergência de audiências como comunidades de interpretação, enquanto Martin-Barbero (1995) destaca a mediação eletrônica da religião na recepção pelos indivíduos.

Pensando a partir da perspectiva do indivíduo vinculado à religião, a presença pública da religião se faz notar não apenas nos programas de televisão, mas também nos produtos e bens de consumo vinculados a esta ou àquela denominação religiosa, produzidos segundo padrões de *design* atuais e vendidos de acordo com técnicas de marketing contemporâneas, destacando os vínculos com o mercado e a “cultura material” identificada por Clark (2006) ou, de modo incisivo, por Galindo (2007, p. 8). Para Lynch e Mitchell (2012:08), no atual contexto de produção e consumo, os grupos religiosos buscam se articular suas “marcas” com o mercado, desenvolver produtos que ressaltem seu *ethos* e estética específicas, utilizando novas tecnologias para posicionar seus “produtos” em um concorrido mercado de bens e serviços.

A visibilidade midiática nas plataformas eletrônicas, sobretudo na televisão, no rádio e na internet, multiplica-se em outras mídias. Trata-se, no caso, da comunicação de uma identidade pensada a partir de um vínculo religioso no espaço público, como argumentam Cogel e Minkler (2004:343).

Note-se, neste sentido, uma ligação das religiões midiáticas com práticas de cotidianas de consumo, vestuário, linguagem e aparência que seriam impensáveis no espaço religioso de décadas atrás. Há um processo de articulação e ressignificação entre práticas laicas e religiosas que, se não é novo, parece acentuado dentro de algumas denominações particularmente afeitas ao ambiente midiático.

Por exemplo, no caso da Bola de Neve Church, há adesivos e chaveiros com o logotipo da denominação, assim como a marca “Gospel” e o símbolo do peixe, da igreja Renascer em Cristo, pode ser adquirido e colocado em veículos. A igreja Católica, por sua vez, oferece adesivos para vidros de carros com o *slogan* “Sou feliz por ser católico” ou pequenas silhuetas de um Terço para serem colocados na lataria. Alguns “padres-cantores”, por sua vez, trafegam eventualmente pelo ambiente midiático com uma indumentária nem sempre associada a suas atividades pastorais. Em última instância, como recordam Cogel e Lasse (2004), as práticas cotidianas do fiel, como o uso de determinado tipo de roupa, frequência a certos locais ou a obediência a restrições de dieta podem ser considerados elementos midiáticos – não eletrônicos, mas igualmente comunicacionais, como, por exemplo, as formas de controle do corpo (MARTINO, 2008) – que asseguram a visibilidade da religião nesse espaço público.

Considerações finais

Um passeio pelos pelo chamado “horário nobre” de muitos canais de televisão aberta revela, em poucos minutos, a onipresença de programas religiosos, cada um produzido por uma instituição particular e que tem, como intenção – ao menos declarada, recorda Bruce (1990) – a exibição de suas prática simbólicas, preparadas especialmente para se adequarem ao ambiente midiático no qual estão inseridas. O termo “igreja eletrônica”, criado nos anos 1980 para se referir sobretudo ao uso de rádios e televisões, embora ainda tenha um potencial explicativo, talvez já não dê conta para pensar as dimensões atuais das relações entre meios de comunicação e religião, na medida, sobretudo, em que algumas instituições religiosas transcendem o “uso” dos meios de comunicação



– entendido em uma perspectiva instrumental – para, em um contínuo processo de mediação levado a efeito já há pelo menos vinte e cinco anos, se adequem às demandas de um público que, a se levar em consideração o crescimento dessas igrejas, encontra na modalidade mediada da religião não apenas o conforto ético-moral que pode ser provido pelas religiões ocidentais, mas também uma adequação da mensagem à suas referências e mediações cognitivas.

As tecnologias de comunicação, frutos da Modernidade, vem se tornando instrumentos de garantia da visibilidade midiática da religião no espaço público, do qual a mesma Modernidade a buscou afastar. Nesse sentido, a mediação da religião não desmente a noção de seu afastamento do espaço público; de fato, é possível argumentar que, em seu aspecto estritamente tradicional, a religião não conseguiu garantir sua presença em uma sociedade racionalizada, na qual estaria – se não está – restrita ao espaço da vida privada; no entanto, ao que tudo indica, sua inserção no ambiente midiático vem permitindo à religião sair da margem e ocupar uma parte importante das discussões dos assuntos públicos – mesmo que, nesse processo, como observado, ela não possa mais reclamar o respeito *a priori* às suas concepções metafísico-teológicas, mas, ao contrário, precise se adequar às regras do jogo. A visibilidade da religião, no espaço público, vem nesse sentido mostrando consequências além do próprio campo da mídia ou da religião, mas constrói novas formas de integração com o cotidiano do indivíduo, mas também das comunidades e da política.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEXANDER, B. C. Televangelism: redressive ritual within a larger social drama. In: HOOVER, S. & LUNDBY, K. Rethinking Media, Religion and Culture. Londres: Sage, 1997.
- BABB, L. 'Introduction'. In: Media and the transformation of religion in South Asia. Delhi: Montilal Banarsidass, 1997.
- BORELLI, V. "Dispositivos midiáticos e as novas formas do religioso". In: _____ (org). Mídia e religião. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.
- BRUCE, S. Pray TV: Televangelism in America. Londres: Routledge, 1990.
- CLARK, L. "Introduction to a Forum on Religion, Popular Music, and Globalization" Journal for the Scientific Study of Religion 45(4): p. 475–479, 2006.
- _____, L. Religion, media and the marketplace. New Brunswick: Rutgers University Press, 2007.
- COGEL, M. & MINKLER, L. Religious Identity and Consumption. Review of Social Economy, 62: 3, p. 339-350, 2004.
- DANTAS, J. G. O comportamento dos telespectadores diante da programação televisiva neopentecostal. v.16, mai.-ago. 2008.
- DURKHEIM, E. As formas elementares da vida religiosa. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- GALINDO, D. Religião e Mercado: a competitividade das igrejas no ponto de venda. Artigo apresentado XIV Jornadas sobre alternativas religiosas em América Latina Religiones / Culturas. Buenos Aires – UNSAM, 25 a 28 de set. 2007.
- GLEDHILL, J. Resisting the Global Slum: Politics, Religion and Consumption in the Remaking of Life Worlds in the Twenty-First Century Bulletin of Latin American Research, v. 25, n. 3, p. 322–339, 2006.
- GOMES, P. G. Da igreja eletrônica à sociedade em mediação. São Paulo: Paulinas, 2010.
- GOUVEIA, E. H. Entre templo e televisão: comunidades eletrônicas de consolo. Revista Nures. ano 1, n. 1, set.-dez. 2005



- _____, E. H. *Imagens femininas: a reengenharia do feminino pentecostal na televisão*. (Tese de Doutorado) Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais. p. 358. São Paulo: PUC / SP, 1998.
- HABERMAS, J. *Religion in the public sphere*. *European Journal of Philosophy* 14:1, Cambridge: Polity, 2006.
- _____, J. *A inclusão do outro*. São Paulo: Loyola, 2007.
- _____, J. *Direito e Democracia*. Vol. II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- _____, J. *Mudança estrutural na esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.
- HOOVER, S. & VENTURELLI, S. *The category of religious: the blindspot of contemporary media theory?* *Critical Studies in Mass Communication* 13, p. 251-265, 1996.
- HORSFIELD, P. *Media*. In: MORGAN, D. *Keywords in Religion, Media and Culture*. Londres: Routledge, 2008.
- HURD, E. S. *The Political Authority of Secularism in International Relations*. *European Journal of International Relations*; 10; 235, 2004.
- LYNCH, G. & MITCHELL, J. *Religion, Spirituality and Consumer Culture*. In: ____ *Religion, Media and Culture: A reader*. Londres: Routledge, 2012.
- MARCONDES FILHO, C. *O espelho e a máscara*. Ijuí: Ed. Unijuí, 2002.
- MARTELLI, S. & CAPELLO, G. "Religion in the Television-mediated Public Sphere". *International Review of Sociology*, 15: 2, p. 243-257, 2005.
- MARTIN, D. *The Secularization Issue: Prospect and Retrospect* *The British Journal of Sociology*, v. 42, n. 3. p. 465-474, sep. 1991.
- MARTÍN-BARBERO, J. "Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático". In *Diálogos de la Comunicación*, n. 41. Lima: Felafacs, 1995.
- _____, J. *Mass media as site of resacralization of modern culture*. In: HOOVER, S. & LUNDBY, K. *Rethinking Media, Religion and Culture*. Londres: Sage, 1997.
- MARTINO, L. M. *Mídia e Poder Simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.
- _____, L. M. *Controlled Media: communication and body control in Brazilian religion*. *Working Papers in Media, Politics and Culture*. 1/2008 Norwich, University of East Anglia, 2008.
- _____, L. M. *From saints to screens: media and the 'colonization' of religion in Brazil*. Oral presentation at the Post-Graduate Seminar *Shifting Boundaries of the Public and Private*. Norwich: University of East Anglia, 2009.
- _____, L. M. *Mediação e Mídiação da Religião em suas articulações teóricas e práticas*. In: MATTOS, M. H. e JACKS, N. *Mediação e Mídiação*. Livro do XXI Compós. o prelo.
- MELO, J. M.; GOBBI, M. C. & ENZO, F. *Mídia e Religião na Sociedade do Espetáculo*. São Bernardo: Editora da Universidade Metodista, 2007.
- MEYER, B. & MOORS, A. *Religion, media, and the public sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 2006.
- MEYER, B. *Religious sensations: media, aesthetics and the study of contemporary religion*. In: LYNCH, G. & MITCHELL, J. *Religion, Media and Culture: A reader*. Londres: Routledge, 2012.
- MEYER, T. *Media Democracy*. Cambridge: Polity, 2002.
- ORO, A. P. *Avanço pentecostal e reação católica*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- PIERUCCI, A. F. *Reencantamento e Secularização: a propósito do auto-engano em Sociologia da Religião*. *Novos Estudos Cebrap*. n. 49, p. 21-43, 1997.
- _____, A. F. *Secularização e declínio do catolicismo*. In: SOUZA, B. M. & MARTINO, L. M. S. *Sociologia da Religião e Mudança Social*. São Paulo: Paulus, 2003.
- SIERRA GUTIERREZ, L.I. *Tele-Fe: religión midiaticada*. *Revista Dia-Logos de La Comunicación*. n. 77, julio-diciembre 2008.
- STOUT, D. & BUDDENBAUM, J. M. *Approaches to the study of media and religion: Notes from the Editors of the Journal of Media and Religion with*



recommendations for future research. *Religion* 38, p. 226–232, 2008.

THOMPSON, K. & SHARMA, A. Secularization, Moral Regulation and the Mass Media. *The British Journal of Sociology*, v. 49, n. 3, p. 434-455, sep. 1998.

WHITE, R. Religion and media in the construction of culture. In: HOOVER, S. & LUNDBY, K. *Rethinking Media, Religion and Culture*. Londres: Sage, 1997.

WILLIAMS, R. *Keywords*. Londres: Fontana, 1992.

A religião midiaticizada nas fronteiras entre público e privado: uma abordagem teórico-crítica
Luis Mauro Sá Martino

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 31 de maio de 2012.





Deus em bits e pixels: Um estudo sobre interface em sites católicos ¹

God in bits and pixels: A study on interface in Catholic websites

Moisés Sbardelotto²

RESUMO As mídias digitais online são hoje ambientes para a experiência da fé católica a partir de estratégias permeadas por lógicas e operações midiáticas, que se constroem por meio da interface interacional. Depois de analisar este conceito, este artigo analisa os níveis tecnológicos e simbólicos de alguns sites católicos, a partir dos quais ocorrem a construção de sentido e a experiência religiosa do fiel. São descritos quatro níveis de interface interacional: a tela; periféricos como teclado e mouse; a estrutura organizacional das informações (menus); e a composição gráfica das páginas. Por fim, concluiu-se argumentando que a religiosidade digital traz consigo uma materialidade totalmente própria, que também altera a religião

PALAVRAS-CHAVE Interface; interação; experiência religiosa; religião; materialidade.

ABSTRACT The online digital media is today an environment to the experience of Catholic faith as from strategies permeated by mediatic logics and operations, which are built through the interactional interface. After analyzing this concept, this essay analyzes the technological and symbolic levels of some Catholic websites, through which the construction of meaning and the religious experience of the faithful occur. It describes four levels of interactional interface: the screen; peripherals such as keyboard and mouse; the organizational structure of information (menus); and the graphic composition of the pages. Finally, it concludes by arguing that digital religiosity brings with itself a materiality substantially of its own, which also changes religion.

KEYWORDS Interface; interaction; religious experience; religion; materiality.

1 Versão revista e ampliada do artigo científico apresentado ao eixo temático "Comunicação Corporativa e Práticas de Produção e Consumo Online", do V Simpósio Nacional da ABCiber, Florianópolis, novembro de 2011.

2 Mestre e doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo/RS. Bolsista do CNPq. Colaborador do Instituto Humanitas Unisinos (IHU) e ex-coordenador do Escritório da Weltethos Stiftung no Brasil. Possui graduação em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: msbardelotto@yahoo.com.br.



Introdução

Com o surgimento de uma nova ambiência social, impulsionada pelas tecnologias comunicacionais digitais, configura-se um novo tipo de interação comunicacional fiel-sagrado³. Por meio da internet, estabelece-se uma “ação entre” o fiel e elementos de sagrado, o que possibilita uma experiência religiosa⁴ na rede.

Assim, as religiões⁵ também constroem e geram sentido ao fiel por meio de processualidades midiáticas, reconstruindo e ressignificando práticas religiosas tradicionais de acordo com os protocolos da internet. Todo esse fenômeno é ilustrado, na prática, pela existência de inúmeros sites que oferecem possibilidades para novas práticas religiosas e para manifestações de novas modalidades de discurso religioso, fora do âmbito tradicional do templo. Aqui, interessamo-nos pelo ambiente católico brasileiro online, tema ainda pouco estudado e que merece atenção, porque é nesses ambientes que também se promove e se incentiva a relação e o vínculo do fiel com seu Deus: o fiel põe em prática a sua fé também no âmbito digital online. Ou seja, as pessoas passam a encontrar uma oferta de experiência religiosa não apenas nas igrejas de pedra, nos padres de carne e osso e nos rituais palpáveis, mas também na religiosidade existente e disponível nos bits e pixels

3 Por sagrado, entendemos aquilo que costuma se chamar por Deus, a dimensão da transcendência, o “totalmente Outro”, enfim, o “mistério divino”.

4 Conforme Martelli (1995), a experiência religiosa pode ser definida como “uma relação interior com a realidade transcendente”. Boff (2002: 39) afirma que experiência é a “ciência ou o conhecimento que o ser humano adquire quando sai de si mesmo (ex) e procura compreender um objeto por todos os lados (peri)”, “objeto” que, na experiência religiosa, é o sagrado, Deus ou a própria religião.

5 Tanto a religião quanto a religiosidade apontam para uma relação, uma re-ligação entre o humano e o sagrado. Não nos interessam aqui os aspectos estruturais da religião, mas sim a prática religiosa e a experiência da fé em mediação. Portanto, neste artigo, entendemos religião e religiosidade como “duas faces complementares”: “A religiosidade é a pergunta. A religião é a resposta” (Libanio, 2002: 100).

da Internet (cf. SBARDELOTTO, 2011).

Chamam a nossa atenção aqui, portanto, estratégias para uma vivência de fé, uma modalidade interacional de experiência religiosa por meio da internet, ou seja, uma modalidade de “percepção da presença do sagrado por parte do sujeito que a faz” (LIBANIO, 2002: 92). Isto é, o “dar-se conta”, o “tomar conhecimento” das hierofanias (manifestações do sagrado) que ocorrem na vida pessoal, “uma relação interior com a realidade transcendente” (MARTELLI, 1995: 135) que hoje passa a ocorrer também via internet. Assim, são ofertas de sentido religioso por meio das quais o fiel, onde quer que esteja, quando quer que seja – diante de um aparelho eletrônico conectado à internet – desenvolve um novo vínculo com o sagrado e um novo ambiente de culto. Portanto, a experiência da fé pode ser vivenciada por meio de serviços religiosos que se configuram como aquilo que chamamos de *rituais online*, em que o fiel experiencia o sagrado e interage, por meio do sistema católico online⁶, com Deus: versões online da Bíblia e de textos sagrados; orientações online com líderes religiosos; pedidos de oração; as chamadas “velas virtuais”; programas de áudio e vídeo; dentre muitas outras opções.

Todo esse processo acima descrito não é simples, nem instantâneo, nem automático. Deus ou o sagrado é codificado, relido, reapresentado, ressignificado em uma processualidade de operações de sentido sócio-computacional-comunicativas. Por isso, a partir do conceito de mediação e de uma abordagem sistêmico-complexa, buscamos compreender aqui como se dá a interação entre os elementos do sistema católico online e os fiéis conectados. A “complexidade

6 Entendemos por sistema “um complexo de elementos em interação” (BERTALANFFY, 1977: 84). Aqui, ao usar o conceito, referimo-nos ao sistema comunicacional dos sites católicos analisados, ou seja, ao conjunto de elementos comunicacionais e religiosos que interagem no interior das páginas eletrônicas das instituições, elementos que, como afirma o autor, diferem em número, em espécie e em relações.



organizada” que se manifesta nos sites e serviços religiosos católicos e na relação destes com o fiel-usuário apresenta claros sinais de um sistema de “elementos em interação”. E “interações são ações recíprocas que modificam o comportamento ou natureza de elementos, corpos, objetos, fenômenos em presença ou em influência” (MORIN, 2002: 72). No caso da internet, são *ações-entre* fiel e sistema católico online para a construção de sentido religioso. Por meio dessas ações e transações, fiel e sistema se “agitam”, formam associações, ligações, combinações: em suma, comunicam-se. Portanto, a comunicação se constrói na interação, e a interação constrói comunicação, já que a interação sempre é um processo comunicacional. Mas interação não pressupõe necessariamente simetria nem linearidade entre os interagentes, como no caso do modelo conversacional: interagir é negociar (cf. SANTAELLA, 2004).

Nesse sentido, a interação social que se constrói nas e a partir das mídias é “uma produção objetivada e durável, que viabiliza uma comunicação diferida no tempo e no espaço, e permite a ampliação numérica e a diversificação dos interlocutores” (BRAGA, 2000: 8). A interação, portanto, é um processo complexo, pois, no caso dos rituais online, diversos elementos do sistema católico online interagem e coexistem em uma mesma ambiência religiosa, e essas inter-relações envolvem ainda outros sistemas (social, econômico, político etc.), assim como subsistemas. “Trata-se de relações amplas entre um subsistema produtor/produto e um subsistema receptor/produtor permeadas ainda em outras mediações” (BRAGA, 2000: 9).

Assim, partimos do pressuposto de que, apesar das simetrias ou assimetrias entre os interagentes nas trocas simbólico-comunicacionais, em processos midiáticos *sempre há interação*. De outra forma, não haveria comunicação. Em vez, portanto, de nos focarmos na existência ou não de interatividade – pois a consideramos como dada

–, merece nossa atenção *como a interatividade* (a capacidade de permitir interações) *parece estar sendo operada*.

Assim sendo, “todas as experiências culturais, no fundo, podem ser definidas como uma forma de interação. [...] Toda comunicação intermediada por um computador é interativa, por isso [precisamos] desenvolver termos diferentes para os diversos tipos de interatividade” (MANOVICH apud CABRAL, 2009: s/p). Precisamente nas mídias digitais, “não temos que analisar os objetos concretos, e sim as interações. Devemos seguir os internautas enquanto eles navegam por um site e analisar os caminhos pelos quais andam, em vez de apenas analisar o conteúdo do site. [...] Com isso, poderemos usar a tecnologia para captar traços de personalidade e emoções das pessoas enquanto elas lêem um livro, assistem a um filme e interagem com as novas mídias” (MANOVICH apud CABRAL, 2009: s/p).

Se a comunicação (suas lógicas, seus dispositivos, suas operações) está em constante evolução, a religião, ao se apropriar daquela, também acompanha essa evolução e é por ela impelida a algo diferente do que tradicionalmente era. Interessamos, precisamente, essa complexidade de interface entre o fenômeno da comunicação e o fenômeno religioso, a partir dos usos e práticas sociais em dispositivos comunicacionais. Para tal, analisamos aqui dois sites católicos – A12⁷ e Irmãs Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus – Província do Paraná⁸

7 Disponível em www.a12.com. O site A12 é a página oficial do Santuário Nacional de Nossa Senhora da Conceição Aparecida, localizado na cidade de Aparecida, São Paulo. Segundo dados oficiais disponíveis no site, o portal A12 possui mais de mais de 3 milhões de pageviews por mês e recebe 21.530 visitantes únicos por dia.

8 Disponível em www.apostolas-pr.org.br. O site da Província do Paraná do Instituto das Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus reúne conteúdos sobre a congregação religiosa fundada em 1894. A Província do Paraná abrange os estados do Sul do Brasil e o Mato Grosso do Sul, além de quatro países da América Latina.



– que mais nos oferecem rastros, pistas, marcas e sinais simbólicos das interações ocorridas entre o sistema católico online, o fiel e o sagrado.

Como a interação fiel-sistema não está dada nem ocorre automaticamente, mas depende de complexos dispositivos comunicacionais, analisamos aqui uma categoria específica que favorece esse vínculo e experienciação religiosa: a *interface interacional*, ou seja, a materialidade tecnológica e gráfica dos sites católicos, âmbito que, a partir da internet, vai conhecendo novas possibilidades e limites⁹. A interface possibilita a interação fiel-sistema, mas não a esgota: são os usos e as apropriações dos fiéis – as operações por eles desenvolvidas no interior do sistema – a partir dela que permitem que a experiência religiosa ocorra na internet.

Interface interacional: Novas materialidades do sagrado

Em uma interação fiel-sistema, o sagrado que é acessado pelo fiel passa por diversos níveis de *codificação* por parte do sistema. Ou seja, a interação é possibilitada porque o fiel decodifica o sagrado a partir de sua configuração computacional ofertada pelo sistema. Por meio de instrumentos e aparatos físicos (tela, teclado, mouse) e simbólicos presentes na linguagem computacional e online (navegadores, botões, links, menus), o fiel “manipula” o sagrado ofertado e organizado pelo sistema e navega pelos seus meandros, uma gramática de ações em “um campo de possibilidades cujas proporções são suficientemente grandes para dar a impressão de infinitude” (SANTAELLA, 2004: 163).

Interface, portanto, é o *código simbólico que*

⁹ Em Sbardelotto (2011), além da interface (a materialidade tecnológica e gráfica dos sites católicos), analisamos ainda o discurso (coisa falada e escrita nos sites católicos) e o ritual (operações, atos e práticas do fiel), âmbitos que favorecem o vínculo e a experiência religiosos e que, a partir da internet, vão conhecendo novas possibilidades e limites.

possibilita a interação fiel-sistema e também a superfície de contato simbólico entre fiel-sistema. Em um sentido mais restrito, referimo-nos aqui à *interface tecnológica e gráfica* dos sites, os elementos não textuais presentes no sistema e que orientam a leitura, a construção de sentido e a experiência religiosa do fiel: os aparatos, o layout e a organização interna das informações disponíveis no sistema.

Antes mesmo de qualquer interação online entre fiel-sagrado no interior do sistema, existem elementos tecnológicos e simbólicos que moldam esse vínculo e também ajudam a construir o sentido religioso dessa experiência de fé. Aqui, portanto, percebe-se a *interposição da técnica*, claramente manifestada, na interação entre fiel e sites católicos, pela presença de uma tela (de computador, celular, leitores digitais etc.) e de periféricos de contato, como teclado e mouse. Por outro lado, no interior do sistema católico online, o fiel também se depara com *códigos simbólicos* que possibilitam a sua interação com o sistema. Em uma interação fiel-sistema, portanto, o sagrado que é acessado pelo fiel é decodificado mediante a interface. Dessa forma, a internet, técnica convertida em mídia, se oferece e se apresenta também como mediação ao sagrado.

Assim, é por meio da interface que o fiel interage com o sistema: este informa ao usuário seus limites e possibilidades, e aquele comunica a este as suas intenções: o sistema não apenas indica ao fiel uma forma de ler o sagrado, mas também uma forma de *lidar* com o sagrado. Essa “forma de lidar” raramente é neutra ou automática: ela carrega consigo sentidos e afeta a mensagem transmitida. A interface oferecida pelo sistema molda, dentro de seus limites, a forma como o fiel pode interpretar os símbolos religiosos acessados pela internet e também fornece linhas pré-determinadas de decodificação do sentido religioso desses símbolos ao organizá-los de determinada forma, como no layout das páginas e em seus menus.



Como sintetiza Scolari (2004: 239, tradução nossa), “cremos usar as interfaces, mas na realidade também elas estão nos modelando”. Assim, “longe de ser uma janela transparente para as informações de dentro de um computador [ou da internet], a interface traz consigo fortes mensagens de si mesma” (MANOVICH, 2000: 65, tradução nossa). Porém, a ativação dessas propriedades ocorre a partir do “clique” do usuário: é ele que *faz funcionar* a interface, é ele que a *atualiza* a partir de seus usos e apropriações. Sem ele, a interface só existe virtualmente. Em suma, “a navegação responde às nossas escolhas” (SANTAELLA, 2003: 93), embora pré-delimitadas no interior do sistema.

Nessa perspectiva, esses dois tipos de interface interacional – tecnológica e simbólica – orientam a leitura e a construção de sentido, e a experiência religiosa do fiel. Analisaremos aqui aqueles elementos tecnológicos e simbólicos que estão a serviço das interações propriamente ditas, que ocorrem no interior do sistema católico online. Faremos esse estudo a partir de quatro níveis de interface interacional: a tela; periféricos como teclado e mouse; a estrutura organizacional dos conteúdos; e a composição gráfica das páginas em que se encontram disponíveis os serviços e rituais católicos.

A tela

Em um primeiro nível de interface interacional, o fiel se conecta ao sistema por meio de uma tela, seja ela fixa, como no caso de um computador pessoal, ou móvel, como em celulares e demais mídias móveis. Conectada à rede, essa tela torna-se uma janela de acesso a lugares distantes: é por meio dela que o sistema *fala e mostra* ao fiel, e, por meio dela, o fiel *imerge* nesse “amplo mar” de navegação. A tela também exige a total atenção do usuário ao que se encontra dentro de sua moldura,

ignorando o espaço físico “do lado de fora”: nesse sentido, ela filtra e torna inexistente tudo o que não se encontra dentro do seu marco. Diante de uma tela, o fiel concede ao sistema a “permissão” de dirigir o seu olhar pelos meandros do sagrado. Diferentemente de uma igreja territorializada, por exemplo, em que temos uma visão abrangente do todo e em que, aos poucos, vamos dirigindo nosso olhar àquilo que mais nos atrai, o fiel conectado ao sistema olha para aquilo que este lhe permite ver, hierarquizado e condicionado (não determinado) pelos enquadramentos oferecidos pelo sistema e pelos menus disponíveis.

Além da janela principal da tela, outras janelas internas – dos programas e dos demais aplicativos do computador – emolduram um determinado conteúdo, separando-o dos demais dentro da tela. Em seu interior, portanto, a tela é um somatório de janelas (de vários programas, de várias janelas do mesmo programa, de várias molduras dentro de uma mesma janela etc.), cada uma remetendo a um “mundo” diferente, em que o usuário é convocado a fazer coisas diferentes: cabe a ele saber gerir essas ofertas, concedendo-as a importância e a relevância que lhe pareça mais apropriada.

Em alguns ambientes online, a tela não é apenas uma janela: é também um portal de “entrada” para outro ambiente, totalmente digital, em que o fiel pode “visitar” um santuário do outro lado do mundo e “caminhar” dentro das suas dependências. Esse é o caso da *Peregrinação Virtual*¹⁰ do site A12, em que o fiel-internauta pode “peregrinar virtualmente pelo Santuário Nacional de Aparecida e pelos principais pontos da cidade que o fará meditar a fé e devoção na Padroeira do Brasil” (Fig. 1).

A tela também se torna uma janela de acesso ao sagrado no link *Adoração ao Santíssimo* da

10 Disponível em http://www.a12.com/santuario/multimedia/peregrinacao_virtual.asp.



Figura 1 - “Peregrinação Virtual” do site A12

“Capela Virtual” das Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus¹¹. Nesse ambiente, após uma animação automática que exhibe o acendimento das velas e

capela do mundo offline, com os bancos vazios, o tapete vermelho que cobre o piso, a luz do sol que entra pelas janelas à direita, os quadros sagrados na parede à esquerda, e, à frente, o altar com velas, flores e o ostensório¹³ que exhibe a hóstia consagrada (Fig. 2).

Diante dessa tela, o fiel concede ao sistema a “permissão” de dirigir o seu olhar, em “adoração”, à hóstia. Dessa forma, o fiel conectado ao sistema olha para aquilo que este lhe permite ver – e totalmente a sós, como indicam os bancos vazios.

Em ambos os casos, os ambientes digital e físico parecem coincidir, visto que o fiel *se sente presente no santuário e na capela*, e a técnica *transparece* para o usuário: a tela “desaparece” para o fiel, ele só vê o (e só se vê no) ambiente online. Somada ao sistema de som do computador, o sistema torna ainda mais realista essa sensação, com sons



Figura 2 - Página do ritual “Adoração ao Santíssimo” do site das Apóstolas

a abertura da portinhola do sacrário¹², o sistema mostra ao fiel uma imagem do espaço físico de uma

11 Disponível em <http://www.apostolas-pr.org.br/capela/capela.htm>.

12 Pequeno armário em que são conservadas as hóstias consagradas, que, para os católicos, são o corpo de Cristo transubstanciado no pão.

ambientes ou músicas sacras, que remetem a um ambiente religioso e envolvem a oração do fiel. Por outro lado, essa reconstrução simbólica do ritual religioso produz uma *sensação de sacralidade* para o fiel, que não apenas se sente naquele ambiente,

13 Objeto sacro em que a hóstia consagrada é exposta.



mas também sente (vendo, ouvindo, “apalpando” etc.) o sagrado por meio das processualidades comunicacionais. Quanto mais eficaz é essa sensação, mais transparente é a técnica e mais eficiente é a interface comunicacional nessa interação.

Os periféricos

Em um segundo nível de interface interacional, isto é, com a ajuda dos demais periféricos como teclado e mouse, o computador se torna “um ser inteligente capaz de se engajar conosco em diálogo” (MANOVICH, 2000: 94, tradução nossa): é por meio deles que o fiel *se comunica* com o sistema e *manifesta a sua presença* em seu interior. Como vimos no exemplo anterior, o teclado e o mouse permitem que o fiel tenha um nível de interação ainda maior com o santuário digital do que apenas com a tela: é por meio das teclas desses periféricos que o usuário pode indicar ao sistema o que deseja fazer, como abrir novas páginas ou navegar por essa ambiência online. Assim, o cursor do mouse indicado na tela – nos conteúdos em geral, sob a forma de uma seta, ou sobre os links, em que o ícone usado para indicar o cursor é uma imitação de uma mão com o dedo indicador esticado – é uma espécie de extensão do tato na ambiência digital, possibilitando ao fiel-internauta a sua interação com os objetos digitalizados.

O cursor localiza o fiel nos conteúdos da página digital, diz-lhe onde deve pôr a sua atenção, informa-lhe com a seta o que é apenas conteúdo “estático” (como os espaços “vazios” ou imagens e textos que não remetem a outros conteúdos) e, com o cursor em formato de dedo indicador (e também por meio de outras alterações, como o sublinhado abaixo de uma palavra ou modificações na cor de determinado item), o cursor indica o que é conteúdo “dinâmico” (como os links). Assim, por meio de um clique, o

cursor possibilita que o fiel *manuseie* o sagrado digitalizado. Esses aparatos de interface instauram uma dinâmica interacional, ou seja, um *regime de visão e de ação* para o fiel-usuário: por meio deles, o fiel não interage com o sistema *de qualquer forma ou como quiser*, mas sim, como dizíamos, por meio de um determinado tipo de vínculo, moldado, regulado e condicionado – com possíveis fugas e escapes – por essas interfaces.

Essa interação, em termos de *sensorium* (ONG apud O’LEARY, 2004), passa pela ponta dos dedos, pelo uso do teclado, do mouse ou de uma tela sensível ao *toque*, que permitem que o usuário opere e interaja com os símbolos religiosos digitalizados e disponibilizados na internet. Por outro lado, a interface interacional possibilita a experiência religiosa por meio de um complexo diferente dos sentidos, ou seja, por meio de um *sensorium* particular da vida digital, o que também traz consigo um profundo impacto sobre a formação da identidade religiosa (cf. O’LEARY, 2004). Por meio dessa interface, embebida pelas lógicas da linguagem computacional e da Internet, desenvolve-se uma espécie de *sinestesia* em que todos os sentidos passam por meio de olhos e dedos.

O fiel-internauta, por isso, é um ser que não lida mais diretamente com as coisas sagradas, por exemplo, mas apenas com coisas “imateriais” (velas digitalizadas, altares imagéticos etc.). Assim, na ambiência digital, “as teclas são dispositivos que permutam símbolos e permitem torná-los perceptíveis” (FLUSSER, 2010: 63). Portanto, o fiel não faz mais ações concretas; é apenas um *performer*. Ele busca sensações: não quer ter ou fazer; quer vivenciar, experimentar, desfrutar. Porém, aqui também, durante a experiência religiosa online do fiel, a técnica *transparece* para o usuário: por não poder se ocupar de incontáveis tarefas ao mesmo tempo, o fiel-internauta precisa automatizar



alguma(s) delas para que as outras possam ser controladas eficientemente. Se o fiel se concentra na leitura de uma oração ou na assistência de uma missa online, o movimento da mão sobre o teclado e o mouse se automatiza, e a técnica (neste caso, a interface) novamente “transparece”. Pela radicalização do *sensorium* digital, tela e periféricos tornam-se, assim, uma extensão do corpo (do tato, da visão etc.) no ambiente online.

Estrutura organizacional dos conteúdos

Em um terceiro nível de interface interacional, analisamos a organização e a estrutura dos conteúdos do sagrado ofertados ao fiel. Essa estruturação, primeiramente, só é possível devido aos programas computacionais específicos que permitem o acesso à internet. A partir deles, a gramática da interface computacional, ao longo do tempo e das práticas sociais, foi se compondo por – e cada vez mais se cristaliza em – “menus”, ou seja, catálogos com diversas opções que direcionam o usuário a outros programas, aplicativos e links da internet.

Como quaisquer outros sites da internet, as páginas católicas também são marcadas por essa estrutura organizacional de menu-catálogo, que permite a seleção e o acesso a itens específicos dentro de um grande banco de dados: por meio dessa estrutura, o sistema indica ao fiel um *mapa de navegação*, e o fiel, interpretando-o de acordo com seus desejos e interesses, navega no seu interior. Por isso, a imagem da navegação é rica: em alto mar, tomam-se decisões frequentemente, devido ao balanço do mar, à direção do vento, à resposta do barco etc. Ou – não mais como um navio ou um surfista, mas sim como um peixe – é possível ainda ir ao encontro de inúmeras gotas de informação “do mesmo oceano mundial de signos flutuantes” (LÉVY, 2003: 202). Ou seja, o fiel recebe do sistema

certa influência sobre o acesso à informação e um certo grau de controle sobre os resultados a serem obtidos (cf. SANTAELLA, 2003). Em suma, o que o fiel faz é escolher e selecionar determinadas coisas em um número pré-definido de menus.

Além de ser uma forma de organizar o conteúdo interno, a composição temática dos menus escolhida pelo sistema é também uma forma de hierarquizar seus conteúdos de acordo com certa estrutura, colocando mais à esquerda ou mais acima os conteúdos considerados mais importantes pelo sistema, na tentativa de direcionar e condicionar, assim, a seleção que será feita pelo internauta. A oferta de sagrado, assim, se torna uma opção dentre inúmeras outras. Ela fica subordinada ou subordina determinadas opções. E o fiel, por sua vez, tem acesso a esse sagrado a partir de uma determinada organização das informações nos sites, por meio de um determinado caminho oferecido pelo sistema, que às vezes destaca essa oferta e outras vezes a “esconde” sob outros links. A interface interacional, portanto, promove a oferta do sagrado (serviços e rituais online) com certo nível de importância dentre as demais opções ofertadas pelos sites.

Assim, o fiel se encontra diante de uma *lógica da seleção*, que leva a uma nova forma de controle por parte do sistema. Como indica Manovich (2000: 224, tradução nossa), “a era do computador trouxe consigo um novo algoritmo cultural: realidade mídia dados banco de dados”. Para o autor, a noção de banco de dados (*database*) como coleção estruturada de dados é fundamental para compreender o fenômeno da digitalização. Dessa forma, o que os computadores permitem (e a rede complexifica ainda mais) é uma *determinada forma de organizar* os conteúdos, promovendo que os dados sejam buscados e encontrados rapidamente. Na internet, o banco de dados é uma forma cultural, que nos ajuda a compreender como o fiel-usuário



se relaciona com essas coleções de dados e seus menus de oferta (e, portanto, com o próprio sagrado): navegando entre os dados e selecionando aqueles que mais lhe afetam pessoalmente.

Assim, instauram-se *gramáticas* da interface interacional específicas da era digital, que também se encontram presentes nos demais programas e aplicativos computacionais: na vida offline, por exemplo, não existem menus que, ao passar o dedo sobre determinada opção, mostrem subconteúdos. Nem podemos “pressionar” determinado botão para que a hóstia consagrada se revele a nós quando queiramos adorá-la, ou que nos transportem instantaneamente para o outro lado do santuário territorializado em nossas peregrinações. Por isso, para o fiel, essa é uma nova forma de se relacionar com a oferta de sagrado digital, que lhe permite, por meio da sensação de sacralidade construída pelo sistema, “manusear”, “tocar”, sentir e experienciar o religioso.

A partir de toda essa organização de conteúdos, no fundo, o que significa, por parte do fiel, pressionar uma tecla para clicar em determinado link que direciona para uma determinada opção do menu dos sites analisados? Poder-se-ia dizer que o internauta, nesse caso, toma uma decisão, faz uma escolha, e, portanto, é livre. Entretanto, ao pressionar determinada tecla, ao selecionar determinado link, o fiel desencadeia um processo que já estava *programado pelo programa*, ou *sistematizado pelo sistema*. Ou seja, é uma opção pré-definida pelo sistema católico online. Não é uma decisão tão livre assim, já que é tomada dentro dos limites do sistema, de acordo com as suas regulações. É uma liberdade programada, uma escolha de possibilidades prescritas (cf. FLUSSER, 2010). Embora com uma oferta de opções virtualmente infinitas (links que levam a links que levam a outros links e assim indefinidamente), o fiel

sempre estará dentro dos limites (e das limitações) do sistema católico online – e, em um nível mais amplo, dentro dos limites macrossistema-Internet. Ou seja, independentemente da decisão que o fiel tomar dentro das opções do sistema (dentro de uma mesma página ou indo para uma página totalmente nova), ele ainda navega através de uma estrutura em rede formada por objetos e opções pré-definidos e pré-organizados (em uma determinada hierarquia) pelo sistema.

No entanto, em uma perspectiva complexa, a construção final do sentido religioso por parte do fiel será de sua coautoria, para além do que o sistema se reserva a ofertar: o sistema o convida a selecionar e a fazer determinadas coisas e a percorrer determinados caminhos, mas, no fim, cabe ao fiel decidir quais são essas coisas, como elas serão feitas e o que será feito com elas, e ainda qual será o mapa final dos caminhos percorridos, embora sejam coisas e caminhos virtualmente já previstos pelo sistema (isto é, o fiel escolhe e faz coisas e percorre caminhos específicos que fazem parte de um grande “todo” que é o macrossistema online). De link em link, o fiel atravessa o banco de dados do sistema seguindo uma *determinada trajetória*, a partir de seus desejos e necessidades pessoais e dos convites feitos pelo sistema.

Por isso, como a construção de sentido religioso por parte do fiel a partir do que foi estabelecido pelo programador do sistema e por ele ofertado é feita por meio de um caminho totalmente próprio a este fiel, dentre as inúmeras outras trajetórias possíveis, chamamo-la aqui de *hipernarrativa* – em uma analogia a hipertexto. É uma narrativa construída a partir dos elementos de sagrado ofertados pelo sistema, com uma lógica própria de conexão e de ligação entre elementos executada pelo próprio fiel (outro fiel construirá uma hipernarrativa totalmente outra). Embebida pela lógica da seleção,



a religiosidade experienciada pelo fiel obedece ao enquadramento do sistema em opções de menus e catálogos digitais, que são ofertados ao fiel, e este, por sua vez, seleciona o que mais corresponde aos seus desejos e interesses. Interagindo, fiel e sistema recondicionam a circulação da mensagem religiosa (construção, consumo e reconstrução), dando-lhe novo sentido, para além das limitações impostas pelo sistema e dos interesses específicos do fiel – em uma nova ambiência comunicacional.

Composição gráfica

Em um quarto nível de interface interacional, analisamos a composição gráfica das páginas referentes especificamente aos serviços religiosos dos sites católicos. Nesse nível, ocorre a transmutação de elementos do sagrado do mundo offline para a internet: isto é, imagens, fotos e vídeos do sagrado offline que são digitalizados e ressignificados para o ambiente online. E também a composição digital de elementos do sagrado ou uma combinação de elementos digitais e não digitais do sagrado, *off* e online, elementos do mundo externo e elementos gerados no computador. O que é comum a todos esses elementos – e a tudo o que faz parte do mundo digital online – é a sua fluidez: tudo pode ser modificado, substituído ou simplesmente deletado do sistema com um simples comando computacional.

A “Capela Virtual” do site das Apóstolas, por exemplo, produz uma sensação de sacralidade por meio de animações como a do ritual *Adoração do Santíssimo*, analisado anteriormente, em que o sistema oferece ao fiel uma ambiência digitalizada de solidão, retiro, quietude, em que o sol brilha, as velas se acendem, a hóstia se revela automaticamente com o acesso do fiel: *Deus se oferece privadamente* a ele. Essa construção simbólica faz com que o fiel se abstraia das processualidades da técnica

comunicacional e vivencie apenas o que está vivenciando no ambiente online.

Já na “Capela Virtual” do site A12¹⁴, assim que se acessa a página, uma imagem de Nossa Senhora Aparecida surge automaticamente, em um movimento de em zoom crescente, do fundo do quadro da “Capela Virtual”, até preencher o centro dessa moldura (Fig. 3).



Figura 3 - Página inicial da “Capela Virtual” do site A12

Uma aura de brilho acompanha a imagem animada, enquanto cinco mãos surgem da parte inferior da imagem (como se saíssem do meio dos fiéis), direcionadas à imagem. Ao pairar sobre as mãos, a imagem derrama pontos de luz sobre elas, remetendo às bênçãos e graças que “descem” da santa. Em comparação aos casos anteriores, o sistema, agora, faz uso de novas processualidades e de um texto mais complexo para fomentar a sensação de sagrado por parte do fiel, dizendo-lhe que a “capela virtual” é um ambiente em que Nossa Senhora Aparecida se faz presente e se coloca acima de nós para “derramar” suas bênçãos.

Em geral, portanto, por meio da composição gráfica da interface interacional, o fiel se relaciona com elementos de sagrado codificados e digitalizados, ressignificados para o ambiente

14 Disponível em <http://www.a12.com/santuاريو/capela/default.asp>.



online: se relaciona, em suma, com números (cf. LÉVY, 1999). Assim, o sagrado em bits pode ser considerado como um subtratamento (cf. MORIN, 2002), um subproduto do sagrado dos ambientes offline, visto que sua totalidade (em termos de *sensorium*) é deixada de lado. Justamente por isso, a tentativa do sistema é a de radicalizar ao máximo a sensação de sacralidade, fazendo uso de todas as possibilidades do *sensorium* digital (animações, música, cliques). Como se pode ver, elementos de sagrado *off* e online são sintetizados em formas que agradam ao programador do sistema e que lhe parecem ser mais “amigáveis”, de mais fácil acesso por parte do fiel-usuário, para que a navegação responda às escolhas deste (cf. SANTAELLA, 2003).

O que chama a atenção nos casos citados é a capacidade do sistema de desenvolver técnicas gráficas para criar uma única imagem convincente, reunindo elementos do ambiente offline e elementos criados digitalmente. O sistema mistura e combina elementos de sagrado de uma forma até então desconhecida pelo fiel tradicional: nenhuma imagem voa sobre nossas cabeças assim que entramos em um santuário, derramando “pontos de luz” sobre nossas cabeças; também ainda não foram criadas capelas tão automatizadas a ponto de reconhecerem a entrada de um fiel e darem início a um ritual religioso (como a adoração ao Santíssimo), sem nenhuma interferência humana (como a de um sacerdote ou ministro). Manifesta-se, portanto, um ambiente doutrinal mais fluido (cf. DAWSON & COWAN, 2004), que leva a uma experimentação religiosa e espiritual mais maleável e aberta.

Pistas de conclusão

As mídias digitais online, como vimos, passam a ser ambientes de experiência da fé católica – e não só – a partir de estratégias permeadas por lógicas e operações midiáticas. Assim, a internet passa a ser

uma plataforma virtual para a construção de novos gêneros de experiência e narração religiosas. É por meio da interface interacional, aqui analisada em seus níveis tecnológicos e simbólicos, que ocorrem a construção de sentido e a experiência religiosa do fiel.

A interface indica ao usuário seus limites e possibilidades com relação ao sistema, e aquele, por meio da interface, comunica ao sistema suas intenções: assim, o sistema não apenas oferece ao fiel uma forma de ler o sagrado, mas também uma forma de *lidar* com o sagrado. Os elementos tecnológicos e simbólicos que estão a serviço dessas interações, portanto, foram por nós estruturados e analisados em quatro níveis: a tela; periféricos; a estrutura organizacional; e a composição gráfica dos sites.

O que podemos perceber é que a religiosidade digital traz consigo uma *materialidade* totalmente própria, numérica, de dígitos, que podem ser alterados, deletados, recombinações de acordo com a vontade do sistema, embora com resquícios de uma religiosidade pré-midiática, como a “adoração ao Santíssimo”, por exemplo, que manifestam que a complexidade da técnica não pressupõe o abandono de tradições discursivas. Porém, elas são ressignificadas: na “capela virtual”, o sol sempre brilha, as flores sempre estão abertas, vivas e coloridas, as velas até se acendem sozinhas, e a cerimônia inicia assim que o fiel entra, dispensando outras mediações humanas.

Portanto, em vez de uma “desintermediação” (cf. LÉVY, 2003) ou de uma relação “direta” com Deus, o fiel se depara – embora sem perceber – com novas intermediações – até mesmo *reintermediações* – com o sagrado: agora, o sistema e seus protocolos se colocam como novas camadas “intermediatórias” entre o fiel e o sagrado. Porém, toda essa racionalidade que se constrói a partir dessas novas



práticas de sentido passam despercebidas pelo fiel, reforçando a *transparência* da técnica: a sensação de sagrado construída pelo sistema alimenta (ou reforça) a crença de que o fiel está *diante* de (e apenas de) Deus. E essa construção simbólica se dá por meio de códigos binários (bits), que buscam substituir digitalmente a vivência e a experiência do sagrado, códigos fluidos, suaves, *soft* (e por isso *software*), que podem ser reconstruídos e alterados constantemente de acordo com os interesses do sistema e do fiel-internauta. Se o ser humano, ao longo dos séculos, construiu simbolicamente o sentido do sagrado pelo fogo, e o do fogo pela vela, hoje o sentido da vela é construído simbolicamente pela sua representação digital. Um meio considerado simbólico da pós-modernidade como a internet ajuda a viver uma fé marcada por elementos pré-modernos e tradicionais. Criando esses novos símbolos e ressignificando outros signos tradicionais ao ambiente online, busca-se uma nova “mediação” entre fiel e mundo, para poder dar-lhe sentido. Portanto, ao invés de uma lógica da substituição, a fé se depara com uma *lógica da complexificação*. A internet não “substitui” os suportes materiais e simbólicos das práticas de fé tradicionais, mas gera novos modos de percepção, de expressão, de prática, de vivência e de experiência da fé.

Nesse contexto, percebemos que ocorrem microalterações da religião, marcada por uma hibridização do humano (religião) com o além-do-humano das tecnologias comunicacionais digitais. Disso, nasce não só outra religiosidade, mas também uma *outra religião*, a partir das interações entre o fiel e o sistema católico online digital, que provocam microalterações também na forma como as próprias religiões se concebem em sua relação com o mundo.

Assim, no âmbito restrito de sua manifestação, cremos que vai ocorrendo, a partir da midiatização

digital do fenômeno religioso, uma *midiamorfose da fé*¹⁵, somada aos diversos outros âmbitos sociais e históricos que evidenciam esse processo. Segundo Morin (2010: s/p), “quando um sistema é incapaz de tratar os seus problemas vitais, ele se degrada ou se desintegra ou então é capaz de suscitar um metassistema capaz de lidar com seus problemas: ele se metamorfoseia”. A religião e a fé, como a história demonstra, já passaram por (ou mesmo tiveram início a partir de) inúmeras metamorfoses, por transformações históricas radicais, mas sempre conservando sua “matéria viva”, seu patrimônio histórico-cultural. A midiamorfose da fé, portanto, é a criação midiatizada de uma metaorganização religiosa que surge a partir de um ponto de saturação da organização original, que começa “por uma inovação, uma nova mensagem desviante, marginal, pequena, muitas vezes invisível para os contemporâneos” (Morin, 2010: s/p), como os rituais online aqui analisados.

Portanto, cremos estar diante de “um estágio de começos, modestos, invisíveis, marginais, dispersos” (Morin, 2010: s/p) de novas religiosidades, a partir das novas materialidades apontadas anteriormente. Mas nem a técnica (internet) determina o humano (religião), nem o humano determina a técnica: é a indeterminação do devir dessa interação que merece análise posterior, ou seja, os processos pelos quais os sujeitos se apropriam dos modos de existência através dos quais as técnicas são oferecidas, em uma coevolução dos predicados comunicacionais e religiosos.

15 O conceito de midiamorfose é de Roger Fidler (cf. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Pine Forge Press, 1997), do qual aqui nos apropriamos, mas com outro significado, como veremos.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERTALANFFY, Ludwig von. Teoria geral dos sistemas. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1977.

BOFF, Leonardo. Experimentar Deus: A transparência de todas as coisas. Campinas: Verus, 2002.

BRAGA, José Luiz. Interatividade e recepção. Trabalho apresentado no IX Encontro Anual da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre, 2000.

CABRAL, Rafael. Para Lev Manovich, falar em “cibercultura” é negar a realidade. Link. [Post]. 21 ago. 2009, s/p. Disponível em: <<http://migre.me/8MbHz>>. Acesso em 5 jul. 2012.

DAWSON, Lorne L.; COWAN, Douglas E. Religion online: Finding faith on the internet. Nova York: Routledge, 2004.

FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Ed. 34, 1999.

_____. A revolução contemporânea em matéria de comunicação. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da (orgs.). Para navegar no século XXI: Tecnologias do imaginário e cibercultura. 3ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2003, p.183-204.

LIBANIO, João Batista. A religião no início do milênio. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

MANOVICH, Lev. The language of new media. London: The MIT Press, 2000.

MARTELLI, Stefano. A religião na sociedade pós-moderna: Entre secularização e dessecularização. São Paulo: Paulinas, 1995.

MORIN, Edgar. O método 1: A natureza da natureza. Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. Elogio da metamorfose. Site do Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo, 9 jan. 2010, s/p. Tradução do original em francês. Disponível em <<http://migre.me/8MaMS>>. Acesso em 5 jul. 2012.

O’LEARY, Stephen D. Cyberspace as sacred space: Communicating religion on computer networks. In: DAWSON, Lorne L.; COWAN, Douglas E. Religion online: Finding faith on the internet. Nova York: Routledge, 2004, p.37-58.

SANTAELLA, Lucia. Substratos da cibercultura. In: Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

_____. Navegar no ciberespaço: O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SBARDELOTTO, Moisés. “E o Verbo se fez bit”: Uma análise da experiência religiosa na internet. Cadernos IHU. São Leopoldo: Instituto Humanitas Unisinos, ano 9, nº. 35, 2011b. Disponível em <<http://goo.gl/wUvK1>>. Acesso em 5 jul. 2012.

SCOLARI, Carlos. Hacer clic: Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales. Barcelona: Gedisa, 2004.

Deus em bits e pixels: Um estudo sobre interface em sites católicos
Moisés Sbardelotto

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 8 de junho de 2012.





12

O *Homo spettacularis*: a intimidade como entretenimento

The Homo spettacularis: the intimacy as entertainment

Bruno Thebaldi ¹

RESUMO O processo de conversão da intimidade de algo resguardado a algo escancarado, em entretenimento e em um meio de se obter a fama e o status de celebridade, está diretamente atrelado à passagem do *Homo psychologicus* a outro tipo de subjetividade, que não mais norteia seu eixo de existência em valores como caráter e intodireção, mas sim em personalidade e alterdireção, sendo este alheio a arcadismos e interiorizações e afoito pela captura do “olhar do outro”, bem como descrevera Riesman (1995). Tais alterações teriam sido alicerçadas e estimuladas pelo desenvolvimento e consolidação dos meios de comunicação. Entretanto, hoje pode-se destacar o aparecimento de um subtipo dos alterdirigidos, sobretudo em virtude do emprego dado às ferramentas da *Web 2.0*, cujo uso teria fornecido combustível ao fenômeno de exposição de si pelas mídias, na busca pela popularidade: o *Homo spettacularis*.

PALAVRAS-CHAVE Entretenimento; Intimidade; Mídia; Sociabilidade

ABSTRACT The conversion process of guarded intimacy of something protected to something blatant, in entertainment and in a means of obtaining fame and celebrity status, is directly tied to the passage of *Homo psychologicus* to another kind of subjectivity, which no longer orients its axis existence of values such as character and inner-direction, but in personality and other-direction, devaluating the arcades and the inner side of the self and daring by capturing the “look the other” as described Riesman (1995). Such changes have been underpinned and stimulated the development and consolidation of the media. However, today we can highlight the emergence of a subtype of other-direction, mainly because of the job given to *Web 2.0* tools, whose use would have provided fuel to the phenomenon of self-exposure by the media, in the quest for popularity: *Homo spettacularis*.

KEYWORDS Entertainment; Intimacy; Media; Sociability

¹ Bruno Thebaldi é bacharel em Estudos de Mídia, pela Universidade Federal Fluminense, e atualmente dá continuidade aos estudos no mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF. E-mail: bthebaldi@id.uff.br.



Introdução

As formas de sociabilidade assistem ao advento de um novo capítulo em sua história, na aurora do século XXI. Quando cotejamos com o quadro tecido por cientistas sociais como Richard Sennett (1995) e David Riesman (1995), sobre o século XIX, época na qual se desenvolveu uma sociedade de cunho intimista, atravessamos um período no qual os sujeitos parecem se portar alheios ao retraimento de sua vida íntima e privada. Há cerca de sessenta anos, Riesman já enxergava que estava ocorrendo uma transição entre os tipos introduzidos, isto é, aqueles voltados ao seu próprio interior, a um tipo alterdirigido, ou seja, voltado para o exterior, ao “olhar do outro” e às camadas de superfície da pele. O pesquisador descrevia, com isso, o deslizamento do eixo em torno do qual os sujeitos construíam sua própria subjetividade: de uma noção de caráter, que remeteria aos valores do indivíduo, sua essência, e que possuiria certa estabilidade, a uma inconstante e adaptável personalidade, relacionada com a maneira pela qual o indivíduo se projetaria diante dos outros, a forma como se “vende”, seu marketing pessoal.

Nossa proposta é a de que, a partir do desenvolvimento das mídias digitais, sobretudo da *Web 2.0*, presenciáramos a emersão de um subtipo ideal dos alterdirigidos: o *Homo spettacularis* ou *Homo spettaculus*¹. Graças à internet, os sujeitos

1 Gostaríamos de destacar que trabalhamos, neste artigo, com categorias de tipos ideais. De tal modo, não temos a pretensão de achar que tal metodologia abranja a totalidade do fenômeno abordado, mas sim uma parte deste processo. Como tipo ideal, temos em mente que lidamos com generalizações. Deste modo, ressaltamos que os sujeitos não devem ser vistos como 100% introduzidos, alterdirigidos ou *Homo spettaculus*. A realidade é mais complexa do que tal divisão, de modo que um sujeito pode combinar (e certamente o faz) as características dos tipos propostos. No entanto, o que estamos abordando é a predominância de determinadas particularidades sobre outras, em um dado período histórico. Uma última advertência: a passagem de um tipo a outro não enterra as peculiaridades que marcaram o tipo anterior. Assim, utilizamos a ideia de “acúmulos” em vez de “destruições”.

passaram a gozar de maiores facilidades na corrida pela fama e pelo status de celebridade, que, diga-se de passagem, é um desejo cobiçado por uma multidão de sujeitos contemporâneos. Bem verdade que a câmera filmadora, em um primeiro momento, possibilitou aos indivíduos comuns, ou melhor, “não-famosos”, verem-se projetados na tela de vidro. Por outro lado, era uma tecnologia dispendiosa e de “baixa audiência” – cujo resultado talvez estivesse disponível (e interessasse) apenas aos familiares e amigos mais próximos dos sujeitos gravados. Com a internet, no entanto, as gravações caseiras ganham novo fôlego. Pelo desenvolvimento de portais de compartilhamento de vídeos, por exemplo, registros audiovisuais anônimos dispõem de uma visibilidade em potencial de bilhões de “outros” ao redor do planeta, projeção outrora concedida basicamente apenas às estrelas do cinema e da televisão. Neste sentido, ser famoso hoje estaria mais fácil? Não é bem assim, até porque a concorrência é enorme. Porém, pode-se afirmar que os meios de obter reconhecimento é que foram amplamente multiplicados, juntamente com o crescimento da demanda por consumir tais exposições.

Em uma breve e sucinta distinção entre o alterdirigido do século XX e o do XXI, podemos afirmar que ambos compartilham a ânsia de serem vistos por “outrem”. Entretanto, enquanto os do século XX se guiavam em mídias seletivas e restritivas como o cinema e a televisão, um espaço “para poucos”, os do XXI detêm a vantagem da internet, um espaço “para todos”. Logo, aos alterdirigidos do século XX resultava mais difícil “ser visto”, enquanto aos do XXI seria bem mais fácil: bastaria ter acesso a um computador conectado à rede mundial e pronto: fotos, vídeos, blogs, redes sociais... Ver-se e ser visto em uma tela já não é mais um aspiração, mas realidade. Contudo, isto ainda não é garantia de sucesso.



Ressaltamos que todo *Homo spettacolo* é alterdirigido, porém nem todo alterdirigido é *Homo spettacolo*: o que faz do alterdirigido um *Homo spettacolo* é a presença e exposição de si nas mídias. Portanto, este *Homo spettacolo* reflete um fenômeno particular e bem recente: o dos indivíduos que utilizam os veículos midiáticos, com destaque à internet, como plataforma de exibição própria, de espetacularização da vida e de abertura da intimidade (ou talvez da intimidade de um personagem criado pelo próprio indivíduo) para se tornarem famosos.

Não obstante, afirmar que todos os participantes das redes sociais estão em busca de fama, sucesso e de se divulgarem aos “olhares dos outros” seria um enorme empobrecimento do processo. Se fosse verdade, não teriam sido desenvolvidos tantos mecanismos que se propõem a “proteger” o conteúdo postado pelos internautas, como restringir a visibilidade apenas aos contatos do próprio perfil ou a uma parcela deles. Estes provavelmente se inscreveram somente com o ensejo de manterem contato, ainda que virtual, com seus conhecidos. Há ainda tanto os que bloqueiam suas atualizações a todos os demais membros das redes quanto aos que delas não participam, passando pelos que não atualizam seus perfis. Contudo, dentro da lógica das mídias e redes virtuais estes estariam ameaçando sua própria existência, pois ao se tornarem “invisíveis” deixariam de ser vistos, e, portanto, rumariam a um quadro de “esquecimento” pelos demais usuários.

O *Homo spettacolo* é aquele que, como alterdirigido, tem como objetivo atrair e captar a atenção do “outro”. É aquele que tem como meta tornar-se uma celebridade pela via da mídia, expondo-se sem medo ou pudores, convertendo sua vida em um filme e disponibilizado-a, ou melhor, pondo-a em cartaz principalmente nas telas dos

computadores do mundo inteiro. Assim, reafirmamos que o *Homo spettacolo* é um desdobramento, uma espécie de subcategoria específica e particular dos alterdirigidos: representa os indivíduos que se mostram pela internet e demais meios de comunicação à procura, por vezes de modo afoito, de notoriedade.

Outra característica abalizaria a atual fase de sociabilidade em que vivemos. Enquanto para Riesman (1995) o sentimento mais comum compartilhado entre os alterdirigidos, no século XX, era a ansiedade, hoje estaríamos em um grau acima: viveríamos em um recorrente estado de tensão comumente desdobrado em outras patologias contemporâneas, como depressão e síndrome do pânico. Isto é, partilhamos uma constante sensação, há quem diga crônica, de estresse. Se a ansiedade era fruto da preocupação em manter-se atualizado em relação às mudanças cotidianas, bem como das incertezas e instabilidades da vida moderna, o estresse é resultante tanto do aprofundamento deste quadro de inconstância e impermanência - associado aos problemas da vida pós-moderna e à falta de perspectivas diante de crises (pessoais, financeiras, econômicas, sociais) cada vez mais frequentes, tal qual vem sendo pesquisado por cientistas sociais como Bauman (2001) -, quanto pelo medo de simplesmente “não dar conta” dos deveres e obrigações da própria vida: é a impressão de viver em frequente sobrecarga de afazeres e compromissos. Além, claro, do desejo de manter-se permanentemente em evidência, isto é, ser visível e consumido pelos “outros”.

A ascensão da sociedade intimista e a consolidação do *Homo psychologicus*

Richard Sennett (1995), ao apresentar a conjuntura sócio-cultural e econômica consolidada ao longo século XIX, descreveu aquilo que podemos designar



de “Império” do *Homo psychologicus* (SIBILIA, 2008). Em outras palavras, o cientista social delineou a predominância no tempo-espaço de um tipo de subjetividade marcada pela valorização e resguardo da vida interior ou privada dos indivíduos, cunhando a denominada sociedade intimista, caracterizada pela observação da crescente inflação outorgada aos espaços privados e à vida íntima em detrimento dos espaços públicos, esvaziados de sentido e relegados, basicamente, às formalidades e ao deslocamento.

Sobre este período, já no âmbito de desenvolvimento do domínio da burguesia, pode-se salientar que um dos câmbios fundamentais, no nível sócio-econômico, foi o fato de a classe dominante passar a apreciar o esforço do trabalho como meio legítimo para “crescer na vida”. Isto porque o *ethos* burguês continuamente estimulava os sujeitos às políticas de “contenção”, seja de pertences, seja da economia de reservas financeiras visando ganhos maiores, ainda que futuros. Com esta conjuntura, a profissão começava a ser estimada tal qual um “cartão de visitas”, um dos principais sustentáculos do status que os indivíduos pudessem vir a ter. Por conseguinte, a carreira ganhou o status de “armadura social”, bem como o título de nobreza o fora para as sociedades dinásticas, tornando-se um dos mais fundamentais mecanismos de distinção social.

Destarte, à medida que se desenvolveu o regime burguês, a coesão que sustentava a teia dos relacionamentos prevalecentes das sociedades tradicionais ou pré-modernas² se despedaçou. Quiçá, o maior dos câmbios surgiu quando os sujeitos, atados às algemas da imobilidade social, da imutabilidade, da permanência e do imaginário

da vida cíclica, viram-se (parcialmente) livres de tais amarras e se enxergaram como indivíduos qualitativos (SIMMEL, 1998) - noção esta, aliás, configurada em uma das principais metanarrativas da contemporaneidade. Denotado, entre outros sentidos, como “indiviso” e “a pessoa humana, considerada em suas características particulares”, já podemos, a princípio, atentar para a idealização de um “sujeito único”, indivisível e particularizado, diferentemente de um juízo precedente - conforme Riesman (1995), apodado de traditivo-dirigido -, no qual todos faziam parte de um grupo, permeado por relações de afeto, semifamiliares. Por outro lado, os sujeitos se tornaram desconhecidos uns dos outros, exatamente pela possibilidade de serem anônimos, figurantes em uma multidão de outros tantos indivíduos, enfrentando relações sociais com base no interesse individual, sobretudo no âmbito financeiro.

Ao anonimato se somou a secularidade, ou seja, a noção de linearidade da História, derrubando a visão de vida cíclica prevalecente até então, o que, aliado aos avanços científicos, despontou em outra crise dos valores tidos como sacros, como a reencarnação, pois neste momento acreditava-se em um tempo sem regresso, corrido e em direção ao futuro e não mais como uma roda. Deste modo, o *Homo psychologicus* confiava menos na ideia de destino e mais em metas pessoais, fortalecendo, portanto, os ideais de planificação do futuro e projeto de vida, com a delineação de objetivos individuais. No entanto, segundo Riesman (1995), se por algum revés ou fracasso o indivíduo não lograsse atingir os escopos traçados, recairia no sentimento de culpa.

Ademais, os indivíduos deste período presenciaram o surgimento das primeiras cidades modernas, impulsionadas pelas nascentes fábricas da fase industrial do capitalismo, estabelecendo a rotina de transitoriedade pelas vias urbanas. Quando

2 Apenas por uma questão temporal, referimo-nos como “sociedades pré-modernas” ou “tradicionais” às formas de sociabilidades desenvolvidas antes da Revolução Francesa de 1789, sobretudo nos países ocidentais.



somadas, todas estas características contribuíram para o crescimento do imaginário de medo, gerando horripilantes mitos e lendas urbanas de toda espécie. A rede de esgoto das cidades, por exemplo, era vinculada como esconderijo e rota de fuga para delinquentes, caso da figura do mais conhecido e aterrorizante sanguinário da modernidade, “Jack, o estripador”, cuja evidência capital por ele despertada é a de que nas metrópoles, onde os sujeitos se viam cercados de desconhecidos, o perigo poderia vir de qualquer lugar, estar na esquina seguinte, ser, literalmente, seu vizinho. Em síntese: nas novas metrópoles globais, o medo estava no (e era o) desconhecido.

Com tantas ameaças à espreita, não tardou para que as áreas públicas fossem tomadas como um espaço inferior, um lugar onde a desgraça facilmente poderia se abater tanto contra a mulher, esta correndo o risco de ver sua virtude maculada, quanto contra o homem, este sofrendo com certa tendência à prática de ações imorais (SENNETT, 1995). No espaço público, outrossim, havia o perigo da auto-traição, pois o indivíduo, através de ato inconsciente, poderia se expor involuntariamente. E em um mundo no qual se contemplava o retraimento dos sentimentos como estratégia de defesa, deixar que o “outro” descortinasse aspectos de sua própria intimidade era um enorme risco a correr. Deste modo, o silêncio tornara-se uma legítima proteção, induzindo ao que Sennett designa de “paradoxo da visibilidade e do isolamento” (1995), ou seja, uma aparente contradição que consistiria no fato de que quanto mais o sujeito se exhibia, mais se calava; quanto mais era visto, mais temia que o “outro” o percebesse ou captasse aspectos considerados de ordem pessoal ou íntima, fomentando um tipo de vigilância mútua entre os indivíduos, tendo em mente que se almejava, basicamente, a conservação da moral e do status social, conferidos, em grande

parte, pela opinião popular.

Com o espaço público tido como um lugar desprovido de sentido, e por isso mesmo esvaziado de valores, houve um movimento no deslocamento das relações sociais, de maneira que em público as pessoas viam umas às outras com ar de mistério, como se portassem uma máscara, atuassem com o intuito de não revelarem seus aspectos particulares. Por conseguinte, àquilo que se tinha como privado se outorgou um valor moral mais elevado. Com isso, já no século XIX, constata-se um abismo no universo das relações sociais, compostas, de um lado, pela esfera pública e, do outro, pela privada, estando aquela relacionada ao desconhecido, ao “aberto”, e esta ao “escudo”, à proteção e ao antídoto contra as mazelas da primeira. E, neste sentido, a melhor blindagem encontrada pelo homem (do declínio) do espaço público burguês do século XIX fora a família e, em segunda escala, os amigos, formando seu seletivo e privativo grupo.

Entrementes, para que os sujeitos pudessem se sentir com um mínimo de privacidade, o ideal de lar teve de ser remodelado. Primeiramente, não se pensava mais em casas superlotadas, ainda que imensas, tal qual Versailles, sendo neste momento constituído o núcleo familiar, isto é, a composição de pai, mãe e filhos se tornava o ideal de família, e esta, por sua vez, fortaleceu-se como a primeira instituição social encarregada de transmitir às futuras gerações, desde a infância, os juízos de moral, ordem e autoridade. Em um outro aspecto, o lar, além de aconchegante, principiou a ser visto como um território “protegido” dos perigos e angústias do mundo externo. E, caminhando em direção à máxima expressão individual, o quarto próprio foi ganhando importância, tido como o recinto do refúgio pessoal por excelência, um lugar onde era possível se dedicar à escrita subjetiva, tais quais os diários íntimos ou cartas particulares, verdadeiros desabafos pessoais



que acima de qualquer coisa deveriam permanecer secretos (SIBILIA, 2008). Suspeitar do vazamento das informações contidas nos relatos daquelas sacralizadas páginas, frequentemente trancadas por cadeados, era o suficiente para fazer seu autor “tremer” de pânico: a confissão da vida era feita por si próprio e para si próprio, do contrário, o infortúnio era certo.

Resumidamente, podemos arrematar que foi neste panorama que despontou e se desenvolveu o *Homo psychologicus*, orientado fundamentalmente pela introdução, isto é, para seu próprio interior. Assim, estavam fincadas as bases do que conhecemos como intimidade, um mecanismo de proteção psicológica dos sujeitos no trato com a sociedade e de cultivo de si, quando em privado. Mais que isso, o excesso de zelo pela vida interior, psicológica, introduzida, voltada em larga escala para a esfera íntima, constituiu o que Sennett batizou de “tirantias da intimidade” (1995), espécie de apatia em relação às atividades e cotidiano dos espaços públicos, em compasso com a consecutiva inflação da estima dada dos âmbitos privados, pessoais e íntimos.

Embasados nas características expostas, enxergamos que inicialmente o ideal de sujeito único, indiviso e particularizado tivera de ser “criado” e “proliferado” para só então a noção de intimidade fosse “cunhada” socialmente. E é justamente esta “intimidade” que se encontra em um processo de transformação nos anos recentes. Não obstante, os fatores que propiciaram esta modificação se iniciaram no início do século XX. Assim, já na primeira metade do século passado, o ideal espetacular de vida se disseminava por todos os cantos, principalmente pelo crescimento e aparecimento de mídias, como o cinema e a televisão, incitando a homogeneização do comportamento social, paradoxalmente enquanto se pregava o discurso da personalidade individual

e singular, sobretudo na publicidade, inspirando Guy Debord, no final da década de 1960, a acusar o sistema produtor de espetáculos de alienador.

As mudanças na intimidade e a emersão do *Homo spettaculus*

Com o acercamento dos anos de transição para o século XX, o mundo presenciou um período traduzido como *Belle Époque* e o respectivo advento de uma gama de inventos proporcionados pelos avanços tecnológicos, culminando no “encurtamento” da vida, tanto a nível geográfico, quanto temporal. Bem verdade que a geografia já vinha sendo desbravada desde os primórdios da civilização. No entanto, com a vida hiperestimulante do século XX, “compactar” o maior número possível de fazeres empregando o menor tempo tornou-se uma verdadeira obsessão. Já nas primeiras décadas do século passado, o avanço nas áreas de transportes e comunicações possibilitava ao ser humano elevar substancialmente seu potencial de interação com o estrangeiro, abrindo um precioso caminho para o intercâmbio de informações e pessoas pelo planeta. Sem embargo, com o tempo, o constante bombardeio de informações e estímulos sensoriais de toda ordem saturaram o novo homem moderno-metropolitano, não lhe cabendo alternativa que não a de criar mecanismos de defesa contra ditos excessos. Chega-se mesmo a desenvolver doenças de ordem mental - dentre as quais a *atitude blasé* (SIMMEL, 1987), resultante justamente da exaustão das forças sensoriais, consumidas por uma infinidade de estímulos que esgotam o indivíduo, ainda que momentaneamente.

De modo concomitante, emergiu com vigor o embrião das chamadas indústrias culturais e do espetáculo moderno, especialmente pelo aparecimento dos cinematógrafos, abrindo um horizonte de espetacularização sem precedentes



no processo de encantamento do mundo (LAPERA; THEBALDI, 2010), deslumbrando multidões inteiras com a dimensão do movimento, da recordação visual gravada de um fato ou acontecimento ou mesmo de uma produção artística. Logo, ao mesmo tempo em que o homem iluminista/cientificista caçava a objetividade, tragava-se no barbarismo da guerra; enquanto arquitetasse planificar o mundo com base na realidade científica, buscava ficcionalizar o “real”, através, por exemplo, das produções de espetáculos exibidos nas salas cinematográficas.

Despontava no horizonte um novo tipo de subjetividade. Se o *Homo psychologicus*, típico do século XIX, inquietava-se por se “proteger” dos perigos da rua e do risco de ver sua intimidade se evadir em público, o homem dos séculos XX-XXI se norteia pelo senso da alterdireção (RIESMAN, 1995). Isto é, observa-se o deslizamento do sentido de orientação da interiorização para a exteriorização, de permeio com o declínio dos valores pregados na fase antecedente, tais quais a disciplina, a estabilidade dos valores morais e a interiorização dos sentimentos.

No entanto, além do advento das “maravilhas” da *Belle Époque*, juntamente com a popularização dos meios de comunicação de massa mais imediatistas e espontâneos, outro fator pode ser apontado como marco simbólico da transição da introdireção à alterdireção, já que apenas a combinação destes agentes ainda seria incapaz de explicar dita mudança, uma vez que não dá conta de traçar o porquê de tal grau de espetacularização ter permeado e “invadido” a vida dos sujeitos, a ponto de se tornar predominante na sociedade contemporânea. De tal forma, um dos grandes pilares do espetáculo nos dias de hoje, quiçá o maior deles, e que esclareceria o estrondoso êxito do qual os meios de comunicação gozam socialmente, possivelmente tenha sido a apropriação e a propagação de um ideal ligado aos

conceitos de “recrear”, “divertir”, e até mesmo “distrair”, demonstrando ser o eldorado da mídia: o entretenimento.

Desde a primeira metade do século XX, o entretenimento fora apontado pelos teóricos sociais como uma das funções dos meios de comunicação de massa³. Consolidada esta “função”, na segunda metade do século XX os valores atribuídos ao entretenimento teriam se “evadido” das telinhas dos primitivos televisores dos nossos antepassados para se alastrarem pelas esferas da vida com a força de um *tsunami*. Primeiramente, tais valores teriam “saltado” da televisão para colorir com seu “brilho de encanto”, para os mais otimistas, ou com seu “pó de ofuscamento”, para os mais pessimistas, os demais veículos de comunicação, constituindo aquilo que Neil Postman conclamou de “efeito ricochete” (POSTMAN *apud* GABLER, 1999). Destarte, quase que tautologicamente, diz o autor que “se a televisão ensinou às revistas que as notícias nada mais são que entretenimento, [...] as revistas ensinaram à televisão que nada além do entretenimento é notícia” (POSTMAN *apud* GABLER, 1999: p. 97).

Com isso, chegava ao fim da era das coberturas jornalísticas excessivamente burocráticas, com as quais, sobretudo, o homem do século XIX se acostumara, sendo prontamente substituídas pelas matérias onde reinavam dramatizações e melodramas, características estas, aliás, recorrente no jornalismo brasileiro desde princípios do século XX⁴, as quais buscavam ascender reações

3 Para mais, ver: LAZARFELD, Paul. “Os meios de comunicação coletiva e a influência pessoal”. In: Panorama da comunicação coletiva. Rio de Janeiro: Editora Fundo de cultura, 1964.

4 Conforme os estudos da pesquisadora Marialva Barbosa, que já descrevia a presença do jornalismo sensacionalista no país desde a década de 1920. Ver: BARBOSA, Marialva. História cultural da imprensa. Brasil 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.



sensoriais diversas nos leitores, com ênfase nos casos de crimes, descritos na maior riqueza possível de pormenores. Logo, consumir as notícias dos periódicos deixava de ser apenas uma tarefa do homem que queria meramente se manter informado e atualizado, convertendo-se em uma ocupação de entretenimento e diversão.

Em um momento seguinte, já na segunda metade do século XX, a mídia principiou a se preocupar não mais unicamente em cobrir os fatos conhecidos como jornalísticos em seu sentido estrito (a anormalidade, a fatalidade, o diferente, a exceção, o acaso, o caos), desenvolvendo-se aos poucos uma espécie de “pulsão” por se fazer a cobertura das reações sociais originadas pelas notícias. Portanto, era preciso pautar uma sequência, construir “capítulos” sobre o fato, revelando algum acontecimento novo, por mais elementar e trivial que fosse, ou até mesmo que não revelasse nada: o primordial consistia em não permitir com que um assunto morresse enquanto ainda fosse capaz de gerar audiência, prendendo a atenção do público e provocando reações variadas, bem como funciona com as ficções, constituindo a atual “bola de neve especulativa” na qual em alguns casos a mídia parece se empenhar apenas em cobrir aquilo que ela mesma trouxe à tona.

Com efeito, na ânsia pela conquista dos sonhados “15 minutos de fama” (se bem que hoje em dia “15 segundos” já são o bastante para muita gente se converter em astro), um batalhão de sujeitos se lançou na caçada em busca do subterfúgio ideal para atrair o foco da mídia. Em decorrência, “o resultado foi transformar a sociedade moderna num gigantesco efeito Heisenberg, em que a mídia não estava de fato relatando o que as pessoas faziam; estava relatando o que as pessoas faziam para obter a atenção da mídia” (GABLER, 1999: p. 97).

Por conseguinte, nesta nova configuração, *Os sofrimentos do jovem Werther* parecem não

fazerem mais sentido. O personagem criado pelo afamado escritor alemão Goethe, símbolo do *Homo psychologicus*, consumiu-se internamente pelo drama de amar a uma jovem comprometida com outro homem, lutando com unhas e dentes para se emancipar de seu destruidor e arrebatador sentimento. Entrementes, desgostoso e desiludindo-se com a vida, estafando-se pela amargura de uma paixão platônica impossível, o jovem Werther despediu-se da vida com uma carta antes de atirar um projétil contra a própria cabeça. No cenário atual, entretanto, mais propício teria sido que o personagem desabafasse suas aflições através de uma página pessoal na internet, ou até mesmo em um livro autobiográfico. Isto porque se outrora as pessoas se regiam sob o viés das “tirantias da intimidade” (SENNETT, 1995), desde já se toparam com uma outra forma de ditadura: a da visibilidade (SIBILIA, 2008). Desta maneira, o viés da ficcionalização se alastra por todas as esferas da existência, formando milhões de filmes-vida (GABLER, 1999) entre aqueles que outrora eram meros “anônimos”, motivados pelo estilo de vida que valoriza principalmente o culto ao corpo, às celebridades e ao entretenimento.

Por isso, nesta fase, a intimidade não é mais guardada a sete chaves. Pelo contrário, começa a se abrir a milhões de indivíduos ao redor do mundo, sustentados e estimulados, por exemplo, pela chegada da *Web 2.0*, notadamente os *blogs*, os portais de armazenamento e compartilhamento de vídeos e as redes sociais. Pois expor os detalhes mais íntimos da vida se tornou uma das estratégias vitais àqueles que estão em busca da fama, na esperança de passarem para “o outro lado do vidro”. Neste sentido, a latente pulsão pela evasão da privacidade se constituiu como um tipo de discurso capaz de atrair a atenção pública, independentemente do assunto: todas as áreas da vida parecem poder ser confessadas, inclusive (quicá principalmente)



quando o tema é a própria vida sexual do sujeito.

É assim que a intimidade parece virar um tipo de entretenimento, no qual o mais importante é “divertir” o maior número possível de pessoas, a partir da ficcionalização da própria vida, a esta altura convertida em uma forma de distração, possivelmente tão interessante e atrativa como qualquer outra, visando a captura da atenção dos outros. Passamos, então, de um entretenimento desenvolvido, principalmente, pelas produções midiáticas, como filmes, novelas, programas de humor etc, a um entretenimento proporcionado pela própria vida dos sujeitos comuns. Agora, a própria vida se torna uma diversão e um instrumento de escapismo, entretendo a si e, de preferência, “aos outros”. E o melhor: é um tipo de divertimento que, ao contrário dos anteriormente citados, não se limita a apenas algumas horas diárias ou semanais, podendo se estender pelas 24 horas do dia, além de carregar consigo o aspecto de “autenticidade” e de “naturalidade” da “vida real” – mesmo que não passe de encenação.

De tal forma, os diários deixam de ser estritamente escritas íntimas, transformando-se em escritas a serem expostas, “éxtimas”⁵. Ainda assim, nem tudo o que é revelado é necessariamente “verdadeiro”: o primordial, dentro da lógica da sociedade espetacularizada, é parecer ser o personagem que quiser, bastando interpretá-lo com um mínimo de convencimento nessa “atitude” ou nesse “estilo”. E se no passado a necessidade de fechar-se em um refúgio do mundo explicava a importância de ter um quarto próprio, escondendo-se dos perigos e incômodos do espaço público, logo conseguindo o sujeito expressar sua subjetividade – mesmo que

fosse para seguir ocultada já que era apenas para si (e assim deveria permanecer)-, agora, no mesmo contexto da importância de ter um “refúgio só para si”, as barreiras do âmbito da subjetividade vêm sendo derrubadas pela tecnologia, especialmente pelo computador, permitindo a exposição de si e, de quebra, a possibilidade de virar celebridade da internet, em alguns casos conquistando fama notável: é a confirmação do despontamento do *Homo spettacolo*.

Por conseguinte, de permeio à midiatização da vida, a mercadoria passa a ganhar papel de destaque, fazendo com que a indústria se volte menos para a produção e mais para o consumo. Consequentemente, aos produtos se lhes foram atribuídos personificações, isto é, características humanas, associando-os estrategicamente a estilos de vida e, por que não, à personalidade, à imagem e à semelhança do freguês, fazendo da marca uma protagonista em matéria de distinção, gosto, símbolo e status social (BAUMAN, 2001). Com isso, qualquer coisa pode vir a servir de elemento constitutivo do cenário do próprio filme-vida (GABLER, 1999): o vestuário, a casa e sua decoração etc. Enfim, todos os pertences passam carregar consigo uma mistificação dentro da lógica do espetáculo.

Por fim, desencadeia-se a largada da crescente onda de “supervalorização do eu” (SIBILIA, 2008). Afinal, em uma sociedade espetacularizada qualquer um a qualquer momento, independentemente do que já tenha feito e, mais ainda, independentemente do que seja, pode se tornar um ícone, um astro, uma celebridade, estampando capas e mais capas de jornais e revistas, portais da internet etc. Bastariam, para isso, dois passos capitais: o primeiro seria aderir à onda de exibição de si nas redes virtuais e veículos da mídia; o segundo, que dependeria menos do sujeito, seria torcer para conquistar a sonhada visibilidade e ser “encontrado” por algum olheiro

5 Trocadilho utilizado pela escritora Paula Sibilia (2008), para designar o fenômeno incessante de exposição da intimidade: se aquilo que outrora se guardava era tido como íntimo, na atualidade o “íntimo” que se abre à tona pelos espaços midiáticos se configura como “éxtimo”.



midiático qualquer para conseguir despontar, finalmente, no mundo da fama, rompendo assim a barreira que separa os famosos dos “demais”. O problema do *Homo spettacolo*, no entanto, é que há gente demais desejando o visto que permite a travessia desta afunilada e peneirada fronteira, e “passaportes carimbados” de menos para tantos postulantes.

Considerações finais

O *Homo spettacolo* é um tipo de subjetividade muito recente, a ponto de ainda não termos precisado se seria um desdobramento ou um subtipo dos alterdirigidos (a segunda hipótese nos parece a mais provável). Entretanto, deixamos claro seus principais pontos e a sutil característica que o marca: preocupado em conquistar a atenção de outrem e popularidade, o *Homo spettacolo* desenrola-se e desenvolve-se a partir do uso das mídias, notadamente das ferramentas virtuais, multiplicando-se em exposições inúmeras pelas páginas da internet. Ele é aquele que, sonhando em alcançar o grau de celebridade, mostra-se pelos espaços midiáticos, sobretudo nos perfis da *Web 2.0*, abrindo sua vida e intimidade destemidamente a qualquer um que se disponha a vê-la e acompanhá-la convertendo-as em uma forma de entretenimento.

Entretanto, teríamos mais uma ressalva. Para Riesman (1995), os sujeitos alterdirigidos possuem uma espécie de radar, isto é, um mecanismo através do qual lograriam “captar” as mensagens do exterior, absorvendo-as e incorporando-as à sua personalidade. Hoje, tanto o *Homo spettacolo* quanto os demais alterdirigidos iriam um pouco mais longe: teriam desenvolvido a habilidade de um *feeling* apurado. Isto é, não só identificam as situações e possibilidades do meio, como têm a faculdade de saberem agir em proveito próprio, de permeio às circunstâncias, beneficiando-se das

ocasiões, quando não as forçando e/ou as criando, incorporando as estratégias do marketing e da publicidade à própria vida.

Não obstante, se mídias como o cinema e a televisão já estavam bem desenvolvidas e consolidadas na segunda metade do século XX, por que o *Homo spettacolo* só teria surgido nos anos de transição para o século XXI? Porque tanto o cinema como a televisão eram mídias que ofereciam baixa “abertura” aos indivíduos anônimos e aos que buscavam ser famosos, ou seja, em que as oportunidades de aparecer eram escassas: em outras palavras, tratava-se de mídias orientadas de *poucos para muitos*. Ao contrário da internet, um veículo no qual qualquer um dispõe de mais autonomia na luta por “seu espaço”: uma mídia de muitos para muitos. Assim, o *Homo spettacolo* é um fenômeno nutrido e aflorado especialmente nas páginas da internet e suas inúmeras redes e que, no entanto, devido à alta demanda e aceitação popular, encontrou receptividade nos demais veículos dos meios de comunicação, alastrando-se. Parece que a mídia percebeu, então, que o que a audiência desejava era poder ver a si mesma fazendo aquilo que as personalidades da mídia já faziam: mostrar-se à audiência.

Exemplos não nos faltam na ilustração deste cenário, inclusive no Brasil. A começar por Katylene, um pseudotravesti, desenvolvido por um DJ, detentor de um blog sobre o mundo das celebridades e que já fora brindado com um programa de TV. Caso semelhante ocorreu com Gustavo Braun, famoso por administrar uma conta no Twitter na qual encarna a falecida atriz e comedianta Nair Belo, acabando por se converter em apresentador de TV. Mesmo “prêmio” foi logrado pelo vlogueiro⁶ Felipe Neto, que se tornou popular ao gravar vídeos em que

⁶ Que numa definição dada pelo portal Desciclopédia seria “um blogueiro que não sabe ler, então grava vídeos”.



literalmente critica a Deus e ao mundo. Há também a garota Stefhany, cujos vídeos musicais atraíram mais de 3,2 milhões de visualizações somente em seu canal do YouTube, proporcionando-lhe o almejado passaporte aos programas de televisão de praticamente todas as emissoras abertas do país - e ainda foi chamada para participar de uma campanha de automóvel.

Todavia, atualmente os dois exemplos mais notórios, a nível mundial, parecem ser o da americana Rebecca Black e o do cantor canadense Justin Bieber. A adolescente de 14 anos despontou para a fama em 2011 após sua canção "Friday" ter sido escolhida como "a pior do mundo", o que em nada surtiu como negativo, pois acabou lhe rendendo tanta publicidade que seu videoclipe já foi assistido por mais de 60 milhões de internautas, sendo 17,2 milhões de visualizações apenas em seu canal no YouTube, o que a tornou milionária. Justin Bieber foi "descoberto" em 2007, na internet, quando seus vídeos foram vistos pelo gerente musical Scooter Braun, o qual logo o agenciou e lhe conseguiu um contrato com uma gravadora, tendo o jovem, aliás, já vendido milhões de cópias.

Em comum, Felipe, Stefhany, Rebecca, Justin, assim como outros tantos indivíduos, criaram um perfil no portal de armazenamento e compartilhamento de vídeos YouTube, alimentando-o com a elaboração de vídeos. E, se por um lado tais gravações são de categoria caseira, com o que há de mais básico em se tratando de tecnologia, por outro foram suficientes para convertê-los em famosas personalidades.

Mas nenhum dos casos citados parece despertar mais atenção do que a da canadense Pamela Anderson. Isto porque a hoje atriz e modelo tornou-se reconhecida por literalmente ter sido "descoberta" por uma câmera enquanto assistia a uma partida de futebol, tendo sua imagem exibida no telão do estádio. A partir de então, sua vida

mudou: posou para uma marca de peças íntimas, sendo logo convidada para um ensaio nu na revista Playboy. Ilustração perfeita de como absolutamente do nada, alguém surgido igualmente do nada, sem demonstrar nenhuma faceta ou talento, pode cruzar a nada sutil linha da fama e se transformar em uma das personalidades mais conhecidas do momento. Ou melhor, talvez sua faceta ou talento estivesse justamente em sua aparência e em seios considerados "avantajados". É esta a distinção capital que marca o *Homo spettaculus*: a presença na internet e/ou nas demais mídias, os lugares pelos quais através de suas páginas, portais, perfis, imagens e vídeos diariamente são construídos, cultivados e exibidos milhares de espetáculos e entretenimentos pessoais de indivíduos atrás de popularidade.

É óbvio que nem todos que se expõem na *Web* se tornarão famosos (e nem todos o querem). Bem como nem todos que almejam tal objetivo por outros meios o lograrão - na verdade, é apenas uma pífia minoria que o consegue, em ambos os casos. Presentemente meios para se obter a fama são vários. Não obstante, uma vez que se trata de um fenômeno demasiado recente, é especificamente à subjetividade nutrida a partir da abertura da própria intimidade pelos espaços midiáticos, em busca de notoriedade, que chamamos aqui de *Homo spettaculus*, compartilhando com os demais alterdirigidos um permanente sentimento de estresse, além de um perspicaz *feeling* que a auxilia em sua alucinada corrida pela atenção alheia. Entrementes, tal fenômeno se alicerça em uma via de mão-dupla, pois se de um lado há tanta gente disposta a escancarar sua vida e intimidade, do outro há igualmente uma imensa multidão que demonstra sede e interesse semelhantes para consumi-la de bom grado.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

GAMBLER, Neal. Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

LAPERA, Pedro; THEBALDI, Bruno. "Cinematógrafo e espetáculos de massa através do acervo da Biblioteca Nacional: algumas notas metodológicas". In: BRAGA, José Luis; LOPES, Maria I. V. de; MARTINO, Luiz C. (Orgs). Pesquisa empírica em comunicação (Livro Compós). São Paulo: Editora Paulus, 2010.

RIESMAN, David. A multidão solitária. São Paulo: Perspectiva, 1995.

SENNETT, Richard. O declínio do homem público: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SIBILIA, Paula. Show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SIMMEL, George. "A metrópole e a vida mental". In: VELHO, Otavio Guilherme (org). O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

_____. "O indivíduo e a liberdade". In: SOUZA, Jessé; OËTZE, Berthold (org.). In: Simmel e a modernidade. Brasília: UnB, 1998.

O Homo spettacularis. A intimidade como entretenimento
Bruno Thebaldi

Data do Envio: 31 de março de 2012.
Data do aceite: 2 de maio de 2012.





13

O gesto político da intimidade: voz, vivência e mídia em Geração Y, de Yoani Sánchez ¹

The political gesture of intimacy: voice, experience and media in Generation Y, by Yoani Sánchez

Márcio Serelle ²

RESUMO Este artigo busca refletir, principalmente por meio da análise do blog Geração Y, sobre o modo como a intimidade exposta e partilhada na internet pela cubana Yoani Sánchez constitui narrativas de contra-poder, em que a reivindicação pela singularidade da voz resulta, no ciberativismo, em gesto geracional. Desloca-se, na blogosfera, de uma identidade fundada, a princípio, na ordinariedade do sujeito para uma identidade fortemente coletiva. Nessa evasão de privacidade, compreendida como forma de resistência e proteção, coloca-se em relevo a precariedade das distinções modernas entre as esferas do privado e do público para a abordagem desses relatos nas redes digitais. A partir da reflexão acerca do espaço biográfico contemporâneo, proporcionada por autores como Arfuch (2010) e Sarlo (2007), pretende-se compreender tanto o efeito de transparência e verdade desse discurso em primeira pessoa como o processo de subjetivação desse “eu”, que se dá por meio da recolha de vozes diversas na constituição de um aparato próximo ao do logos bioethikos definido por Foucault (2009), no enlace de voz, equipamento discursivo e dispositivo midiático.

PALAVRAS-CHAVE Ciberativismo; Guinada subjetiva; Narrativa em primeira pessoa; Privacidade; Celebração; Geração Y, blog de Yoani Sánchez.

ABSTRACT This article aims at discussing, mainly through the analysis of the blog Generation Y, how the exposing and sharing on the internet of Yoani Sánchez’s intimacy generate narratives of counter-power, in which the claim by the uniqueness of the voice becomes, in the cyberactivism act, gesture of a whole generation. Moving in the blogosphere, an identity based, in principle, on the ordinariness of the self turns into a strong collective identity. This evasion of privacy, understood as a form of resistance and protection, denounces the precariousness of modern distinctions between the spheres of private and public as a theoretical approach to these reports on digital social networks. From the studies about the biographical space nowadays, provided by authors such as Arfuch (2010) and Sarlo (2007), this work seeks to understand both the effect of transparency and truth of this speech in first person, and the process of construction of the self, through the recollection of diverse voices in the constitution of an apparatus similar to the logos bioethikos defined by Foucault (2009), linking voice, discourse equipment and media.

KEYWORDS Ciberativism; Subjective turn; First-person narrative; Privacy; Celebritization; Generation Y, Yoani Sanchez’s blog

¹ Este artigo é resultado parcial da pesquisa “Narrativa e guinada subjetiva”, financiada pelo CNPq.

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, “Interações Midiáticas”, da PUC Minas e pesquisador do CNPq. serelle@joinnet.com.br



Da tentativa de deitar abaixo estátuas

Em resposta à eleição da revista *Time*, que a elenca, em 2008, entre as 100 pessoas mais influentes do mundo, na categoria “Heróis e Pioneiros”, a blogueira cubana Yoani Sánchez posta, em *Geração Y'*, sob aparente assombro, texto intitulado “O que faço eu aí?”. Colocada, na publicação norte-americana, ao lado de nomes como Brad Pitt e Angelina Jolie, Peter Gabriel, Andre Agassi, Lance Armstrong e Oprah Winfrey, Sánchez assegura ter trilhado o caminho mais incomum para figurar naquela lista célebre, pois seu itinerário foi escorado apenas em verdades pessoais, e não em poderes econômicos, religiosos ou midiáticos. “Sinceramente dediquei-me a contar minha realidade a partir do distorcido foco das emoções e das interrogações²” (SÁNCHEZ, 2012), escreve. Sánchez afirma, nesse mesmo *post*, preferir simplesmente o título de “cidadã” e que chegou a crer “que a voz de um indivíduo pode empurrar os muros, opor-se aos *slogans* e desvanecer os mitos³” (SÁNCHEZ, 2012).

Essa recusa vã à heroicização – em 2010, Sánchez receberia outro prêmio, o *World Press Freedom Hero*, pelo *International Press Institute*, que faz menção à sua notabilidade e à sua cota de sacrifício –, que pretende reorientar o discurso de contra-poder para a dignificação do sujeito ordinário, pode ser comparada, no regime cubano, à atitude daquele anônimo especializado em derrubar estátuas dos xás da dinastia Pahlevi, no

1 www.desdecuba.com/generaciony

2 No original: “Sencillamente me dediqué a contar mi realidad desde el distorsionado foco de las emociones y las interrogantes.” As citações relacionadas às narrativas e falas de Sánchez neste artigo foram extraídas de seu blog *Generacion Y*, dos textos recolhidos em *De cuba, com carinho e Havana real* e das entrevistas feitas por Sandro Vaia para *A ilha roubada*, todos referenciados no corpo e ao final deste trabalho.

3 No original: “que la voz de un individuo puede empujar los muros, oponerse a las consignas y disteñir los mitos.”

Irã, recuperado e posto em relevo na conhecida reportagem de Kapuscinski. “Não era uma ocupação, mas um dever” (KAPUSCINSKI, 2012, p. 41), declara o aldeão destruidor de imagens. Nesses dois momentos, conquanto os hiatos ideológicos e culturais, registra-se a tática iconoclasta do sujeito ordinário em face das estratégias de regimes cujas linhas de força ancoram-se, em parte, na estatuária, tomada, aqui, metaforicamente, como forja de heróis. No caso de Sánchez, se essa recusa a figurar como modelo ou líder torna-se inútil, dada a visibilidade atingida pela blogueira, a saída narrativa é a própria ressignificação de herói na cultura cubana, justapondo o termo ao corpo débil martirizado (outro campo de batalha possível), afastando-o, assim, da imponência dos revolucionários de 1959. Lembremos, como exemplo, para além dos monumentos erguidos aos revolucionários, que o próprio Fidel Castro foi descrito nas crônicas iniciais de Vargas Llosa (2010, p. 104) acerca da ilha como uma “verdadeira força da natureza”, “ctônica”, como que levantada do chão.

Essa valorização da resistência presente no sujeito ordinário débil pode ser lida no *post* “O primeiro gole de água” (*El primer sorbo de agua*), de 26 de julho de 2010, em que Sánchez presencia a greve de fome do dissidente cubano Guillermo Fariñas: “Ele me permitiu testemunhar seu sofrimento, suas pequenas irritações e sua fraqueza humana. Só assim descobri o verdadeiro herói dessa jornada⁴” (SÁNCHEZ, 2012a). Nesse *post* são exibidas, de forma coerente à biografia do fraco, fotos destituídas de qualquer refinamento imagético que mostram Sánchez ao lado do corpo frágil de Fariñas, preso a soros num leito de hospital.

De modo semelhante, a narradora de *Nunca fui primeira-dama*, Nádía Guerra, *alter ego* da escritora

4 No original: “(...) él me consintió ser testigo de su sufrimiento, de sus menudas malacrianzas, de sus humanas debilidades. Sólo entonces descubrí al verdadero héroe de esta jornada.”



cubana Wendy Guerra (2010, p. 7), prefere seu pequeno relato à épica dos revolucionários: “Diante das estátuas dos heróis, pensei que minha morte deveria ser simples, minuciosa, cuidada, discreta”. Pode-se esboçar, aqui, portanto, um conjunto de narrativas (as de Sánchez e Guerra, mas, também a de Zoé Valdés⁵ e, talvez, ainda, a de Pedro Juan Gutiérrez⁶, precursor de um chamado realismo sujo, ancorado na experiência escatológica que narra, em uma Havana em ruínas, o declínio de uma revolução) que conformam uma guinada subjetiva (SARLO, 2007) cubana, não rara de forma diarística, que passa a compor uma enunciação coletiva. Tem-se, desse modo, a passagem da exposição da intimidade, como forma de reivindicação de um território pessoal confiscado pelo regime – ou seja, como forma de cura –, para um registro geracional. A partir desses relatos, podemos evocar a rejeição de Arfuch (2010) às críticas que veem o espaço biográfico contemporâneo apenas como um conjunto de subjetividades desatadas e narcísicas – uma vitrina do eu *commodificado*, diria Bauman (2008) –, pois, na visão da autora, se é, de fato, possível falar, nesse contexto, em perda de projetos coletivos e de aspirações sociais, também existem nele buscas por novas formas de constituição de um “nós”.

Porque, e isso é essencial, sabemos que não há possibilidade de afirmação da subjetividade sem intersubjetividade: consequentemente, toda biografia ou relato da experiência é, num ponto, coletivo, expressão de uma época, de um grupo, de uma geração, de uma classe, de uma narrativa comum de identidade. É essa a qualidade coletiva, como marca impressa na singularidade, que torna relevantes as histórias de vida, tanto nas formas literárias tradicionais quanto nas midiáticas e nas

ciências sociais. (ARFUCH, 2010, p. 99-100).

Assim, podemos compreender uma outra fala da narradora de Wendy Guerra (2010, p. 16), que, num programa de rádio, enuncia aos seus ouvintes, “quatro ou cinco boêmios, Kamikazes, unidos por uma ideia comum: compartilhar verdades pessoais, a necessidade individual de dizer no singular o que se pensa no plural”. Nesses relatos marcados por um excesso de individualismo, a privacidade compartilhada, mesmo que por meio daquilo que De Man (1979) considera o tropo da autobiografia, a prosopopeia (*prosopo poein*, outorgar uma máscara), orienta-se para uma voz geracional, colocada, por vezes, pela imprensa ocidental, de forma simplista como total oposição aos valores da revolução cubana e facilmente capturada pela ideologia neoliberal.

Isso posto, interessa-nos refletir, neste artigo, acerca do modo como a intimidade exposta e partilhada na *internet* por Yoani Sánchez constitui narrativas de contra-poder, em que a reivindicação pela ordinariedade da voz resulta, no ciberativismo, em movimento geracional. Desloca-se, assim, de uma identidade fundada na singularidade do sujeito para uma identidade coletiva, em um sistema interativo e compartilhado facultado pela *blogosfera*. Nesse sentido, trata-se de uma evasão de privacidade, que Sánchez (2009, p.17) compreende como forma de resistência e proteção: “Só a perda de minha privacidade – o fim de uma bolha fabricada com anos de silêncio, intimidade e reserva – evita que eu seja devorada pela engrenagem que já engoliu tantos”. No *post* “Buraco Hobbit”, de 18 de março de 2009, Sánchez refere-se à sensação de, durante a adolescência, ter sido um objeto de uso social, em um contexto em que a privacidade foi sacrificada no projeto coletivo do “Homem Novo”, que lhe retirara forçosamente mesmo a reserva do corpo:

5 Autora de *O todo cotidiano* (São Paulo: Benvirá, 2011).

6 Autor, entre outros, de *Trilogia Suja de Havana* (Rio de Janeiro: Alfaguara Brasil, 2008)



Saí do curso pré-universitário no campo sentindo que nada me pertencia, nem sequer meu corpo. Viver em moradias estudantis cria essa sensação de que toda a sua vida, as suas intimidades, os seus objetos pessoais e até a sua nudez passaram a ser bem públicos. “Compartilhar” é a palavra obrigatória e se chega a ver como normal o não poder estar – nunca – a sós. (SÁNCHEZ, 2009, p. 112).

O refúgio privado era atingido, de acordo com Sánchez, a partir de uma ilusão, isto é, por meio da imersão na ficção de J. R. R. Tolkien, *O Hobbit*, daí a referência à personagem Bilbo Bolseiro. No entanto, como propomos aqui, a partir da discussão de Arfuch (2010), é possível vislumbrar, nas narrativas de Sánchez, uma subjetividade que, por meio de interações midiáticas, promove uma intersubjetividade dialógica, materializada, por exemplo, nas experiências coincidentes dos indivíduos cubanos de sua geração⁷, nos comentários dos internautas (alguns *posts* de *Geração Y* chegaram a ter mais de seis mil deles), nos encadeamentos da *blogosfera* ou mesmo na forma como essa trajetória de vida ressoa nas mídias ditas tradicionais. Em 2012, por exemplo, a tentativa frustrada de Sánchez conseguir um visto para sair de Cuba e visitar o Brasil, para participar do lançamento do documentário *Conexão Cuba-Honduras*, de Cláudio Galvão, foi coberta com destaque pela imprensa brasileira – o site G1, das Organizações Globo, chegou a disponibilizar *link*

7 Como explica a própria Sánchez no texto “Cuba virtual: a história de uma balseira individual no ciberespaço”, introdução a *De Cuba*, com carinho, o nome do *blog Geração Y* foi inspirado em pessoas como ela cujo nome começa “exoticamente” com ípsilon, uma tentativa dos pais de escapar, no ato do batismo, pelo menos onomasticamente, do controle. Sua geração é composta por “[p]essoas nascidas na Cuba dos anos 1970 e 1980, marcadas pelas escolas rurais, pelos bonequinhos russos, pelas saídas ilegais e pela frustração. Pois naquelas décadas tão controladas, ao menos uma parcela de liberdade ficou sem supervisão: o simples ato de dar nome aos filhos” (SÁNCHEZ, 2009, p. 13).

para o áudio da funcionária cubana negando o visto a Sánchez, em uma seção privada, como rastro potente da biografia da blogueira. Logo, percebe-se que esse movimento do íntimo ao público, pelo menos nesse contexto político, coloca em relevo a precariedade de posições cristalizadas que, na modernidade, ordenaram os lugares do privado e do público.

O efeito-janela do blog: primeiras pessoas em abismo

A projeção da voz de Yoani Sánchez por meio de seu *blog* deve-se a um conjunto de fatores não excludentes entre si. Primeiramente, ao “traço estilístico” de suas narrativas (MAGNOLI, 2009, p. 177), com texto claro, autoconsciente, permeado pela ironia, próximo à crônica e distante do “clichê das vítimas do estado” (VAIA, 2009, p. 57). Mesmo em investidas mais graves, Sánchez se contrapõe inteligentemente à “cultura política de violência verbal” (MAGNOLI, 2009, p. 177), construindo uma “linguagem despida de rancor, capaz de servir de veículo de troca de ideias numa sociedade tolerante” (MAGNOLI, 2009, p. 178), o que a diferencia dos comentários raivosos de outros blogueiros do jornalismo digital.

Segundo, ao aspecto, a princípio, não ideológico de seu relato, que permite que sua reivindicação libertária e democrática se apresente como politicamente lacunar e seja apropriada pelos discursos neoliberais anticastristas. Sánchez, no entanto, posiciona-se, em entrevistas com mais profundidade, contra o neoliberalismo “puro e duro” (SÁNCHEZ apud VAIA, 2009, p. 137), pois esse sistema político-econômico, segundo ela, “não dá proteção às pessoas que não podem competir, que não podem entrar nessa concorrência” (SÁNCHEZ apud VAIA, 2009, p. 137). Definindo-se de modo um tanto fronteiro – “Em geral, eu tenho uma



tendência mais para a questão social, sem pretender ser socialista” (SÁNCHEZ apud VAIA, 2009, p. 136) –, Sánchez não explora, de forma clara, essa atitude antineoliberal em seu *blog*.

Podemos referir-se, ainda, como potência desse relato, à maneira como ele se apequena, no ajuste para as recordações da infância e da adolescência de Sánchez e para histórias e criaturas ordinárias do cotidiano, da família, com ênfase em episódios que envolvem seu filho Teo, seu marido Reinaldo Escobar Casas – também um ativista – e outros amigos, ativistas ou não, que levam a vida *à esquerda*, que na gíria cubana não se refere a um posicionamento ideológico, mas à tática de sobrevivência para o enfrentamento da carestia e das restrições políticas. Ora, sabemos com Sarlo (2007, p. 49), que vivemos, na contemporaneidade, a valorização dos relatos individuais, uma “fetichização da verdade testemunhal”, em época otimista quanto à devolução da palavra aos sujeitos, que narram o que sofrem na pele – como o *superstes*, uma das representações latinas do termo “testemunho”, que se refere àquele que atravessa até o final uma situação-limite (AGAMBEN, 2008) – e como essa voz, que parece emergir de forma direta da experiência, é blindada e resiste a uma analítica discursiva.

Finalmente, há o já mencionado encadeamento midiático do *blog*, que permite a transposição do interdito, da censura governamental e a replicação de textos, com um forte efeito de transparência, que conjuga discurso, mídia autogerenciada e tecnologia, na promulgação dos valores democráticos. O termo *transparência* merece, a essa altura, algum esclarecimento. Nos estudos de linguagem, que se referem às tecnologias e às técnicas das mídias, ele está, frequentemente, relacionado com o automatismo, com o registro maquinal (como aquele da imagem técnica) e com o apagamento do gesto autoral, que possibilita o efeito-janela (BOLTER

& GRUSIN, 2000), ou seja, a sensação de que o leitor, espectador ou internauta vê através de uma interface que se quer transparente.

De acordo com essa lógica, a escrita marcada pela subjetividade seria opaca e não transparente, pois, como escreve a própria Sánchez, trata-se de *distorção*, pois irrompe do estreitamento com o vivido, de uma primeira pessoa interessada, envolvida. No entanto, como vimos, a narrativa em primeira pessoa pode também adquirir certo efeito de verdade pelo imediatismo da vivência, naquilo que os gregos, na historiografia clássica, chamavam de *autopsia* (visão direta e, logo, não mediada por um outro olhar), que poderia, na acumulação dos pormenores que somente alguém que viveu determinada situação é capaz, descrever com *enargeia* (em grego, vivacidade) proporcionando determinado efeito de transparência.

No caso do *blog Geração Y*, como mídia autogerenciada, não seria despropositado aproximar o próprio dispositivo de uma mídia em “primeira pessoa”, em face do controle governamental cubano sobre a Imprensa. Em uma sociedade em que a própria *internet* é controlada pelo Estado, o efeito de transparência dá-se, nesse *blog*, principalmente por meio de uma das três áreas do ciberativismo identificadas por Vegh (2003): a da “conscientização/militância” (awareness/advocacy)⁸. Para Vegh, esse campo pode ser definido pelo ciberativismo que, atuando em comunidades não democráticas, foca em narrar “eventos e questões que não são reportados, reportados de forma insuficiente ou de forma errada na mídia de massa principal” (2003, p.72)⁹, pressionando para que determinadas causas conquistem visibilidade. No caso de Cuba, a censura

8 Resumidamente, as outras áreas, de acordo com a classificação de Vegh (2003), são: organização/mobilização (organization/ mobilization), que envolve ações “offline”, e “ação/reação” (action/ reaction), que cobre ataques onlines realizados por hackers.

9 No original: “(...) events and issues not reported, underreported, or misreported in the mainstream mass media”.



à Imprensa acentua, mais ainda, por contraponto, o efeito de verdade do *Geração Y*, como se ele não fosse apenas uma narrativa acerca do país, mas como se ele detivesse a verdade sobre a ilha e conseguisse atravessar sua cortina ao prover, por meio de seus relatos acerca do cotidiano – para citar novamente o artigo de Vegh (2003, p. 73) acerca das formas do ciberativismo –, “notícias de dentro do regime”¹⁰, que encontram seu caminho para fóruns que discutem e denunciam “censura ou violações dos direitos humanos que estão ocorrendo dentro de regimes autoritários fechados”¹¹. Sobre esse efeito de verdade adquirido por *Geração Y*, vejamos, como exemplo, o livro publicado nos Estados Unidos, que reúne os posts de Sánchez (2009a) e que, desde o título, estabelece esse contrato de transparência: *Havana real – uma mulher luta para dizer a verdade sobre Cuba, hoje*¹². A ideia, aqui, é de que as narrativas de Sánchez são uma janela aberta para a realidade cubana.

A visibilidade adquirida pelo *blog* – nessa sobreposição de primeiras pessoas (a da voz de Sánchez e a midiática, o *blog* autogerenciado) – não deve ser vista, ainda, fora de um contexto eufórico acerca do poder democratizante da *internet* a que Morozov (2011, p. 27) se refere ironicamente como doutrina Google, ou seja, a crença de que as redes digitais são “realmente uma força revolucionária que poderia empurrar todos os regimes autoritários em direção à democracia”¹³ por meio da disseminação de informação. Para os ciber-entusiastas, de acordo com Morozov, todas as ditaduras sucumbiriam se pressionadas pela livre informação das redes digitais e de suas tecnologias, que prescrevem governos

mais descentralizados e participativos (para esses vanguardistas – no sentido militar do termo – digitais uma conta de *twitter* é mais letal que um AK-47). O autor pondera, contudo, que essa é uma visão ingênua, pois a *internet*, vista mais detidamente, é também uma forma eficaz e sofisticada de controle (que deu poder a polícias secretas, censores e propagandas oficiais de regimes totalitários contemporâneos). Além disso, para Morozov (2011, p. 30), ditaduras são regimes complexos, que não se sustentam apenas pelo exercício da força bruta: “Religião, cultura, história e nacionalismo são todas forças potentes que, com ou sem internet, conformam a natureza do autoritarismo moderno em formas que ninguém entende completamente.”¹⁴

Sobre Sánchez, Morozov (2011, p. 200) reconhece o esforço “heróico” – novamente, aqui, a heroicização a que se deseja, pelo menos no plano do discurso, escapar – dela, dado o controle do sistema midiático em Cuba, bem como a agudeza dos seus *posts*, mas, ao mesmo tempo, considera-a dentro de um grupo de blogueiros que opera sem construir movimentos políticos sustentáveis em seu próprio solo, ainda que tenha grande repercussão na imprensa ocidental, inclusive recebendo prêmios e dando entrevistas contra o regime.

Essa análise não é, evidentemente, a que se faz de modo reiterado sobre Sánchez, tendo em vista a circulação valorizada de seu discurso, verificável não apenas pela já mencionada série de prêmios jornalísticos que a blogueira recebeu como pelos livros que reúnem seus *posts*, traduzidos para diversas línguas (inglês, italiano, português, entre outras), ou ainda pelas reportagens geradas acerca de sua vida e pelas colunas de jornal que ela hoje assina, inclusive no Brasil, em *O Globo* e *O Estado de*

10 No original: “(...) news from inside the regime”.

11 No original: “(...) censorship or human rights violations occurring within close authoritarian regimes”

12 No original: Havana real – one woman fights to tell the truth about Cuba today.

13 No original: “(...) really a revolutionary force that could nudge all authoritarian regimes toward democracy (...)”.

14 No original: “Religion, culture, history, and nationalism are all potent forces that, with or without the internet, shape the nature of modern authoritarianism in ways that no one fully understands yet.”



S. Paulo. Para Sandro Vaia (2009), “em pouco mais de um ano, [Geração Y] afetou mais os alicerces de uma revolução cinquentenária e esclerosada do que toda a propaganda que produziu contra essa mesma revolução ao longo de uma interminável batalha ideológica”. No exagero dessa constatação, retornamos ao *internet*-centrismo, como elogio desmedido ao potencial libertador das mídias digitais.

Escrita de si e inventário midiático

Se todo esse movimento de construção de uma identidade que se projeta publicamente, de forma engajada, por meio de pequenos relatos íntimos e claramente passionais e subjetivos, coloca em questão as fronteiras entre o privado e o público, hoje, nas redes digitais, convém abrir, ainda, por meio do entrelaçamento que viemos propondo – entre a voz e o dispositivo midiático –, reflexão acerca da possível singularidade desse discurso que reivindica narrar o imediatismo do eu, retirando dele seu efeito de verdade.

Como vimos em exemplo anterior acerca da referência à obra de Tolkien, diversos posts de *Geração Y* apropriam-se, intertextualmente, de fragmentos narrativos que são lidos e subjetivados à luz da vivência de Sánchez, como chaves para interpretação de sua realidade. Entre as narrativas midiáticas apropriadas poderíamos citar, por exemplo, as telenovelas brasileiras (*post* “Telenovelas e realidades”); a história em quadrinhos da iraniana Marjane Satrapi (“Persépolis”); o curta-metragem de Eduardo del Llano (“Brainstorm”); a própria televisão cubana (“Dizer não” e “Quando assisto à TV”); os filmes *A onda* (“Aprisionados na onda”) e *A vida dos outros* (“Aqueles que não mostram sua face”); o universo de Harry Potter (“O dom da invisibilidade”).

O *blog* de Sánchez torna-se, portanto, um espaço

de recolha do que ela leu, ouviu e, principalmente, assistiu (a ênfase, aqui, de uma cultura midiaticizada, centrada no audiovisual), método comum, como assinala Foucault (2009), a determinadas tecnologias do eu, desde a antiguidade. Em “A escrita de si”, o filósofo, na avaliação da constituição das narrativas que visavam à constituição de um si próprio como sujeito de ação racional, discorre sobre os *hypomnemata*, livros de registro, livros para conduta da vida, em que o indivíduo reunia fragmentos de outros textos para, em reescrita posterior, debruçar-se em exercício organizador, de razão:

Trata-se de constituir para si próprio um logos bioethikos, um equipamento de discursos a que se pode recorrer, susceptíveis – como diz Plutarco – de erguerem eles próprios a voz e de fazerem calar as paixões, como o dono que, com uma só palavra, sossega o alarido dos cães. E para isso é preciso que eles não sejam simplesmente arrumados num armário de recordações, mas profundamente implantados na alma, “gravados nela”, diz Séneca, e que desse modo façam parte de nós próprios: em suma, que a alma os faça não apenas seus, mas si própria. A escrita dos *hypomnemata* é um veículo importante para esta subjectivação do discurso. (FOUCAULT, 2009, p. 137).

O cultivo dos *hypomnemata* não pretendia perseguir o indizível ou revelar o oculto, mas “captar o já dito; reunir aquilo que se pôde ouvir ou ler, e isto com uma finalidade que não é nada menos que a constituição de si” (FOUCAULT, 2009, p. 137). Embora Foucault faça questão de contextualizar os *hypomnemata* em uma cultura marcada pela tradicionalidade e pela prática citacional, “pelo valor reconhecido ao já dito” (FOUCAULT, 2009, p. 137), talvez o movimento contínuo de fragmentação e recolha das mídias sociais, hoje, possa operar de maneira semelhante, ao remeter, nas páginas pessoais, nos perfis dos indivíduos, a *links* diversos,



a pensamentos em linha ou em superfície (por meio de imagens) ou em linha e superfície ao mesmo tempo (no caso de pequenas narrativas audiovisuais). No entanto, a ação reorganizadora, necessária, segundo o filósofo, para combater o que era considerado *stultitia* na Antiguidade (o espírito instável, desejoso por novidades, incapaz de se dotar de um ponto fixo), nem sempre ocorre, dado o desencaixe, a descentralização e a flutuação desse meio.

O *blog* de Sánchez constitui-se, assim, por meio da unificação do já dito, do que foi escolhido, recuperado, mediado pela vivência e reorganizado em formas de *posts*, que recolocam, novamente, o discurso em circulação. Portanto, só em certa medida sua escrita é manifestação de uma singularidade, pois, desde sua concepção, já operam ali as vozes dos outros. Novamente, como a narradora de Wendy Guerra, trata-se, por outra via, agora, de “dizer no singular o que se pensa no plural”.

Mas o que, de fato, se pensa, aqui, no plural? Em que chave essa voz que reivindica sua individualidade torna-se geracional? Para além do já dito sobre a voz ordinária da blogueira, que se constrói como ponto de coerência de narrativas compartilhadas midiaticamente (como é visível no caso das telenovelas brasileiras em Cuba), o ato de celebrar a falência do metarrelato, que caracterizaria o período a que a própria Sánchez denomina pós-moderno, torna-se, na atomização dos relatos, uma recorrência; na fragmentação, uma unicidade. Para Sánchez, “a ideologia [não é] uma ausência a lamentar”, em uma sociedade em que as máscaras caíram e “não tinha rosto embaixo dela[s]” (SÁNCHEZ apud VAIA, 2009, p. 136). Logo, esse caráter lacunar, de descrença nas definições tradicionais de política e no partidarismo, faz com que o único valor perseguido de forma essencial seja a liberdade. O ponto coletivo de uma geração

sem rosto, o vínculo dos relatos em primeira pessoa está não somente na semelhança entre as histórias vividas, mas na própria orientação para o banal e o anônimo, ainda que, como vimos, esse tenha sido, de modo paradoxal, justamente o caminho para a celebração de Sánchez.

Considerações finais

Essa orientação para o pequeno relato, na exposição da vida íntima e da cotidianidade cubana, torna-se, portanto, em *Geração Y*, tática e gesto político, no sentido em que se firma na potência da primeira pessoa, em uma cultura marcada pela subjetividade, que recupera e reposiciona as narrativas do “eu” como forma de colusão entre o relato e o vivido, com forte efeito de verdade, notadamente no caso do sujeito ordinário reprimido por regimes ditatoriais. A orientação torna-se visivelmente política porque, embora resista às segmentações ideológicas, repudia a épica revolucionária cubana, a grande narrativa, e, como contraponto, busca na dignificação do anônimo uma forma de ele recuperar sua singularidade, escapando à uniformização de um regime que teria confiscado as liberdades individuais.

Nesse sentido, o *blog* é um dispositivo midiático que faculta tanto o método autobiográfico como o gesto político da singularidade, pois o mencionado autogerenciamento desse lugar discursivo marcadamente impressionístico faz dele uma espécie de mídia em “primeira pessoa”, que consegue seu efeito de verdade ao veicular as histórias pessoais de Sánchez que adquirem o status de transparentes ou de reais, na contraluz da imprensa oficial, como os jornais *Granma* e o *Juventud Rebelde*, sob rígido controle governamental. O *blog*, assim como o *twitter*, constitui, hoje, de acordo com Sarlo (2009, p. 9), “um circuito que é mais autorizado e verossímil que qualquer outro porque confirma a



ideia de que os meios estabelecidos (e anteriores à web) invariavelmente escondem alguma coisa". Isso, evidentemente, não diz respeito somente ao controle midiático em regimes de exceção, mas, também, às próprias mídias "tradicionais" de sociedades consideradas democráticas, postas sob desconfiança geralmente por se tratarem de veículos pertencentes a conglomerados interessados política e economicamente. Permanece, contudo, conquanto esse efeito de transparência do *blog*, difícil mensurar as irritações e transformações provocadas em regimes fechados por esses circuitos das redes sociais, e essa é uma das questões que continuam abertas para Morozov (2011).

A passagem do privado ao público, nesse enlace entre voz e imediatismo da experiência e da mídia, dá-se, como vimos, no caso estudado, de formas diversas, entre elas, pelo próprio questionamento desse "privado", que é construído discursivamente a partir de negociação constante com narrativas da cultura midiática, ou seja, Sánchez compõe sua face singular na rede por meio de um equipamento de discursos midiáticos compartilhados socialmente, lendo e narrando sua vida ordinária na apropriação desse imaginário. O que mais indica a precariedade da ideia de contextos estanques de privado e público, hoje, ou da noção de que a narrativa autobiográfica seja uma atomização narcísica do sujeito, desprovida de qualquer agenciamento coletivo, rumo à espetacularização vazia, seria o modo como a reivindicação de Sánchez por narrar a própria vida acaba por engendrar mecanismos de visibilidade que realizam a transição da ordinariedade para a face pública e célebre, que não é restrita às próprias redes sociais, pois mobiliza, mesmo nas chamadas mídias tradicionais, o debate ideológico, ainda que a blogueira tente, em certa medida, esquivar-se dele, colocando como demanda essencial a liberdade de sua geração.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGAMBEN, Giorgio. O que resta de Auschwitz: o arquivo e a testemunha (Homo Sacer III). Trad. Selvino J. Assmann. São Paulo: Boitempo, 2008.
- ARFUCH, Leonor. O espaço biográfico: dilemas da subjetividade contemporânea. Trad. Paloma Vidal. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. Vida para consumo. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BOLTER, Jay e GRUSIN, Richard. Remediation: understanding new media. Cambridge, London: The MIT Press, 2000.
- DE MAN, Paul. Autobiography as de-facement. MLN. Johns Hopkins University Press. Vol. 94, No. 5, Comparative Literature. (Dec., 1979), p. 919-930.
- FOUCAULT, Michel. A escrita de si. In: FOUCAULT, Michel. O que é um autor? Trad. Antonio Fernando Cascais. 7ª. Ed. Lisboa: Vega, Passagem, 2009.
- GUERRA, Wendy. Nunca fui primeira dama. Trad. Josely Vianna Baptista. São Paulo: Saraiva, 2010.
- KAPUSCINSKI, Ryszard. O xá dos xás. Trad. Tomasz Barcinski. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- LLOSA, Mario Vargas. Sabres e utopias: visões da América Latina. Trad. Bernardo Ajzenbert. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.
- LYOTARD, Jean-François. A condição pós-moderna. Trad. Ricardo Corrêa Barbosa. Rio de Janeiro: José Olympio, 2008.
- MANGNOLI, Demétrio. O tempo e o espaço de Cuba de Yoani. In: SÁNCHEZ, Yoani. De cuba, com carinho. Trad. Benivaldo Araújo e Carlos Donato Petrolini Jr. São Paulo: Contexto, 2009. p. 175-204.
- MOROZOV, Evgeny. The net delusion. New York: Public Affairs, 2011.
- SÁNCHEZ, Yoani. De cuba, com carinho. Trad. Benivaldo Araújo e Carlos Donato Petrolini Jr. São Paulo: Contexto, 2009.
- _____, Yoani. Havana real: one woman fights to tell the truth about Cuba today. Trans. M. J. Porter.



New York: Melville House, 2009a.

_____, Yoani. “¿Qué hago yo ahí?”. *Generación Y*, 3 de mayo de 2008. Disponível em: <http://www.desdecuba.com/generaciony/?m=200805&paged=2>. Acessado em 24 de março de 2012.

_____, Yoani. “El primer sorbo de agua”. *Generación Y*, 26 de junho de 2010. Disponível em: <http://www.desdecuba.com/generaciony/?s=guillermo+fari%C3%B1as&submit.x=19&submit.y=16>. Acessado em 24 de março de 2012a.

SARLO, Beatriz. *Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva*. Trad. Rosa Freire D’Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.

_____, Beatriz. O animal político na web. *Serrote*. Trad. Chico Mattoso. São Paulo: Instituto Moreira Salles, no. 7, março de 2011. p. 7-18.

VAIA, Sandro. *A ilha roubada: Yoani, a blogueira que abalou Cuba*. São Paulo: Barcarolla, 2009.

VEGH, Sandor. Classifying forms of online activism: the case of cyberprotestes against the world Bank. In: McCAUGHEY, Martha e AYERS, Michael D. (Eds). *Cyberactivism: online activism in theory and practice*. New York; London: Routledge, 2003. p. 71-95.

O gesto político da intimidade: voz, vivência e mídia em
Geração Y, de Yoani Sánchez
Márcio Serelle

Data do Envio: 5 de abril de 2012.
Data do aceite: 11 de maio de 2012.





14

O que postar no Twitter - A construção de discurso a partir dos veículos de comunicação de massa

What to post on Twitter - Framing a discourse through mass media criteria

Vanessa Figueiredo ¹

RESUMO A atuação de perfis influentes no Twitter e como a sua credibilidade é construída se assemelharia bastante aos processos de produção e agendamento (agenda-setting) de notícias. Na medida em que alguns dos usuários mais populares dessa rede social não possuem relações diretas com os meios de comunicação de massa tradicionais, seria pertinente a adoção do discurso jornalístico como orientador do que será publicado ou não em suas páginas pessoais. A partir do posicionamento tomado, e da coerência exposta na linha do tempo do perfil, tais atores sociais se tornariam influentes tendo em vista que o conteúdo publicado denota credibilidade, estabelecendo, conseqüentemente, uma relação de confiança e relativa amplitude para os seus tweets. Isso se deve por estabelecer-se uma periodicidade e uma linearidade aos fatos postados em sua página.

PALAVRAS-CHAVE *Newsmaking; agenda-setting; redes sociais; internet; Twitter.*

ABSTRACT The performance of influent profiles on Twitter and how their credibility is forged are similar to newsmaking and to agenda-setting. Since some of the most popular users on that social network are not directly related to traditional mass media, it would be pertinent the adoption of the journalistic discourse on what is supposed to be published or not on their personal pages. From taking a part in one discourse, and the exposed timeline coherence of a profile, those social actors would become influent since their published content shows credibility, establishing, consequently, a reliable relationship and extended reach to their tweets. That is because of establishment of periodicity and connection through facts posted on their personal pages.

KEYWORDS *Newsmaking; agenda-setting; social networks; internet; Twitter.*

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Bolsista Capes. Bacharel em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense. E-mail: vanesfi@gmail.com



O discurso pontuado pela credibilidade

A construção de credibilidade está diretamente relacionada à impressão que o discurso proferido causa nas audiências. Os critérios de seleção de palavras e de relativização dos meios e do público que irá recepcionar essa informação são levados em consideração, tendo em vista que precisam denotar consonância com diretrizes e paradigmas incorporados pelos grupos a que se destina a mensagem (BERGER, LUCKMAN, 2004, pp. 101-102). O discurso verdadeiro, por assim dizer, é o discurso relativizado para os diversos contextos e interesses que envolvem a organização de símbolos, códigos e linguagens cujo entendimento é formalizado através da reciprocidade - ou negação - ao que é apropriado pelo grupo a que se designa (FOUCAULT, 2010). As novas tecnologias da informação e da comunicação têm possibilitado a emergência de discursos múltiplos, interseccionais, paradoxais, legitimadores, justamente pelo fato de, em tese, dar voz a qualquer pessoa, por meio de suportes digitais, para que sua opinião seja expressa (LEVY, 1999). Por outro lado, embora exista essa noção de uma fala democrática, organizações jornalísticas tradicionais ainda exercem um papel referencial, no que concerne à procedência e legitimidade do fato noticiado. A atuação de outros produtores de conteúdo, independentes das empresas de comunicação, e como eles redesenham a apropriação de discurso não só nos ambientes digitais, será objeto de uma breve análise apresentada por esse trabalho.

Interações sociais e elaboração de discursos

A popularização de *sites* de redes sociais, especialmente o Twitter, permite aos usuários cadastrados nesses suportes a assumirem, potencialmente, a produção e legitimidade de discursos considerados por eles como verdadeiros (BRAGA, 2010). Em contrapartida, os veículos de

comunicação, já reconhecidos, se posicionam como produtores de conteúdos de confiança, atuando como referência quando se deseja confirmar fatos de origem duvidosa (ZAGO, 2010). Portanto, ainda que os usuários comuns postem mensagens, atribuindo para si certa autonomia, pois se dispuseram a selecionar conteúdo para sua rede de contatos, a informação requer autenticidade que, em muitos casos, pode ser dada através de links redirecionadores para *websites* de veículos de comunicação já consolidados na produção jornalística. Poderíamos observar essa necessidade de verificação pelo papel construído ao longo dos processos de legitimação das organizações jornalísticas como detentoras do processo de informação, adequando os fatos a pontos de vista assumidos institucionalmente.

As Walter Lippman long ago noted in Public Opinion, 'The World that we have to deal with politically is out of reach, out of sight, out of mind' [...]. In Will Rogers and Walter Lippman's day, the daily newspaper was the principal source of information about public affairs. Today we also have television and expanding panoply of new communications technologies, but the central point is the same. For nearly all of the concerns on the public agenda, citizens deal with second-hand reality, a reality that is structured by journalists' reports about these events and situations. (McCOMBS, 2004, p. 1)

Para estas empresas a sua atuação funciona como um serviço de utilidade pública para suas audiências, ao revelar os principais acontecimentos da sociedade. Com base no mencionado, observamos a interconectividade dos discursos, em que o usuário comum seleciona, publica, compartilha e redireciona para outras plataformas, dentre os quais *websites/blogs* pertencentes a veículos de comunicação tradicionais. O processo de seleção de conteúdo informativo e a redistribuição para a rede



de contatos¹ coloca o perfil cadastrado no Twitter em uma posição em que seria capaz de antecipar, de certa forma, os anseios de seus seguidores. Além disso, tais perfis estariam aptos a proporcionar uma boa leitura ou entretenimento condizentes com o que suas audiências esperam obter (BRAGA, 2010). Por conseguinte, a reciprocidade aos *tweets*² publicados, a partir de encaminhamentos, respostas ou menções em outras postagens, denotaria um lugar reconhecido por seus seguidores de que o perfil em questão produz conteúdo relevante (CHA et al., 2010). Por conseguinte, devido a essa reciprocidade, uma posição relativamente autônoma é observada, em relação à especialização em assuntos específicos, tendo em vista que se publica apenas o que é condizente a determinado grupo e ao que ele espera obter em níveis informacionais (CHA et al., 2010). Esse alinhamento, entre o que se espera e o que caracteriza o grupo, pode vir a ser determinado pela reciprocidade gerada a partir do perfil de onde a mensagem foi originada (HUBERMAN, ROMERO e WU, 2009). Ao tratarmos do alcance que as postagens obtêm, poderíamos determinar a profundidade e, conseqüentemente, a mobilização em torno do conteúdo, formalizando uma relação de confiabilidade.

A legitimidade do discurso apropriado - obtenção de credibilidade

Antes de abordarmos as especificidades inerentes às interações no site de rede social Twitter e em que estas se assemelhariam aos processos de produção de notícias na construção da credibilidade jornalística, precisamos delinear

1 No caso do Twitter, a rede de contatos é formada pelos perfis que seguem uma determinada pessoa. Isso justifica-se pelo fato de aqueles recebem as últimas atualizações, passíveis de serem encaminhadas para suas redes de contatos correspondentes, ampliando o alcance da mensagem inicial.

2 Denominação dada as mensagens de até 140 caracteres postadas nas páginas pessoais do Twitter.

as ações que envolvem a produção de um discurso dito verdadeiro. A propriedade do discurso está relacionada à necessidade de poder e ao desejo (FOUCAULT, 2010, p. 10) e em como símbolos, códigos e linguagens podem ser marcados em busca de objetivos e esclarecimentos previamente determinados. Desse modo, esse processo é consolidado na medida em que hierarquiza contextos e posicionamentos assumidos nas representações sociais. Segundo Goffman (2002), os papéis desempenhados nas interações são delineados a partir de interesses específicos e respondem a ações e reações condizentes ao espaço em que tais acontecimentos se desdobram. Em adição ao mencionado, poderíamos dizer que a compreensão dessa comunicação interacional é mais profunda naqueles que atuam diretamente no processo. Ou seja, a delimitação do alcance, a partir da adoção de determinadas simbologias em detrimento de outras, é reforçada por aqueles que desenvolvem as primeiras diretrizes do discurso e, por conseguinte, preparam o ambiente para a equipe que suporta as suas ações (GOFFMAN, 2002, p. 23).

Um discurso é formalizado a partir da interligação das descontinuidades que promovem a sua existência (FOUCAULT, 1987, pp. 61-62). Por isso, podemos falar em um discurso histórico o qual não envolve, necessariamente, uma cronologia linear, mas a dualidade entre o que se afirma e o que se deve negar oportunamente. Ainda, cabe ressaltar o discurso que engloba as especificidades inerentes às coisas que não podem ser categorizadas em disciplinas, mas que, ainda assim, revelam um discurso assumido a partir de padrões comportamentais. A coerência do discurso deve, segundo Foucault (1987, pp. 61-62), ser aplicada às relações sociais e, para tanto, deve denotar uma descontinuidade, na medida em que somos levados a agir de acordo com representações apropriadas para cada ambiente. Segundo Goffman



(2002, p.41), os padrões de representação delineiam comportamentos consentidos previamente pela equipe por darem substancialidade à impressão a ser causada na plateia que contempla o espetáculo.

A questão do discurso é levantada aqui como a conjugação de conhecimentos e interações cujas ressignificações produzem algum sentido para aqueles familiarizados com o discurso. Em vez de restringir os elementos dispersos que, aparentemente, não possuem alguma ligação com o que se ordena, o discurso dialoga com aspectos periféricos como se quisesse legitimar a sua presença para um determinado contexto (FOUCAULT, 1987, p. 38). Abordaremos os princípios do comentário, do autor e da disciplina como delimitadores do discurso, o qual passa a responder a uma ordenação voltada para interesses específicos (FOUCAULT, 2010). Disso, notamos uma questão pertinente ao discurso: embora, para ser inteligível e incorporável à realidade ele necessariamente deve ser considerado em sua descontinuidade, o discurso deve ter um propósito direcionado e renovado constantemente. Dentro dessa observação, podemos denotar essa linearidade como a credibilidade que se busca dar ao discurso.

Como vimos, um dos primeiros pressupostos para a constituição de um discurso é a sua capacidade de reunir símbolos e códigos que denotem a emergência de uma linguagem passível de entendimento e, de certa forma, inteligível em sua descontinuidade. Os referenciais de saber disponibilizados constituem ferramentas para que indivíduos apreendam ou reneguem as informações manifestas. Ainda que a descontinuidade seja um fator considerável, observamos, superficialmente, características particulares a esse conjunto simbólico (BERGER, LUCKMAN, 2004, p. 111). De certa forma, essa linearidade vista em códigos apreendidos por nós demarca as interações sociais, o que permite a sua

identificação; ou seja, o discurso existe e pode ser seguido. A construção social da sociedade, portanto, deriva da constituição de uma linguagem que será repetida enquanto permanecer inteligível para um agrupamento e funcionará como um referencial, preso a tradições históricas, que formalizará uma identidade e pertencimento (BERGER, LUCKMAN, 2004, p. 116).

Nesse momento, poderíamos dizer que o discurso é preenchido por processos interativos inerentes a interditos e a permissões. Os conceitos de senso comum e do bom senso dialogam constantemente com o discurso, denotando sua descontinuidade, tendo em vista que necessitam tanto de princípios subentendidos das relações sociais como da ordenação das leis oficiais (GEERTZ, 2002). A compreensão do discurso se dá por sua capacidade de permanecer vivo e constantemente lembrado por aqueles que o adotaram. O comentário renova a posição do discurso e a possibilidade de enxergar o que ainda pode ser dito e, portanto, apropriado continuamente. A permissividade do acaso, da desordem, é excluída por sempre se referenciar o texto original (FOUCAULT, 2010, p. 25). Isso pode ser observado quando uma pessoa se posiciona favoravelmente a alguma declaração legislativa, em que argumenta, com base no que está escrito, os benefícios implicitamente observados na lei.

Paralelamente, a coerência do discurso pode ser repassada ao autor. Para a nossa abordagem, no que concerne a questão da credibilidade do discurso, esse conceito determina uma identificação com aquele que organizou o discurso, onde se observa uma coerência entre o que se expõe e as suas ações. O autor assume uma posição individual, em que pontua elementos capazes de influenciar grupos (FOUCAULT, 2010, p.26). Ainda que não tenha engendrado o discurso em sua originalidade, o autor agrupa e reordena os fatos, lhes dando sentido; “[...]”



é aquele que dá à inquietante linguagem da ficção suas unidades, seus nós de coerência, sua inserção no real.” (FOUCAULT, 2010, p.28) Se o comentário determina a permanência do discurso, o autor lhe dá inteligibilidade.

Trataremos da questão da disciplina como o elemento capaz de tornar o discurso racional. O conjunto de métodos alinhados a objetos de estudo coloca à prova a aplicabilidade do discurso nas relações sociais (FOUCAULT, 2010, p.30). Ou seja, é uma maneira de se observar como a sobreposição de conceitos e teorias é relevante na construção de uma sociedade e no prosseguimento das relações sociais. Ao contrário do comentário e do autor, a disciplina obedece a critérios amplos e previamente estabelecidos, ainda que a proposta conteste o que é aceito até então. Como é uma forma de discurso que ultrapassa questões territoriais e barreiras idiomáticas, a disciplina conjuga diversas formas de saberes categorizados em elementos comprovados cientificamente. A disciplina dá legitimidade ao discurso por tratar da ciência, do que não pode ser contestado por outra coisa se não por fórmulas e conceitos pré-determinados.

Com base no mencionado, o discurso é composto por descontinuidades, sejam elas históricas ou não, as quais revelam a sua particularidade de agregar diversas propostas em torno de objetivos sociais. O interesse em influenciar ou demarcar a atuação em sociedade promovem as diretrizes que dão relativa linearidade ao que se pretende enunciar. Linearidade esta delimitando a coerência e coesão demandadas pelo discurso. Podemos observar, então, três níveis de construção de credibilidade: através da tomada de um texto já legitimado como referencial; da produção de sentido a partir de diversas fontes de conhecimento; da organização científica do saber. A materialidade do discurso, inerente à sua estrutura, seria ressignificada através da credibilidade.

Dentro dessa abordagem, podemos definir os processos que envolvem a demarcação de um discurso como determinantes de sua existência. Consequentemente, as incorporações são realizadas em três níveis de inteligibilidade e alinhadas com seus objetivos em sociedade. De certa forma, a partir da legitimação de um discurso, do reconhecimento deste como designador de verdades, suas intenções são reafirmadas e confirmadas como sendo paradigmáticas para um dado contexto (FOUCAULT, 2010, p. 37). O que se segue é todo um processo que busca dar legitimidade às vozes verdadeiras, em um processo relativizado através de vozes reverberantes dos inúmeros discursos que existem em uma formação social. É nesse ponto que podemos identificar a atuação das organizações de comunicação e, por legitimarem e atuarem como fontes de informação, demarcam a sua credibilidade.

O discurso jornalístico se propõe, portanto, a organizar diretrizes que delineiem a atuação daqueles que produzem notícias. Ainda, dentro das perspectivas de torná-lo perene, torna-se imprescindível a sua renovação constante, a partir da produção de conteúdo dentro de uma periodicidade. Consequentemente, o discurso da comunicação social, como disciplina, lançaria cientificidade ao campo. Em contrapartida, considerando o ambiente e as representações ordenadas pela equipe jornalística, os perfis considerados influentes adotariam algumas diretrizes condizentes ao discurso jornalístico, com o objetivo de formalizarem credibilidade ao conteúdo que publicam em suas páginas. Em outros casos, referenciando, por meio de links, os veículos já consolidados. Daí que os aspectos temporais de suas postagens, disponibilizadas paralelamente aos conteúdos mais recentes, seriam a forma para legitimar o seu posicionamento; o discurso contemplado em suas



interações no Twitter.

A adoção do discurso jornalístico como referencial para postagens no Twitter

Tendo por base as considerações feitas anteriormente, relativas à construção do discurso, poderíamos assumir que o processo transformador de fatos em notícias se constitui em um discurso tomado por jornalistas. O *newsmaking* é constituído por um conjunto de regras e padrões apreendidos por jornalistas no processo de produção de notícias. Dentre outras coisas, o processo de produção de notícias objetiva-se a delinear o posicionamento das empresas de comunicação perante a apuração de fatos e em todo o processo de decisão que envolve a escolha do que merece ser noticiado ou não (VIZEU, 2007). Dentro do processo do *newsmaking*, observamos a atuação do *gatekeeper*, geralmente editores chefe, responsáveis pela aplicação dos critérios de noticiabilidade inculcados no processo de produção de notícias (WHITE, 1993).

Os critérios de noticiabilidade, dentre os quais observados na teoria do agendamento, legitimaram os meios de comunicação de massa como os organizadores da agenda pública. Esse papel assumido por esses veículos não é recente e está presente em suas origens.

Although everyone talks about the impact of [...] emerging technologies in the new millennium, the enormous social influence of mass communication was already apparent decades before the latest waves of technology spread across the world. [...] In the years since White's cogent observation, social scientists across the world have elaborated the ability of the mass media to influence many aspects of our political, social and cultural agendas.
(McCOMBS, 2004, p.ix)

Por seu alcance e por sua profundidade, em se

tratando de definir a agenda de uma sociedade, os veículos de comunicação assumem uma posição vetorial. Essa posição é organizada em torno da responsabilidade de ordenar as notícias em favor de um discurso que favoreça, por conseguinte, a perenidade de sua função social. Além disso, por estarem em contato com os fatos brutos, os jornalistas, em face da organização a qual pertence, interpretam os acontecimentos tornando-os inteligíveis para as audiências (BREED, 1993, pp. 163-164). A devoção das pessoas, e o consentimento de que as notícias revelam a realidade em que vivem, acaba por legitimar esse papel de reproduzidor de um discurso no qual se deve confiar, dotado de credibilidade.

A teoria do agendamento e a do *gatekeeper* atuam como referenciais para a análise dos processos informacionais adotados no Twitter mais do que o processo de *newsmaking*. As diretrizes que envolvem a produção de notícias denotam critérios aplicados a grupos e designados a organizações, em que um referencial prévio deva existir para que o trabalho se mantenha contínuo (VIZEU, 2007, p.223). Por sua vez, o agendamento abarca os critérios pertinentes aos processos de produção de notícias, em que se busca pautar temas relevantes para a sociedade, organizando os fatos e lhes dando um molde correspondente a uma notícia (McCOMBS, 2004; SILVA, 2007). O *gatekeeper* será o responsável pela organização das notícias no veículo em que trabalha, categorizando-as em níveis de importâncias, das quais as menos interessantes são descartadas (WHITE, 1993, p. 143).

Os critérios de escolha do conteúdo a ser divulgado em uma página pessoal do Twitter poderiam ser alinhados com o processo de ordenação de um *agenda-setting* e da atuação do administrador do perfil como um *gatekeeper*. Considerando apenas os perfis mais populares, com



um número considerável de seguidores, menções e mensagens encaminhadas (*retweets*), levantamos a hipótese de que o seu papel de mediação é bastante similar ao dos veículos de comunicação tradicionais, no que concerne aos critérios de seleção de informações relevantes para o público que acompanha este conteúdo. Como exemplo de perfis populares, segundo esse critério, temos Carlos Cardoso (@Cardoso – 36.642 seguidores); Denise Dambros (@Deeercy – 53.013 seguidores); Bruna Vieira (@depoisdosquinze – 54.640 seguidores); Israel Nobre (@izzynobre – 31.307 seguidores). Os interesses determinantes da criação de uma conta no Twitter são diversos, porém podemos destacar o desejo de se obter destaque como portadores de informações relevantes para sua rede de contatos (HEIL e PISKORSKI, 2009; CHA et al., 2010; RECUERO, 2009).

Conforme mencionado anteriormente, a construção de credibilidade é devida, em grande parte, à coerência do discurso fomentado, entre o que se diz e as ações desencadeadas. Assumindo um posicionamento determinante para a sua comunidade de seguidores, o perfil popular organizaria a sua credibilidade ora fazendo referências a veículos de comunicação ora como “informantes”. Quando o conteúdo postado contém links redirecionadores para sites de veículos de comunicação já consolidados, observamos os “perfis populares” como *gatekeepers*, selecionando o que deve ser informado ou não para sua audiência. Em contrapartida, quando se assume a posição de informante, haveria por trás disso alguns elementos do *agenda-setting*, tendo em vista que ele pauta a opinião de seus seguidores e, conseqüentemente, é capaz de influenciá-los por seus posicionamentos.

A grande questão a ser levantada é a duplicidade que esses perfis assumiriam no Twitter, visto que modelam o conteúdo que produzem de acordo

com sua opinião e esta, por sua vez, também está demarcada pelo agendamento dos veículos tradicionais, quando referencia o conteúdo destes em seus *tweets*. Os juízos de valor que estes perfis denotam, alinhados ao discurso inspirado nos critérios de noticiabilidade jornalística, acabam por denotar credibilidade e, por sua vez, influência sobre os demais usuários.

Assim como os veículos de comunicação tradicionais, a credibilidade seria reforçada através da periodicidade e atualização de suas páginas pessoais. O caráter duplo das postagens expressa o fluxo contínuo da informação em ambientes digitais, e o arquivamento denota tanto a sua linearidade subjetiva quanto a permanência naquele meio. A linha do tempo do Twitter pode ser consultada na própria página do perfil. À medida que descemos a barra de rolagem, os conteúdos mais antigos são disponibilizados e podemos constatar se o administrador do perfil manteve coerência durante as interações que realizou nesse site de rede social. Do mesmo modo que podemos acompanhar o peso dado aos conteúdos pessoais (presentes em *blogs* próprios) e às notícias postadas originárias de canais digitais das empresas de comunicação.

A temporalidade indica por quanto tempo o administrador do perfil tem atuado. Além disso, seria capaz de determinar, de certa forma, profundidade à medida que acumula e arquiva a extensão temporal daquilo que é postado. Conforme mencionado anteriormente, o aspecto histórico possibilita a produção de comentários (*Replies*, *RT's* e menções), o que manteria a relevância da mensagem original. Precisamos, portanto, analisar em profundidade em quanto essas interações podem nos revelar a respeito da interferência da temporalidade na construção da credibilidade de um perfil no Twitter.

Conseqüentemente, se levarmos em conta a interferência dos critérios de noticiabilidade nos



conteúdos produzidos pelas contas cadastradas no Twitter, devemos considerar também os interesses que envolvem a publicação de conteúdo e o posicionamento diante de alguns fatos. Uma das questões a serem analisadas é o interesse em se tornar referência para determinado assunto ou comunidade. Ainda, a intenção de, com o seu comportamento, exercer influência sobre um grupo a partir da seleção criteriosa de links, vídeos, imagens que podem ou não estar na raiz do conteúdo publicado por organizações jornalísticas.

Considerações finais

A teoria do agendamento e a atuação do *gatekeeper* formalizam o papel desempenhado por jornais, revistas, canais de televisão e estações de rádio como referenciais para o que acontece em uma sociedade. Essa atuação, em grande parte, se deve ao discurso assumido e a preocupação em dar sentido a fatos isolados e torná-los ferramentas capazes de legitimar relações sociais ou mudar rumos políticos e econômicos. Embora a centralização não seja considerada, pelo menos quando observamos as interações no Twitter, os critérios de noticiabilidade ultrapassam diferenças entre o que é analógico e digital, tendo em vista que um referencia o outro (BLUMER, 1998, p. 185).

A breve análise apresentada tentou alinhar os objetivos que envolvem a produção de notícias e com base em quais critérios estas são selecionadas, fazendo uma analogia com o comportamento apresentado em interações mediadas pelo Twitter. Considerando os dizeres de BLUMER (1998), de que os meios de comunicação de massa não se anulam, mas se complementam, podemos ter em mente que o desenvolvimento da ideia aqui apresentada precisa contemplar questões pertinentes à teoria do agendamento, assim como ao *gatekeeper*. As razões que pontuam os questionamentos têm por base a

construção de particularidades a partir de critérios dispersos, como Foucault (2010) trata a construção do discurso e como lhe é dada legitimidade. Assim, os modos pelos quais um discurso é proferido no Twitter, em parte por aqueles denominados influentes e sem alguma ligação com a mídia de massa, tangencia critérios que tornaram os meios de comunicação notórios no que diz respeito ao agendamento da opinião pública.

Os critérios submetidos à credibilidade do discurso jornalístico abarcam os processos de produção de notícias, do agendamento e da atuação do *gatekeeper* e, por isso, podemos nos permitir a dizer que seriam, alguns deles, empregados pelos perfis influentes. Cabe ressaltar que tais usos podem ser usados inconscientemente, tomando, por exemplo, os modelos de publicação já definidos pelas empresas de comunicação. Entretanto, isso requer outra análise contempladora dessas questões. O que propomos foi uma sugestão de que tais mecanismos podem ser analisados por meio dos conteúdos postados pelos chamados perfis influentes e que estes, por isso, se tornariam mediadores de sua rede de contatos.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, Peter L, LUCKMAN, Thomas. *A Construção Social da Realidade*. Lisboa: Dinalivro, 2004.

BLUMER, Herbert. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. California: University of California Press, 1998.

BRAGA, Adriana. "Microcelebridades entre meios digitais e massivos" in *Recepção, Usos e Consumo Midiáticos*. Rio de Janeiro: XIX Compós, 2010.

BREED, Warren. O controle social na redação. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega, p. 152-166, 1993.

CHA, Meeyoung, HADDADI, Hamed, BENEVENUTO, Fabrício, GUMMADI, Krishna P. "Measuring User Influence in Twitter: The Million Follower Fallacy" in 4th Int'l AAAI Conference on Weblogs and Social Media. California: Association for the Advancement of Artificial Intelligence, 2010.

FOUCAULT, Michel. *A Arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária, 1987.

_____. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

GEERTZ, Clifford. O senso comum como sistema cultural. In: *O Saber Local: Novos ensaios em antropologia interpretativa*. Petrópolis: Vozes, 2002.

GOFFMAN, Erving. *A Representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2002.

HEIL, Bill, PISKORSKI, Mikolaj Jan. "New Research: Men Follow Men and Nobody Tweets" in Harvard Business Publishing. Boston, 2009. Disponível em: <http://www.iq.harvard.edu/blog/netgov/2009/06/hbs_research_twitter_oligarchy.html>. Acesso em: 21 jan. 2012.

HUBERMAN, Bernardo A., ROMERO, Daniel M., WU, Fang. "Social Networks that Matter: Twitter under the microscope" in *First Monday*, Palo Alto, v. XIV, n. 1, 2009.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MCCOMBS, Maxwell. *Setting the Agenda*. Bodmin: MPG Books, 2004.

RECUERO, Raquel. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (org.). *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, p. 223-236, 2007.

WHITE, David. O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In: ZAGO, Gabriela da Silva. "Boatos que Viram Notícia: Considerações sobre a Circulação de informações entre Sites de Redes Sociais e Mídia Online de Referência" in INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Novo Hamburgo, 2010.

O que postar no Twitter: A construção de discurso a partir dos veículos de comunicação de massa
Vanessa da Silva Figueiredo

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 9 de junho de 2012.





15

O que é bom para elas: cenários de empoderamento numa pornografia feminista

Good for Her: empowerment scenes in feminist pornography

Fernanda Capibaribe Leite ¹

RESUMO Este artigo aborda a idéia de empoderamento para as mulheres a partir dos produtos audiovisuais sobre pornografia feminista contemplados pelo *Feminist Porn Award*. A intenção é analisar em que medida uma iniciativa de estímulo a produções em pornografia voltadas ao deslocamento do olhar falocêntrico para a afirmação do prazer e sexualidade feminina promove rupturas nas lógicas de produção e consumo pornográfico e desencadeia processos de autonomia para as mulheres. Para tal reflexão, é posta em relação a tríade formada: a) pelas narrativas da subjetivação e os processos a elas atrelados; b) pela construção dos discursos das minorias sociais focados nas mulheres e c) pelas análises realizadas em torno dos modos de endereçamento fílmico e os eventos a eles associados.

PALAVRAS-CHAVE Feminismo; Pornografia; Subjetividade; Cultura Midiática

ABSTRACT This article discusses the notion of women's empowerment through the audiovisual products covered by the *Feminist Porn Award*. The intention is to analyze in which sense an initiative that stimulates a pornography production dislocated from the phallogocentric male gaze to the affirmation of female sexuality and pleasure promotes breaks in the pornography production and consumption logics, and triggers autonomy processes to women in a broader perspective. To sustain this discussion, its being related the triad composed by: a) the subjectivity narratives and processes linked to them; b) the discourses construction focused on women as social minorities and c) the analyzes approaching filmic addressing modes and its associated events.

KEYWORDS Feminism; Pornography; Subjectivity; Media Culture

¹ Professora na área de Comunicação e Cultura Visual da Universidade Federal de Alagoas, doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco.



Preliminares

Nas últimas décadas, a partir de questionamentos levantados pelos movimentos feministas, a questão das desigualdades de gênero tem atraído um interesse crescente por parte da sociedade. Esse movimento se dá não apenas no sentido de desvendar os contextos que legitimam a hierarquização das estruturas de poder, mas também visando identificar mecanismos de compreensão e busca de alternativas para o fato. Nessa perspectiva, o termo empoderamento de mulheres passou a ser utilizado, na pós-modernidade, para refletir sobre, produzir narrativas e implementar políticas eficazes direcionadas às mulheres como representantes das minorias sociais. Em linhas gerais, as iniciativas que caminham na construção de processos de empoderamento versam, antes de tudo, sobre as diversas possibilidades de se pensar a conquista da autonomia, individual e coletivamente, para as mulheres.

Notamos, por exemplo, processos desencadeados no sentido de promover e/ou analisar a participação política das mulheres na sociedade, bem como aqueles que se direcionam ao limite das possibilidades de exercício da sexualidade e relações com o corpo feminino. Mas o que, afinal, vem a legitimar o empoderamento? Será que alguns processos são mais determinantes que outros? Será que alguns são mais pertinentes e outros mais duráveis?

Neste contexto, duas observações valem ser ressaltadas: a) o termo empoderamento vem carregando uma polissemia intrínseca às suas possibilidades de significação, devido ao largo espectro de apropriações e b) paradoxalmente, a inclusão do empoderamento na “agenda de gênero” tem se restringido à formulação de políticas, em geral, direcionadas aos governos e instituições internacionais, não adentrando de maneira substancial em processos que permeiam a vivência

cotidiana das mulheres e deixando à margem aqueles que levam a trilhas mais subjacentes e menos óbvias – mas não menos importantes –, de conquista da autonomia (CORNWALL, 2006).

Com base nessas reflexões, este artigo versa sobre a iniciativa *Feminist Porn Award* (FPA), prêmio internacional de produções audiovisuais e multimídia focadas na temática erótica/pornográfica que têm as mulheres como protagonistas, enquanto realizadoras e espectadoras, na medida em que são produtos realizados por mulheres e veiculados para elas com a promessa de um “real” prazer feminino. Volta-se, assim, contra o direcionamento da pornografia feita por e para um universo falocêntrico, com a qual muitas mulheres supostamente não se identificariam ou sentiriam representadas. O FPA partiu da proposta da *sex shop* canadense *Good For Her* e consiste na movimentação de uma cena de produção e consumo pornográfico descentrada das vias do desejo masculino e focada em mulheres e outros grupos minoritários.

O texto veiculado pela instituição organizadora¹ convoca mulheres e comunidades marginalizadas a exercerem seus direitos sexuais e se libertarem do preconceito envolvendo suas identidades em relação à sexualidade. Aludindo ao livre arbítrio das opções sexuais, há uma afirmação da pornografia como legítima quando representando devidamente todas as opções, e um apelo por produções eróticas que se valham de uma “sensibilidade feminista”.

Por essas vias, o *Feminist Porn Awards* foi criado, em 2006, para estimular produções midiáticas de pornografia endereçadas ao público acima descrito, através de três requisitos. Primeiramente, há a exigência de ao menos uma mulher participando da realização do produto. Em segundo lugar, é

1 Tradução nossa de expressões contidas na página de apresentação do FPA. Disponível em: http://www.goodforher.com/feminist_porn_awards.



requisitado que o produto (filme, ou *website*) retrate o “genuíno” prazer feminino. Por fim, o resultado deve visar à ampliação dos limites da representação sexual e desafiar os estereótipos freqüentemente veiculados pelo *mainstream* da pornografia.

Não há dúvida de que a proposta é tão ousada quanto difícil de ser avaliada. Em termos discursivos, porém, podemos supor que esses requisitos por si já estabelecem rasuras na formatação dos produtos midiáticos referentes à pornografia tal como normalmente nos são apresentados. Resta saber em que medida o discurso da ruptura se sustenta através de suas narrativas. Que diferenciais são esses que exaltam o ideal do desejo prometendo uma satisfação “de fato” para mulheres, partindo do princípio de que ela não é “real” quando endereçada ao público masculino? É pertinente, ainda, indagar como esses diferenciais estão expressos nas estruturas narrativas dos produtos eróticos/pornográficos contemplados pelo prêmio. Por fim, cabe refletir sobre em que medida se desenha um cenário de autonomia para as mulheres a partir deste tipo de iniciativa, e se é possível apontarmos desdobramentos para uma transformação numa perspectiva mais ampla. Podemos remeter ao empoderamento de mulheres através de uma pornografia feminista?

Por que importam imagens de pornografia?

A abordagem da pornografia na mídia voltada para as mulheres se vale freqüentemente do tratamento erótico/amoroso para o sexo, no qual se misturam o misterioso e o desvelado, o carnal e o fantasioso, o interdito e o prazer. As imagens envolvendo a temática do sexo que convencionalmente são veiculadas com o endereçamento ao público feminino articulam, portanto, esse universo meio-mostrado, meio-velado, caracterizando um ambiente mais erótico e menos pornográfico do

qual as mulheres seriam fruidoras. No entanto, a mercantilização crescente do sexo tem promovido, paradoxalmente, uma cultura do “mostra-tudo”, na qual “os diversos tons da sexualidade se misturam sempre mais com a diversidade de apelos dos novos suportes midiáticos” (VILLAÇA, 2007).

Linda Williams (2004) propõe uma guinada histórica no que toca a reflexão acerca da pornografia afirmando que, se até a década de 90 o debate feminista envolvendo os perigos trazidos pelas produções pornográficas se dava em termos de legitimar ou não a sua censura, hoje não podemos deixar de incorporar a cultura da pornografia como parte integrante das dinâmicas do mundo globalizado. Aparentemente, todos nós somos consumidores de produtos imagéticos com conteúdo associado ao sexo, visto que seu ato está presente nas narrativas do cotidiano no cinema, em programações de canais de TV e internet. Mesmo que não estejamos confortáveis em lidar com o tema em determinadas circunstâncias, falar sobre sexo tem se tornado algo corriqueiro nas sociedades ocidentais. São bilhões de dólares anuais que movimentam a indústria pornográfica, resultando em cerca de 11 mil produtos audiovisuais por ano, receita muito maior do que a gerada com a produção de filmes hollywoodianos, por exemplo (WILLIAMS, 2004).

“Sem dúvida, a sociedade do espetáculo atual, em seu viés, neoliberal e competitivo, parece tudo querer mostrar, tudo tornar público e isto explica, em parte, a tendência da passagem do segredo erótico à obscenidade pornográfica (...)” (*idem*, p. 02). Mas para quem este mercado está endereçado? Se o mistério do recato é atribuído ao universo feminino, as imagens com apelo sexual cada vez mais explícito se vinculam às vias de desejo ligadas costumeiramente ao universo masculino. Um dos efeitos desse fenômeno para as mulheres é que,



com a sexualidade posta como consumo a partir do olhar e expressão do desejo masculinos, elas tendem a espelhar-se sexualmente nas estrelas de filme pornô (VILLAÇA, 2007), mesmo que o processo de identificação de suas sexualidades próprias com aquelas protagonizadas nas telas pelas referidas atrizes não sejam afins. Isto pode propiciar uma desconexão entre sexualidade vivida, sexualidade desejada e satisfação para as mulheres.

Nízia Villaça escreve sobre a relação da mulher com a pornografia na mídia afirmando que “a mulher o consome (o canal pornográfico) como “preliminar” do ato sexual com o parceiro, preferindo, filmes com “conteúdo”, que tenham história e não apenas genitálias” (VILLAÇA, 2007: p. 04). Enquanto isso, nas produções da grande indústria da pornografia, é comum que o corpo da mulher expresse seu silêncio em relação ao prazer, deixando que a “voz” venha do desejo e gozo masculinos, soberanos no ato sexual, um principio e um fim em si. A serviço disto, a pornografia, nesse contexto, desconsidera uma relação entre pessoas, em suas complexas negociações, sentimentos e emoções, para atrelar-se a um fim no qual os indivíduos são despersonalizados (SONTAG, 1987). Assim, a mulher se vê impelida a um duplo movimento contraditório: por um lado, aderir a um imaginário da pornografia para o masculino, como espelho do desejo da alteridade; por outro, rejeitar a representação do “eu-mulher” nesse tipo de imaginário, como um rótulo que não se encaixa no que ela constrói enquanto referência de sexualidade. Nesse conflito, é comum a rejeição ao sexo explícito nas imagens como algo que não pode conviver com o imaginário da sensibilidade, paixões e dos afetos atribuídos à mulher.

Na contramão dessa acepção e elencando o “genuíno prazer feminino” como proposta, os produtos midiáticos contemplados pelo *Feminist*

Porn Award trazem, por pressuposto, narrativas de satisfação para a mulher pela ampliação dos horizontes da sexualidade para além do androcentrismo heterossexual compartimentado e estigmatizado. Mas quais seriam os diferenciais que permitem ao FPA assumir esse tipo de posicionamento?

Primeiramente, ganham força as narrativas que abordam a pornografia baseando-se em relatos pessoais ou de referência direta às subjetividades específicas. Trata-se de filmes e *websites* auto-referenciados nos quais os “sujeitos das margens” estão como pano-de-fundo. O momento da afirmação sexual é também de posicionamento em relação a identidades outras. Lésbicas, Gays, transsexuais, metrosssexuais, bissexuais, mas também negras/os, latinas/os; indianas/os, que ligam as narrativas de suas sexualidades do diferente para afirmá-las como legítimas juntamente com suas histórias de vida enquanto grupos da margem. Trata-se, portanto, mais do que um discurso de inclusão, de narrativas de ruptura com um formato hegemônico. E esse deslocamento se dá na perspectiva dos afetos e não do distanciamento dos sujeitos, como até determinado momento estávamos acostumados a consumir a pornografia.

O que não se tem salientado sobre os produtos típicos da imaginação pornográfica é o seu *pathos*. Quase toda a pornografia (...) aponta para algo mais amplo que o simples dano sexual. Trata-se da traumática incapacidade da sociedade capitalista moderna de fornecer saídas autênticas ao perene instinto humano para as obsessões visionárias inflamadas, assim como de satisfazer o apetite de modos de concentração e de seriedade exaltados e autotranscendentes. A necessidade dos seres humanos de transcender “o pessoal” não é menos profunda que a de ser uma pessoa, um indivíduo. (SONTAG, 1987: p. 32)



O que as propostas nas produções contempladas no FPA parecem querer ressaltar é justamente esse *pathos*, manifesto através da introdução dos sujeitos à trama. Nesse discurso, para além do ato sexual, estão presentes as disputas de poder e hierarquias que o tema da pornografia evoca intrinsecamente. Os processos de subjetivação que emergem daí só vêm reafirmar a “zona de instabilidade oculta” (BHABHA, 1998) presente nas narrativas sobre pornografia, gerada pela articulação das diferenças e pelas complexas negociações que envolvem as minorias enquanto essas “outras” vozes.

Obviamente, não podemos pensar, com isso, que o mote da narrativa pornográfica está em segundo plano em relação a estes sujeitos auto-referentes, na maioria mulheres. A força motriz das referidas produções continua sendo o ato sexual e toda a cena que clama para o seu desenrolar. Contudo, não há dúvida de que esses processos de subjetivação conferem um diferencial e promovem algum deslocamento dos espaços de poder convencionalmente atribuídos ao sexo representado nas imagens. É, portanto, um discurso de transgressão, na medida em que chega a “lugares”, na trama pornográfica, aonde outros não vão. As diferenças sexuais nessas produções não são homogêneas e sem conflitos aparentes, mas mantêm “sua vontade política de afirmar a especificidade da experiência vivida, corporalmente feminina, rechaçando a diferença sexual descorporificada em um sujeito supostamente pósmoderno e antiessencialista” (D’ÁVILA NETO & BAPTISTA, 2007: p. 06).

Tomemos como exemplo o *website* vencedor do prêmio na categoria em 2010: www.rubysdiary.com. Trata-se de um site erótico-pornográfico nominal, baseado num diário de fantasias de uma mulher de 24 anos que se auto-intitula ninfomaníaca. Até aí, nada que fuja aos padrões esperados para um

conteúdo pornográfico convencional. A diferença está na maneira como esse conteúdo se enuncia, seduzindo o espectador pelo relato pessoal que promete mostrar um “estilo de vida documental” da protagonista². Navegando pelas páginas, é possível observar imagens nas quais ela é retratada como personagem do ato sexual, mas também se coloca como sujeito do enunciado, filmando, fotografando, ou escrevendo sobre as suas experiências. Nesse contexto, “o sujeito não só tem experiências, como pode comunicá-las, construir seu sentido, e ao fazê-lo, afirmar-se como sujeito. A memória e os relatos da memória seriam uma cura da alienação e coisificação” (SARLO, 2007: p. 39).

Ainda, no filme premiado *All About Anna*, dirigido por Jessica Nilsson e em destaque no *website* do FPA, a trama, que contém diversas cenas de sexo explícito, evoca ao universo romântico de uma mulher que busca a satisfação sexual com um parceiro que comungue do seu prazer. Temáticas como o direito de exercer a livre escolha sexual para uma mulher “comum”, o uso da camisinha como algo que faz parte da negociação do sexo e a importância do orgasmo feminino se colocam na narrativa. Com esse desenrolar, além de tornar tênue o limiar entre o pornô e o erótico, o filme convoca as mulheres a verem representados numa trama pornográfica alguns de seus dilemas cotidianos. Articula, assim, no gênero da pornografia, as dualidades “corpo/mente, dominação/minoria, consciente/inconsciente”, inscritas “num quadro de apropriação/desapropriação corporal” (VILLAÇA, 2007: p. 11).

As narrativas erótico-pornográficas que se estabelecem pelo relato em primeira pessoa recontam, assim, como as mulheres negociam, para além do exercício de sua sexualidade, as estratégias de construção de suas subjetividades no cotidiano.

² Tradução nossa de expressões contidas no site.



Enquanto um grupo socialmente minoritário, o relato auto-referenciado da sexualidade para as mulheres, isto é, o ato de contar-se da intimidade para o público, vem carregado de significação não somente pelas palavras, mas pelos usos do corpo, e adquire a conformação narrativa de testemunho mais que verbal; é gestual, corpóreo, visceral.

É nesse sentido que as dinâmicas coletivas, viabilizadas muitas vezes em grupos específicos, estimulam o processo narrativo em contextos comunitários e podem ser consideradas “espaços de transição”, pelos quais as mulheres fazem a passagem do âmbito privado, da vida doméstica familiar, para o universo público. Ao narrar suas histórias de vida no contexto público, seus relatos transformam-se em formas de enfrentamento e posicionamento social. (D’ÁVILA NETO & BAPTISTA, 2007: p. 02)

O testemunho passa a ser, agora, a matéria-prima do espectador, conclamado a fazer algo com o que lhe é mostrado. Está implícita, na iniciativa do FPA, uma convocatória à geração de laços de pertencimento e tomada de posição. Se a temática da pornografia por si chama a polêmica, uma pornografia feminista por definição traz à tona algumas questões que os Estudos Feministas vinham deixando “debaixo do tapete”. Portanto, mais do que apenas narrativas audiovisuais sobre pornografia, esse conjunto de produções rotuladas com o selo do FPA assume o lugar de, como afirma Elizabeth Ellsworth (2001), “posição-de-sujeito”.

A autora parte da premissa de que os modos de endereçamento de um filme (ou de um conjunto deles) levam a um posicionamento refletor dos interesses e do jogo de poder que direciona o prazer visual de uma narrativa. Esse posicionamento, por sua vez, parte de suposições e desejos e deixam, inevitavelmente, “traços intencionais e não-intencionais no próprio filme” (*idem*, p. 16). São esses traços que vão

efetivando as possibilidades de atingir o público a quem os filmes se endereçam, porque não podemos pensar o termo endereçamento como “um momento visual ou falado, mas uma estruturação – que se desenvolve ao longo do tempo – das relações entre o filme e os seus espectadores” (*ibidem*, p. 17). O fato é que, ao assumir essa posição-de-sujeito, “independentemente de quanto ela seja mítica”, o filme dialoga com “potentes fantasias de poder, domínio e controle” (*ibidem*, p. 25).

Mesmo enquanto ato discursivo, o que notamos nas produções desse “novo” pornô auto-intitulado feminista é o corporificar do desejo e prazer femininos, no qual o masculino não é descartado, mas convocado a comungar, em todos os estágios que envolvem o ato sexual, com o tempo requerido e o espaço ocupado pelo corpo da mulher. Trabalha, portanto, a partir da imagem, com a inversão das hierarquias dos sujeitos, tanto dos que são olhados quanto dos que olham. O corpo-desejo da mulher requer, assim, um espaço para expressão de poder, o poder através do prazer, que ao longo da história foi velado às mulheres.

Pensando por essa lógica e atrelando a discussão àquela que envolve os processos de empoderamento para as mulheres, poderíamos inferir que a proposta de uma pornografia feminista estaria configurando uma dinâmica de conquista da autonomia. Cabe questionar, contudo, em que medida a ideia de uma pornografia feminista encaixa nos pressupostos da própria noção do feminismo e, ainda, como essa pornografia imputa descontinuidades nas estruturas de poder socialmente estabelecidas para as representações do sexo.

Uma pornografia feminista é possível?

A pornografia não tem se estabelecido consensualmente para os Estudos Feministas enquanto uma temática representativa em se



tratar da autonomia para as mulheres. De um lado, estão aquelas que defendem o livre arbítrio do corpo: enquanto indivíduo dotado de poder de decisão, a mulher deve escolher a que tipos de intervenções, ou a quais experiências físicas e emocionais quer submeter-se. Nesse sentido, além da afirmação de que o desejo feminino existe e pode ser representado, a pornografia realizada por e endereçada às mulheres seria legítima por uma questão de escolha.

De acordo com Nízia Villaça,

“(...) no contemporâneo, não se tem medo da pornografia e ela é assumida como estandarte por inúmeras pós-feministas que contam em detalhes, sobretudo em “*blogs*”, suas vidas sexuais. É como se a pornografia fosse uma espécie de fachada sem fundo, aparências que deslizam e se afastam do segredo e da transgressão erótica.” (VILLAÇA, 2007: p. 07-08)

Em outra mão, ainda existe o argumento feminista de que a pornografia, tal como se configurou historicamente, materializada em seus mais diversos produtos veiculados nos suportes midiáticos, tem estado majoritariamente a serviço de uma hegemonia masculina, isto é, feita de homens para homens, em suas várias categorias. Sob essa perspectiva, os meios e os fins direcionam-se sempre ao prazer masculino e há a coisificação do *corpus* feminino. Nessa vertente, a maioria do material pornográfico será sempre um atestado de subalternidade das mulheres em relação a homens, mesmo que outras iniciativas desloquem o eixo por caminhos diferentes.

Seguindo na mesma linha, as críticas à pornografia apontam para os desdobramentos que vêm a reboque da sua produção através da movimentação do mercado pornográfico, no que toca exploração sexual, prostituição, tráfico de mulheres e outros

temas problemáticos configurados como assuntos de interesse global, os quais movimentos feministas de diferentes países têm tentado combater. Como exemplo, cito o seminário anual *Stop Porn Culture*, desenvolvido pelo grupo de Feministas Radicais do Weelock Media Institute, Boston, que parte da ideia de que “a indústria pornográfica produz material *hardcore* que é abertamente cruel para as mulheres e mais amplamente aceito do que nunca³.” Por essas lentes, uma “pornografia feminista” é uma expressão que engloba duas vertentes não dialógicas e inconciliáveis.

Para além de um embate entre perspectivas do feminismo, no entanto, vale ressaltar que a crítica à pornografia antecede uma discussão de gênero e se aloja num preconceito mais antigo e recalcado no tecido social. Para Susan Sontag (1987), a produção e consumo da pornografia vêm sendo abordados ao longo da história, equivocadamente, enquanto uma patologia coletiva, que tem raízes na repressão sexual cristã. Na modernidade, associa-se ao fato o “impacto dos drásticos deslocamentos nos modos tradicionais da família e da ordem política, e a mudança anárquica nos papéis sexuais” (*ibidem*, p. 05). A autora nos traz a ideia de que “(...)o “obsceno” é uma noção primal do conhecimento humano, algo muito mais profundo que a repercussão de uma aversão doentia da sociedade ao corpo” (p. 21).

Sob essa ótica, talvez fosse o caso avaliar o quanto há desse peso moral historicamente instituído num posicionamento feminista que se volta veementemente contra qualquer tipo de expressão da pornografia. Esse tipo de abordagem a coloca, inclusive, junto a grandes problemáticas históricas da humanidade, como as drogas, ou as perversões num sentido patológico. Não há dúvida: desses itens, a pornografia não é a mais danosa.

3 Tradução nossa retirada do website <http://stoppornculture.org/>.



Seria possível defender plausivelmente que são razões bastante saudáveis as quais fazem a capacidade total para o êxtase no sexo ser inacessível para a maioria das pessoas – pois a sexualidade parece ser algo, como a energia nuclear, que se pode provar passível de domesticação para, em seguida, revelar o contrário” (SONTAG, 1987: p. 22).

Na atualização do debate, Linda Williams (2004) vai propor que, se a noção de sexo como obscenidade permaneceu moralmente atrelada a esse desejo ambíguo e inerente que precisa alocar o ato sexual para “fora da cena”, ou longe de vista, hoje poderíamos incluir a pornografia ao que a autora vem definir como “(on)scene”⁴. Isso porque, mesmo que ainda seja um tema por demais constrangedor para se falar no fim da idéia de sexo como obscenidade, lidar com a sexualidade deixou de ser, nesse milênio, um assunto privado ou passível de ser tratado apenas “entre quatro paredes”. O sexo, hoje, “aparece insistentemente transitando entre as novas demarcações do público/privado através da internet e dos vídeos amadores”⁵ (*ibidem*, p. 03).

Em relação ao *Feminist Porn Awards*, é possível afirmar que, ao levantar a bandeira do feminismo, a iniciativa assume o desafio de abordar a pornografia a partir de um caminho da articulação entre os polos de tensão que fazem do tema uma espécie de tabu para os Estudos Feministas. Trata-se de um viés que afirma o desejo, a fantasia e a satisfação sexual como direito e sentido de pertencimento para as mulheres, ao mesmo tempo em que desloca a realização desses produtos para fora da

esfera da hegemonia pornográfica, propondo um formato narrativo diferenciado. Este se centra na realização de produtos com teor de personalidade estabelecendo uma ligação patêmica entre o “eu-mulher” e o universo da sexualidade.

A pornografia feminista vem reivindicar um outro lugar que desestabiliza o falocêntrico historicamente instituído pelas produções pornográficas ao longo dos tempos. No entanto, se considerarmos que a afirmação desse “novo” pornô corresponde ao lugar da mulher como *o outro*, então não estaremos de fato angariando espaços de representação para a mulher, mas apenas reafirmando o lugar da universalidade androcêntrica. O que está em jogo, portanto, é a configuração desse “novo” sujeito feminino, que não pode ser constituído simplesmente pela figura do não-homem.

A narrativa da satisfação: uma questão de endereçamento

Para trabalhar em torno da ideia do sujeito feminino que se expressa nas produções midiáticas sobre pornografia, é interessante que possamos adentrar brevemente na discussão sobre endereçamento para a produção fílmica. A lógica de endereçamento dos audiovisuais analisados propõe um formato narrativo que ressalta novas subjetividades como protagonistas da cena da pornografia – as de mulheres e marginalizados –, em oposição a uma supremacia estável do pornográfico como essencialmente masculino. Esse deslocamento da esfera de poder no que toca o prazer sexual certamente promove novas formas de agenciamento do poder de decisão e possibilidades de questionamento em relação ao corpo feminino. Trata-se de uma dinâmica de permanência e inscrição que não pode ser atemporal, mas, ao contrario, se estabelece alocando-se a uma temporalidade da narração, “de uma condição corporal vivida como mediação existencial entre o *soi*

4 Williams (2004) utiliza o termo em inglês “obscene” para trabalhá-lo na perspectiva do “off scene”, isto é, a idéia do obsceno como aquilo que não deve ser mostrado.

5 Tradução nossa.



e o mundo” (D’ÁVILA NETO & BAPTISTA, 2007: p. 04).

De acordo com Elizabeth Ellsworth, “A maneira como vivemos a experiência do modo de endereçamento de um filme depende da distância entre, de um lado, quem o filme pensa que somos e, do outro, quem *nós* pensamos que somos, isto é, depende do quanto o filme “erra” o seu alvo” (ELLSWORTH, 2001: p. 20). Trata-se sempre, portanto, de um processo de negociação entre esses produtos culturais e suas/seus espectadoras/es. Os filmes pornográficos premiados pela FPA são endereçados a mulheres, mas não somente a elas; elencam também em seu público, homens, heterossexuais e gays, além de grupos minoritários numa perspectiva mais abrangente. Aludem ao prazer feminino através de narrativas que romantizam o enredo e guiam a trama pelas temáticas que envolvem a sexualidade das mulheres, mas não se restringem a isso; também narram orgias, cenas de homossexualismo e bissexualismo e fetiches diversos. Isso amplia os níveis de identificação possíveis entre os filmes e o seu público. Podem ocorrer, assim, “de forma simultânea, múltiplos modos de endereçamento” (ELLSWORTH, 2001: p. 23).

O fato de ser endereçado a esse sujeito feminino que afirma a sua sexualidade e atua na perspectiva de trazer à tona o “corpo que fala” não pressupõe que as produções pornográficas feministas rompam com todos os formatos de endereçamento tradicionalmente desenvolvidos no *mainstream* da indústria pornô. Nas dinâmicas de endereçamento dos filmes contemplados pelo FPA, o que está em jogo são, em linhas gerais, as relações entre o indivíduo “mulher” (seu corpo e sua sexualidade) e a sociedade.

No entanto, alguns arquétipos convencionais da narrativa pornográfica estão presentes: a ninfeta; a mulher que trai o marido com outro(s) homem(ns); o jogo de sedução entre mulheres... Isso porque

não há como pensarmos que uma mudança nos modos de endereçamento para determinado gênero fílmico corresponda a uma mudança radical nas suas estruturas narrativas, nem para quem produz e muito menos para quem assiste. Há uma ligação entre a narrativa de determinado gênero fílmico e a experiência do/a espectador/a – isto é, entre forma/conteúdo de uma sequência imagética e a maneira como ela aciona as emoções de quem a contempla –, que fica atrelada àquele tipo específico de produção. Em grande medida, é uma relação que se estabelece entre uma determinada prática social e as formas como ela cria vínculos com seus sujeitos através de uma (ou várias) identidade(s) cultural(is) (ELLSWORTH, 2001). A mudança, portanto, é processual e não raramente permanece reproduzindo alguns cânones, até que novos se estabeleçam como tal.

No filme *Five Stories for Her*, de Erika Lust, diretora premiada pelo FPA, por exemplo, cinco histórias de curta duração narram aventuras sexuais de mulheres em busca de prazer. Os contextos são diversos – um casal; um grupo de homens e mulheres; uma mulher e vários homens; duas mulheres –, mas não há uma ruptura brusca nas estruturas formais de composição dos filmes. Num dos curtas, *jodetecarlos.com*, para aprofundar no exemplo, uma esposa de um jogador se vê revoltada com as suas traições constantes e convoca alguns colegas de seu time para uma orgia enquanto ele está ausente. É certo que a princípio não há algo nessa descrição que não possamos ver, em termos de arranjo dos personagens nas cenas e tessitura da trama, na pornografia convencional.

Ora, podemos indagar, onde está, então, o endereçamento ao público feminino-feminista? Através de quais meandros da narrativa esses filmes convocam e interpelam seu público (se é que o fazem), estabelecendo laços de identificação com



a questão maior à qual se propõem? Talvez o mais notável de imediato nessas produções seja como se compõe o sujeito do enunciado: essas personagens que saem em busca do prazer são mulheres “comuns”, sem corpos perfeitos, implantes de silicone e toneladas de maquiagem. Mulheres nas quais suas espectadoras podem espelhar-se / criar laços identitários mais facilmente.

Contudo, esse não é o fator mais importante. Se na estrutura formal a ruptura não fica evidente, no desenrolar da narrativa ela aparece, através das sequências que levam às preliminares no tempo da mulher, do ato explicitado do colocar e retirar a camisinha, dos jogos de poder que surgem ao longo do ato sexual, do tempo e pausas relativos ao orgasmo feminino; enfim, do sujeito-mulher auto-referenciado e pessoalizado como agente do prazer no conteúdo pornográfico que enuncia. Trata-se de um conjunto de escolhas sutis, mas que promovem um deslocamento nas hierarquias do sexo representado nas imagens.

Abordando o fato de forma mais complexa, podemos afirmar que o que está em jogo aqui é não um modo, mas um evento de endereçamento, que opera no interstício entre a narrativa da pornografia feminista e a utilização que a/o receptor/a faz dela. Os filmes elegíveis ao FPA têm um endereçamento explícito, mas não devemos supor que há uma transferência imediata, que ultrapassa todos os cânones (e tabus) referentes à pornografia universal, fazendo com que o simples deslocar do “a quem se destina” já seja por si um fator de legibilidade para os produtos. Para que essas produções alcancem o público a quem estão endereçadas, “a espectadora deve entrar em uma relação particular com a história e o sistema de imagem dos filmes” (ELLSWORTH, 2001: p. 14). Ainda segundo Ellsworth:

Se você compreender qual é a relação entre o texto de um filme e a experiência do espectador,

por exemplo, você poderá ser capaz de mudar ou influenciar, até mesmo controlar, a resposta do espectador; produzindo um filme de forma particular. Ou você poderá ser capaz de ensinar os espectadores como resistir ou subverter quem um filme pensa que eles são ou quem um filme quer que eles sejam.” (2001: p. 12)

A questão é que a/o espectador/a nunca é somente quem as imagens pensam que ela/e é. O fato dos filmes do FPA serem endereçados às mulheres não significa que todas as mulheres se identifiquem com eles. São muitas as variantes possíveis, a começar pelo fato de que a mulher pode simplesmente não gostar do gênero pornografia nos filmes; ou ela pode não se identificar com a romantização presente na narrativa deste tipo de filme; ou pode, ainda, partilhar determinados tipos de fantasias que não se encaixam no tipo de narrativa proposto com essa pornografia. Falar de um determinado público ao qual um determinado filme ou conjunto deles é endereçado não pressupõe que possamos partir, portanto, do princípio de que haverá necessariamente pontos de convergência entre todos os indivíduos representantes desse público, ou seja, não existe um processo de identificação que seja único.

“A esperança revolucionária era de que diferentes modos de endereçamento nos filmes pudessem mudar os tipos de posições-de-sujeito que estão disponíveis e que são valorizados na sociedade” (ELLSWORTH, 2001: p. 28). O problema é que, a partir do momento em que nosso olhar acostuma-se com uma determinada posição, a mudança não ocorre de forma simples, porque os modos de endereçamento são construídos também numa perspectiva temporal e nesse sentido uma mudança social não corresponde a algo tão fácil quanto pode parecer à primeira vista. “O prazer e a fantasia podem ser políticos, mas isso não é tudo o



que eles são" (*ibidem*, p.29).

Nesse sentido, podemos postular que o FPA propicia processos de empoderamento para as mulheres na medida de êxito do seu evento de endereçamento. Uma pornografia feminista, assim, se afirma enquanto capacidade de tomar decisões no quesito "sexualidade" para as mulheres quando, não somente chega até o público a quem se endereça, mas também interpela e incita a um posicionamento que vá além dos aspectos endógenos às suas narrativas. Vale ressaltar que só podemos considerar o empoderamento enquanto um *processo*, dentro de uma dinâmica de permanências, transformações e mesmo retrocessos em relação a uma configuração pré-existente. Dessa forma, o fato de haver se criado um evento de endereçamento relativo a filmes de uma pornografia feminista já pode representar em si uma rasura nos modos de produção midiática sobre pornografia, talvez a ponta do *iceberg*, que tem em potência a possibilidade de desencadear mudanças mais significativas.

Algumas reflexões post-acto

Quando tratamos do empoderamento na perspectiva de autonomia para as mulheres, estamos fazendo referência à necessidade de lidar com a articulação das diferenças e o mapeamento das esferas de poder no que toca as questões de gênero, em suas possibilidades de mobilidade e desestabilização. A ideia do empoderamento é antes de tudo um discurso da representação (BHABHA, 1998), que se manifesta num processo através do qual, aqueles/as a quem era negada a capacidade de fazer escolhas estratégicas envolvendo sua/s vida/s, adquirem tal capacidade (KABEER, 1999).

Retornando a algumas questões debatidas nesse artigo, cabe destacar, portanto, que o discurso de uma pornografia feminista direcionada ao prazer e ao exercício da sexualidade como um fator que

põe curso processos de empoderamento para as mulheres só pode se fundamentar a partir da articulação das três observações que seguem:

a) A pornografia constitui um fenômeno significativo em nossas sociedades e engloba, na contemporaneidade, um largo espectro de consumidores/espectadores. Nesse sentido, é legítimo pensar numa produção pornográfica feminista como um *lócus* de representação das disputas por afirmação de poder e construção das identidades sexuais de grupos fora do patamar das hegemonias, tal como o são as mulheres e as comunidades marginalizadas a quem se remete o FPA. Desconsiderar as mulheres como sujeitos da enunciação pornográfica significa assumir que o culto ao prazer é privilégio masculino, fechando os olhos para a influência que o seu conteúdo exerce em nosso cotidiano.

b) A mulher enquanto esse "novo" sujeito, que inverte o jogo de forças presente nas narrativas sobre pornografia, promove diferenciais em seus enunciados na medida em que exalta os processos patêmicos de construção da ação dramática, enlaçando narrativa e paixão, isto é, interpelando pela afetividade. Isto porque o sujeito patemizado, ou seja, aquele cuja passionalidade é convocada na ação narrativa, passa a existir quando se identifica e estabelece laços de pertencimento com o sujeito narrado. Nesse contexto, a singularização desse tipo de narrativa acontece através dos afetos convocados a aflorarem por processos de identificação. Assim, de fato, a representação da mulher como sujeito de um imaginário sobre pornografia pode associar-se à mulher como experiência, ou seja, enquanto agente de mudança.

c) O evento de endereçamento das produções de uma pornografia feminista é tão mais eficaz quanto mais incita à tomada de posicionamento. Contudo, não há como pensar que o deslocamento dos modos



de endereçamento da pornografia convencional para uma pornografia feminista pressupõe um abandono de formatos narrativos já consolidados. Aumentar essa possibilidade (caso fosse viável) significaria recair no risco de alienação por esvaziamento da narrativa. Não podemos, ainda, pensar nas categorizações dos sujeitos a quem os filmes são endereçados simplesmente como isto ou aquilo. É comum que o discurso recaia num dualismo que restringe as formas de interpretação sobre os eventos de endereçamento, mas essas tendências são, mais do que simplistas, não realizáveis, e mesmo não desejáveis. O espectro de negociações e contradições presentes é muito mais complexo do que isso.

A mulher se figura de diferentes maneiras, através de muitos fatores de auto-identificação e representação. Importam, nessa figuração, os lugares de fala e as estratégias de corporificação, além das estruturas sócio-culturais que são demarcadas (ou não) na representação, como classe, preferência sexual, etnia etc. Assim, os diferentes processos de figuração do corpo da mulher feminista inevitavelmente implicam em tensões a partir das variantes através das quais ela se expressa. “O corpo, do mesmo modo que a linguagem, também é um lugar de expressão do poder” (D’ÁVILA NETO & BAPTISTA, 2007: p. 08). Em relação aos produtos aqui estudados, para além do ato de ver que se direciona à fantasia e prazer das mulheres, está sendo proposto que se construa um ato de ver criticamente a pornografia convencional. Trata-se de “(...) um ato de ver que resiste, de forma ativa, a se tornar cúmplice nos filmes convencionais na produção de significados que simplesmente reinscrevem a objetificação dos corpos e das vidas da mulheres, a “normalidade” heterossexista, a exploração econômica e os estereótipos racistas, por exemplo” (ELLSWORTH, 2001: p. 36).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BHABHA, Homi. *O Local da Cultura*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998

CORNWALL, Andrea. *Pathways of Women’s Empowerment-RPC*. Disponível em: <http://www.pathways-of-empowerment.org/hub_lamerica.html>. Acesso em: 17 set 2010.

D’ÁVILA NETO, M. I. e BAPTISTA, C. M. de A. *Páthos e o sujeito feminino: considerações sobre o processo de construção narrativa identitária de mulheres de grupos culturalmente minoritários*. In: *Pesquisas e Práticas Psicossociais*, São João del-Rei: 2(1), Mar-Ago, 2007.

ELLSWORTH, Elizabeth. *Modo de Endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também*. In: DA SILVA, Thomaz T. (org). *Nunca Fomos Humanos: nos rastros do sujeito*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. PP. 9-76.

KABEER, Naila. *Resources, Agency, Achievements: Reflections on the measurement of women’s empowerment*. In: *Development and Change*. Vol. 30, no. 3, 1999, pp.435-464.

SARLO, Beatriz. *Tempo Passado: cultura da memória e guinada subjetiva*. São Paulo: CIA das Letras; Belo Horizonte: UFMG, 2007.

SONTAG, Susan. *A imaginação pornográfica*. In: *A vontade radical*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

VILLAÇA, Nízia. *Erotismo é isto, pornografia é aquilo?* In: *Revista Z Cultural*. Ano III, n. 01. Rio de Janeiro: PACC / UFRJ, dez-mar 2007. Disponível em: <http://www.pacc.ufrj.br/z/ano3/01/artigo06.htm>. Acesso em: 05 fev 2011.

WILLIAMS, Linda (org). *Porn Studies*. Durham e Londres: Duke University Press, 2004.

O que é bom para elas: Cenários de empoderamento numa pornografia feminista
Fernanda Caparibe Leite

Data do Envio: 20 de fevereiro de 2012.
Data do aceite: 30 de abril de 2012.





16

A ascensão do amador: *Pacific* entre o naufrágio da intimidade e os novos regimes de visibilidade

The uprising of the amateur: Pacific between intimacy's drownage and the new visibility regimes

Ilana Feldman ¹

RESUMO No contexto do capitalismo contemporâneo, flexível e biopolítico, estamos vivenciando importantes transformações na maneira pela qual os indivíduos configuram e vivenciam suas experiências subjetivas, as quais deixaram de se ancorar em uma interioridade psicológica moderna para se ancorarem, epidermicamente, na exterioridade dos corpos e das imagens. Nesse panorama em que a intimidade, em deslocamento ou declínio, torna-se uma questão de publicidade, proliferam de maneira crescente práticas amadoras e performativas em um contexto de novos regimes de visibilidade, como é o caso da proliferação de imagens amadoras e filmes domésticos – materiais supostamente menos mediados ou não mediados – que serão deslocados e retrabalhados pelo cinema como materiais de arquivo. Em *Pacific* (Marcelo Pedroso, 2009), filme privilegiado para análise, ordens diversas de amadorismo, mediação, deslocamento, performance e arquivo emergirão, em meio à indeterminação entre os âmbitos público e privado.

PALAVRAS-CHAVE Imagens amadoras; Intimidade; Regime performativo.

ABSTRACT In contemporary flexible and biopolitical capitalist culture, important transformations are taking place in the way individuals shape subjective experiences, not anchored anymore in Modern psychological interiority but in the epidermal exteriority of bodies and images. In this panorama in which intimacy, either displaced or in decline, becomes a matter of publicity, amateur and performative practices proliferate increasingly in a context of new visibility regimes. This is the case of the multiplying presence of amateur images and home movies – supposedly images with no mediation – that are taken from their original context and reworked in cinematic works as archival materials. In *Pacific* (Marcelo Pedroso, 2009), film chosen for analysis, different forms of amateurism, mediation, displacement, performance and archival issues will emerge within the indetermination between the public and the private spheres.

KEYWORDS Amateur images; Intimacy; Performative regime.

¹ Ilana Feldman é pesquisadora, crítica e realizadora. Formada em Cinema pela Universidade Federal Fluminense, mestre em Comunicação pela mesma universidade, doutora no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (ECA-USP), onde pesquisa o documentário brasileiro contemporâneo, a partir de questões concernentes ao ensaísmo, à política e aos modos de produção da subjetividade. Em 2011, realizou um Estágio de Doutorado (bolsa PDEE, Capes) no Departamento de Filosofia da Universidade Paris 8.



*Falar com as palavras dos outros.
É isso que eu gostaria.
Deve ser isso a liberdade.*

Alexandre, em *La maman et la putain*
(Jean Eustache, França, 1973)

Imagens amadoras, domésticas, precárias. Imagens emergenciais, instáveis, fugidias. O que está em jogo quando as empresas de comunicação, os telejornais, os shows de realidade e variedades na televisão, o cinema, a arte contemporânea e a publicidade disputam essas *mesmas imagens*? O que se aproxima como sintoma, como uma roteirizada ordem do dia, e o que se distancia pelos gestos, conscientes e reflexivos, de apropriação e deslocamento dessas imagens, de configuração de novos trabalhos de mediação, novos modos de subjetivação e novas práticas de manipulação das imagens de arquivo?

Se na cotidiana apropriação das imagens amadoras pela mídia (e pela publicidade irrestrita¹) ou mesmo na simulação delas pelos variados gêneros e modos do cinema (dos filmes-catástrofe de Hollywood a projetos independentes e artisticamente

legitimados²) está em jogo uma tentativa de apagamento da distância e das mediações, para que essas imagens possam operar como *dados brutos* e *autênticos* do real – e assim legitimar as empresas que delas se apropriam ou os projetos estéticos a que elas se filiam –, é notável como em alguns documentários brasileiros contemporâneos percebemos estratégias de vetores opostos, que dialogam com o sintoma ao mesmo tempo em que dele se afastam.

Para esses filmes, caso de *Pacific* (Marcelo Pedroso, 2009), aqui privilegiado, e tantos outros aos quais, por perspectivas ou aspectos diversos, poderíamos articular – como *Avenida Brasília Formosa* (Gabriel Mascaro, 2010), *Um dia na vida* (Eduardo Coutinho, 2010), o nem tão recente *Rua de mão dupla* (Cao Guimarães, 2004) e mesmo a ficção *Viajo porque preciso, volto porque te amo* (Marcelo Gomes e Karim Ainouz, 2009), para nos atermos ao cinema brasileiro – trata-se de, por meio de sutis deslocamentos operados pela montagem, repor certa *distância*, problematizar a *mediação*, desfazer a pregnância da *ilusão referencial* e esvaziar o *apelo realista* (FELDMAN, 2008) que emana dessas imagens, no caso de *Pacific* aparentemente tão imediatas ou tão pouco mediadas. Trata-se, enfim, de uma operação que desloca o índice para o

1 Em sua primeira campanha publicitária de 2012, o banco Itaú – que há tempos vem investindo em estratégias publicitárias colaborativas – se apropriou de um vídeo amador extremamente popular no Youtube (no qual um bebê gargalha quando seu pai corta pedaços de papel), para, a partir dele, fazer uma campanha contra o desperdício de papel e em favor dos extratos bancários on-line. Ao contrário do que ocorre com as empresas de comunicação e os cinegrafistas/internautas amadores que oferecem conteúdo colaborativo sem nenhuma remuneração em troca, ou em troca da visibilidade de suas imagens, neste caso o pai do bebê fora remunerado. Ver <http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/noticias/2012/01/09/Itauleva-para-TV-bebe-hit-daweb.html>

2 Não por acaso, a estética própria ao filme de *Super 8*, vinculada ao apelo indicial dos filmes de família e amadores, às produções experimentais ou undergrounds e aos códigos estéticos da memória, nunca dantes estivera tão em voga, tanto em filmes prestigiados e legitimados artisticamente quanto em grandes produções de Hollywood, caso do filme *Super 8* (J. J. Abrams, EUA, 2011), produzido por Steven Spielberg. Antes, porém, de *Super 8*, o tradicional gênero do cinema-catástrofe (exemplo maior do investimento dos grandes estúdios em efeitos especiais e simulações de mundos) já havia encontrado os efeitos de real das imagens amadoras em um filme como *Cloverfield* (Matt Reeves, EUA, 2008), produzido por J. J. Abrams (não por acaso o diretor de *Super 8*) e integralmente narrado a partir do trêmulo ponto de vista de um de seus personagens. Ao promover uma fusão entre os efeitos especiais e os efeitos de real, *Cloverfield* é o exemplo supremo daquele cenário tão bem identificado por Jean-Louis Comolli: “No auge do triunfo do espetáculo espera-se um espetáculo que não mais simule” (COMOLLI, 2001, p. 128).



performativo, ao mesmo tempo em que torna indistinguível o trabalho de invenção de si e o trabalho de criação das imagens, as performances e as *mise en scènes*, a produção de valor e os fluxos do capital.

Para esses filmes, pautados por um permanente corpo a corpo entre os sujeitos e os dispositivos, a relação entre poder, ver e saber implicada nas posturas do enunciador (muitas vezes recolhido diante do que enuncia) e na posição do espectador (muitas vezes em dúvida diante do que vê) torna-se objeto de permanente questionamento, suspeita e desconcerto. Não se trata mais, entretanto, da reposição da distância que pautara certas agressivas estratégias anti-ilusionistas do cinema moderno, mas da consciência da distância e da separação como condição mesma de toda e qualquer relação, seja no âmbito do cinema, da vida ou do pensamento. Como dissera um dia Serge Daney: “E o cinema, vejo muito bem porque o adotei: para que ele me adotasse de volta. Para que ele me ensinasse a perceber, incansavelmente pelo olhar, a que distância de mim começa o outro” (DANEY, 1996).

Em *Pacific*, o modo epidérmico como nos aproximamos, por meio do filme, desse outro, dessa alteridade radical que nos é desconcertantemente tão próxima, estranha e familiar, pessoal e comum, explicita uma contiguidade entre as formas do filme e as formas do mundo, entre o performado e o vivido. Nesse gesto de pilhagem – consentida – das imagens amadoras, domésticas e tremulantes dos outros, os passageiros do cruzeiro Pacific que empresta seu nome ao filme, o realizador Marcelo Pedroso, espécie de cineasta-pirata dos novos tempos (pirataria sustentada pelo consentimento legal e voluntarismo pessoal de seus personagens), cria uma linha tênue entre proximidade e distância, possivelmente se afastando do que enuncia para melhor se fundir, ou para se confundir. Fusão,

confusão e indeterminação – entre enunciados e enunciação, pessoa e personagem, intimidade e visibilidade, público e privado, vida e cena – que deixa a todos nós, espectadores, em um lugar tão instável como a ardilosa superfície do mar.

Navio-auditório e classe média espontânea

Na primeira sequência de *Pacific*, somos instalados em um mar ensolarado, trepidante e profundamente azul ao longo de uma cadeia de montanhas. Ouvimos algumas vozes, mas não sabemos ainda do que se trata, quando a câmera treme, perde o foco e, em meio a gritos de entusiasmo, se perde no profundo azul até que surjam alguns golfinhos bem próximos ao que parece ser um barco. A mesma voz masculina que já havia sido notada antes então grita, exultante, “Agora valeu!”, “Agora sim!”, “Eu já ia pedir meu dinheiro de volta!”, enquanto uma voz feminina declara que esperou 50 anos para ver essa cena e alguém mais fala em “espetáculo”. Em meio ao entusiasmo geral com os saltitantes bichinhos, a tela escurece e uma voz de criança pergunta a seu pai, “Filmou?”, ao que ele responde, “Filmei, lógico!”.

A partir daí, o filme revela com palavras inscritas sobre uma superfície preta o seu dispositivo: em dezembro de 2008, uma equipe de pesquisa participou de viagens a bordo do cruzeiro Pacific e, após identificar passageiros que estavam filmando a viagem e se filmando, sem estabelecer qualquer tipo de contato com eles, convidou-os a ceder suas imagens para um documentário. Após essa cartela explicativa, intervenção única que não voltará mais a aparecer, somos lançados a um plano extremamente próximo e não muito compreensível, quando, pouco a pouco, vamos percebendo que se trata de alguém que, ao tentar filmar uma mulher (sua esposa, mãe, tia ou avó), acaba por filmar, desajeitadamente e em superclose, a pele dela.



Ao organizar narrativa e *epidermicamente* imagens domésticas captadas por passageiros do cruzeiro Pacific, cujo trajeto, de Recife à ilha de Fernando de Noronha, promete realizar os sonhos de excitação permanente de uma classe média à vontade, *espontânea* e emergente, o diretor Marcelo Pedroso realiza um filme tão desconcertante quanto urgente. Por meio de sutis deslocamentos de sentido operados pela montagem, *Pacific* problematiza ordens diversas de deslocamento, enunciação recolhida, distância crítica, engajamento afetivo, construção de si e um tipo particular de *arquivo vivo*. Esse navio-auditório, reserva de lazer e imaginação (BRASIL, 2010), mas também espaço de permanente trabalho e (auto)produção, pode ser percebido não apenas como um navio, mas como um *dispositivo* ou laboratório onde se *performam* as formas de vida hegemônicas no contexto dos novos regimes de subjetividade e visibilidade de nosso capitalismo tardio, flexível e biopolítico³.

Performando-se para as suas próprias câmeras, construindo-se para as suas próprias imagens, os passageiros de Pacific, como quaisquer turistas, colecionam e acumulam experiências, sensações e imagens-síntese de um lazer adquirido a suadas prestações do cartão de crédito – e que, portanto, precisa ser maximizado. “Que nossos queridos passageiros tenham todos mais um excelente espetáculo!”, diz, para a plateia de passageiros com filmadoras em punho, o apresentador do navio-auditório, onde não pode haver tempo morto nem

3 Grosso modo, o conceito de biopolítica, postulado por Michel Foucault em 1976 (1997), pode ser compreendido como os modos pelos quais as políticas públicas, os dispositivos sócio-técnicos e, hoje, a dinâmica neoliberal do capitalismo avançado se voltam aos processos vitais, moleculares e sociais da existência humana. Se as outrora estatais biopolíticas nascem como uma modalidade de poder sobre a vida e de governo da vida, hoje, privatizadas e hiperindividualizadas, as biopolíticas se disseminam como técnicas de autogestão, pautadas por valores empresariais de custo-benefício e por demandas de otimização da performance.

pausa, observação distanciada nem contemplação passiva. No ócio produtivo do navio-auditório que o filme *Pacific* nos apresenta, é preciso ser permanentemente interativo, participativo e colaborativo. Pois a vida aqui, seja encenada para si, encenada para o outro ou encenada para nós – ainda que à força do deslocamento dessas imagens, que deixam de habitar o âmbito da privacidade para tornarem-se publicidade – é, em realidade, produto de um inesgotável trabalho.

Como nos lembra André Gorz, em *O imaterial – conhecimento, valor e capital* (2005), no contexto de um capitalismo pós-industrial e biopolítico cujo núcleo da produção econômica é a própria vida, a criatividade, o imaginário, a comunicação e as imagens, o trabalhador não se apresenta mais apenas como possuidor de uma força de trabalho, *mas como um produto que continua, ele mesmo, a se produzir*. Assim, se o lugar da vida ordinária que sempre interessou ao documentário vem sendo permanentemente reconfigurado por uma nova economia e partilha do sensível (RANCIÈRE, 2005), tal diagnóstico não é exatamente recente. Como nos lembra Cezar Migliorin, em seu artigo *A política no documentário*, nos idos de 1970, Félix Guattari já havia identificado: “(...) agora, cada vez mais, no seio mesmo da evolução das forças produtivas, está colocado o problema das singularidades, da imaginação, da invenção. Cada vez mais o que será demandado aos indivíduos na produção é que eles sejam eles mesmos” (GUATTARI *apud* MIGLIORIN, 2009, p. 260).

Valeu!

Caracterizado como um flutuante não lugar de excepcionalidade ou exceção (afinal, as férias seriam a interrupção de uma rotina de trabalho), Pacific, o navio-laboratório, assim como *Pacific*, o filme, acionam a *indeterminação*, tão cara à nossa



época, entre privacidade e publicidade (em seu duplo sentido), lazer e trabalho, intimidade e visibilidade, vida e performance. A performance, esse conceito polissêmico, movediço e cujo *inacabamento* tanto nos interessa, seria aqui compreendida como elemento operatório das dinâmicas subjetivas e capitalistas em jogo em uma sociedade *flexível*, no âmbito de um capitalismo pós-industrial ou avançado de consumo, atuando, portanto, em uma zona de indistinção entre vida, experiência estética e capital – e dificilmente diferindo a produção de si dos fluxos capitalistas.

Não é por acaso então que a sequência inicial de *Pacific*, antes mesmo de o filme se instalar no navio, tenha privilegiado a reação de alguns dos personagens às imagens por eles produzidas: “Agora valeu!”, “Agora sim!”, “Eu já ia pedir meu dinheiro de volta!”. O gesto de filmar e de filmar-se não se inscreve apenas como mero registro, para documentação e construção da memória, ainda que esse aspecto mnemônico do filmar para arquivar, partilhar ou, cada vez mais, deletar, seja inegável. Antes, para os passageiros-personagens do cruzeiro *Pacific*, filmar é também comprovar a publicidade que lhes fora feita, validar o capital investido, assim como validar as próprias imagens por eles produzidas. Nesse sentido, não são poucos os momentos em que a imagem é empregada para asseverar e legitimar o dinheiro gasto. E, talvez, o mais emblemático deles seja quando um cardápio, cujas bebidas, *drinks* e pratos são destituídos de preço, é enquadrado pela câmera: imagem-síntese daquela situação de exceção em que, na restrição do espaço confinado do navio, todo o excesso é liberado, estimulado e administrado.

Mas, em geral, se as imagens produzidas e o dinheiro investido constituem uma mediação incontornável para os passageiros do navio e personagens do filme (e aqui não há como não

se lembrar da definição de Guy Debord acerca do “espetáculo”⁴), observa-se também uma exigência da imagem em sua dimensão *narrativa, sensível, estética*. Uma exigência da imagem em sua possibilidade de produzir, intensificar e prolongar a experiência, ou seja, em sua dimensão *performativa*. Se a imagem tem de valer como prova, validação do próprio consumo, ela também tem de valer como evidência da fabulação, em um momento em que os *amadores* (no duplo sentido da não profissionalização e da explicitação dos afetos) dominam cada vez mais os códigos e as sintaxes audiovisuais. Lembremos das performances e das encenações deliberadas para a câmera: um casal de meia idade se filma romanticamente ao piano, ele encena tocar e cantar em inglês, acompanhando a trilha sonora romântica imposta pelo navio; ela apoia a câmera sobre o piano e, entrando em quadro, se junta a ele, beijando sua testa. Já outro casal, mais jovem, na proa do *Pacific*, encena parodicamente, abrindo os braços e cantando aos berros, o momento-clímax de *Titanic*.

Em *Pacific*, não existe, portanto, experiência que não passe pela mediação com a imagem, ao mesmo tempo em que essa mediação – por meio das imagens amadoras, tremidas, desfocadas, precárias, mas extremamente conscientes – promete, paradoxo dos paradoxos, um suposto acesso a uma experiência supostamente não mediada. Como diria Jean-Luis Comolli, pensando das grandes produções hollywoodianas aos *games*, dos *reality shows* ao telejornalismo, do documentário às experiências da arte contemporânea: “No auge do triunfo do espetáculo, espera-se um espetáculo que não mais simule” (COMOLLI, 2001, p. 128).

A mediação coloca assim um problema: se por um lado só existe mediação na distância, no não

4 Segundo Debord: “O espetáculo é o capital elevado a um tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 2000, p. 20).



imediatismo, por outro, existiria internamente em *Pacific* uma abolição da distância e do *antecampo*, o espaço da câmera (AUMONT, 2004, p. 41), pela permanente *inclusão* daquele que filma própria a um *regime performativo* da imagem. E, no âmbito desse regime performativo, o qual se dá em meio a uma intensa reconfiguração e indeterminação daquilo que modernamente entendíamos como os âmbitos público e privado, a “imagem – e o conjunto das mediações que a constitui – se torna o lugar prioritário onde se performam formas de vida”, como sintetiza André Brasil em seu artigo *Formas de vida na imagem: da indeterminação à inconstância* (BRASIL, 2010, p. 196). Como veremos à diante, esse problema da mediação será, no caso de *Pacific*, contornado pela montagem.

Naufração da intimidade

Se o capitalismo industrial fora marcado pelo *declínio do homem público* e pelas *tirantias da intimidade*, como defende o sociólogo inglês Richard Sennet (2002), hoje, no contexto de um capitalismo financeiro, flexível, pós-industrial (para alguns) e biopolítico (para todos), estaríamos vivenciando importantes transformações na maneira pela qual os indivíduos configuram e vivenciam suas experiências subjetivas, as quais deixaram de se ancorar em uma *interioridade* psicológica moderna e burguesa (um tipo de caráter *introduzido*, elaborado no silêncio e na solidão dos espaços privados) para se ancorarem na *exterioridade* dos corpos e das imagens (um tipo de caráter *alterado*), como enfatiza Paula Sibilia em *O show do eu – intimidade como espetáculo* (2008).

Nesse panorama em que, como já demonstrara Michel Foucault em sua genealogia do sujeito moderno, a subjetividade é inseparável dos dispositivos de visibilidade, em que as máquinas de ver produzem modos de ser – e de aparecer –, proliferam de maneira crescente novas práticas

amadoras, autobiográficas, confessionais, interativas e performativas em um momento histórico no qual a intimidade (tal como a entendíamos) parece estar em deslocamento ou declínio – e, no caso de *Pacific*, certamente em naufrágio. Sequiosos de *publicidade* e operando na *indeterminação* entre público e privado, ficção e documentário, pessoa e personagem, autenticidade e encenação, lazer e trabalho, vida e performance, uma série de dispositivos comunicacionais e audiovisuais contemporâneos, das redes sociais aos *reality shows*, do cinema à arte contemporânea, trabalham na chave não da *invasão de privacidade*, mas de sua *evasão*.

Entretanto, em tal contexto, a intimidade não existiria como uma instância previamente dada, mas como *efeito* de uma série de operações de linguagem. Como nos alerta Fernanda Bruno, no artigo *Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e comunicação* (2004), não se trata então da exteriorização de uma interioridade constituída, por natureza recôndita, que passa a se expor, mas principalmente de uma subjetividade que se constitui prioritariamente na própria exterioridade, no ato mesmo de se projetar e de se fazer visível a outrem. Tal é o caso da proliferação de imagens amadoras, filmes de família, diários audiovisuais e de pessoas, como os passageiros do cruzeiro *Pacific*, que cedem voluntariamente suas imagens, supostamente pessoais, para serem exibidas em um filme. O que fica claro, como bem ressalta Jean-Claude Bernardet em seu blog na internet, que as imagens dos passageiros de *Pacific* não fizeram a passagem do âmbito privado ao público, pois elas já foram construídas como exterioridade, conscientes do olhar alheio e do fazer-se visível. O que o gesto do cineasta faz, ao deslocar essas imagens de seus empregos originais, organizando-as narrativamente



e transformando-as em uma experiência cinematográfica, é, portanto, intensificar essa dimensão de exterioridade que as imagens já portavam em si mesmas.

Se, ao contrário da crença corrente em uma *exposição da intimidade*, as atuais formas da subjetividade se criam como exterioridade, se constituem no ato mesmo de sua publicização, se formam “enquanto se performam na imagem” (BRASIL, 2010), é porque, não por acaso, elas compartilham com a imagem em geral e com o cinema em particular a lógica da superfície e da exteriorização. O cinema, desde seus primórdios, vem assim materializar e contribuir para intensificar o diagnóstico foucaultiano de que a subjetividade moderna é inseparável dos dispositivos de visibilidade. O que nos leva a concluir que, se as subjetividades, assim como as imagens, se constituem como exterioridade, é porque a lógica do cinema, em princípio restrita à sala escura, migrou e se disseminou por todas as esferas da vida social. Afinal, fazendo ecoar o pensamento – e as grandes frases – de Jean Louis Comolli: “A *mise en scène* é um fato social. Talvez o fato social principal” (COMOLLI, 2008, p. 98).

Distanciando-se do *Homo psychologicus* moderno, que organiza sua experiência em torno do eixo de uma interioridade hipertrofiada e dos domínios profundos e recônditos da subjetividade, os dispositivos de poder contemporâneos estimulam antes sua *experimentação epidérmica* (SIBILIA, 2008, p. 110). Assim, no lugar da expressão de espontâneos momentos de intimidade em família ou entre amigos, a apropriação e reescritura, pelo cinema, das imagens amadoras e dos filmes domésticos – construídos (talvez desde sempre) como exterioridade, com a consciência do olhar alheio –, traz à tona não a publicização do *íntimo*, mas produção do *êxtimo*: aquilo que, segundo a

psicanálise, sendo tão próprio aos sujeitos, só poderia apresentar-se fora deles, no âmbito da cultura, no âmbito da interação com o outro, no âmbito dos regimes de visibilidade.

É certo, portanto, que passamos dos dispositivos repressivos aos dispositivos produtivos, da disciplina às novas formas de controle, das vigilâncias às visibilidades, do *faça você mesmo* ao *mostre-se como for*, do *saber fazer* ao *saber ser*, e, cada vez mais, ao *saber parecer*, em um momento histórico em que trabalhar é produzir-se a si mesmo e em que as subjetividades se tornam um espaço de experimentação epidérmica nas peles e nas telas. Como verbos hoje inextrincáveis, ser e parecer, isto é, produzir-se como sujeito *visível*, nunca fora antes um trabalho tão incessante, tão inesgotável: como as aulas de aeróbica, as coreografias coletivas, as gincanas perversas, as festas temáticas, os dedos nos *zooms* e os espetáculos musicais que recobrem de verdade e simulação, autenticidade e encenação, alegria e melancolia – não sem afeto e fabulação –, a ordem do dia seguida à risca em *Pacific*.

Nesse perpétuo trabalho voluntário cuja moeda de troca são os valores agregados à visibilidade e ao autorreconhecimento pela imagem, como vemos na liberdade-confinada de *Pacific*, espécie, com todas as ressalvas, de *Big Brother* em alto mar filmado pelos próprios participantes (e, a princípio, para consumo próprio), fica evidente, portanto, de que modo a inflacionada e hipertrofiada experiência de si na contemporaneidade tem passado, portanto, por radicais deslocamentos. Assim, se na Modernidade a experiência de si fora edificada por meio de introspectivas técnicas hermenêuticas, como cartas, diários íntimos, confissões e relatos, lidos e escritos na reclusão de quartos privados, lá o contato com o mundo exterior dava-se pela



metáfora da janela ⁵ – e sua relação com o fora de quadro –, mais tarde incorporada pelo cinema clássico-narrativo.

Nesse sentido, se o cinema clássico-narrativo constitui a base do *regime representativo* da imagem, um regime pautado por um ponto de vista *estável* e pela *exclusão* daquele que filma como condição do estabelecimento de uma perspectiva – pois, como diria a lei do perspectivismo “para que se possa ver é preciso que algo permaneça daí excluído” (VELOSO, 2004, p. 215) –, *Pacific*, por sua *instabilidade* de pontos de vista e pela permanente *inclusão* daquele que filma, filia-se a um *regime performativo* da imagem, para o qual, no âmbito da diegese fílmica, não haveria mais janela, não haveria mais fora. Evidentemente, como veremos adiante, o gesto da montagem, ainda que sutil e conformando uma enunciação recolhida, constitui um fora inequívoco, constitui uma obra. No entanto, como também salienta André Brasil em seu artigo sobre o filme de Pedroso, “em seu caráter *performativo*, as imagens parecem deixar pouco espaço para além delas mesmas. Trata-se, então de enfrentar esta que é ao mesmo tempo uma urgência: permitir que um *fora* se insinue (...)” (BRASIL, 2010, p. 68).

Em *Pacific* não é, portanto, o olhar o que determina um campo de visão, é o campo que já compreende uma variedade de olhares e multiplicidade de pontos de vista. Se assumirmos isso, estamos indicando, em relação às imagens amadoras, performativas, autorreferentes, o declínio de um modelo de *representação* clássica, baseado na escolha de um ponto de vista *estável* e fixo, na *exclusão* daquele que filma e na separação do espectador da cena – o qual deve se apagar para, então, alheio a si próprio, se projetar no espaço da diegese fílmica (XAVIER, 2003, p. 61). É fato que esse modelo da

5 Sobre a questão da janela nas artes e como modelo ou modo de subjetivação moderno, ver o instigante livro de WAJCMAN, Gérard. Fenêtre - Chroniques du regard et de l'intime.

representação clássica tem sido questionado, pelo menos, desde fins do XIX, mas agora se trata de uma prática – que engendra outras formas de olhar, de ser e de aparecer no mundo – completamente difusa e socialmente ramificada, a partir da difusão e popularização das tecnologias digitais de captação de imagem e som, mas também das cada vez mais ardilosas e *democratizadas* estratégias de colaboração, participação e inclusão ⁶.

No entanto, ainda que operando em um regime performativo e inclusivo, a apropriação e reescritura das imagens de arquivo em *Pacific*, esse arquivo do presente, tão poroso, vivo e movediço, faria a permanente passagem da lógica acumulativa do espetáculo (e mesmo da lógica acumulativa dos arquivos) à *lógica subtrativa* do cinema, porém sem nunca substituir uma pela outra. Como argumenta Comolli (COMOLLI, 2008, p. 137), herdeiro tanto das feiras de variedades quanto da fotografia, o cinema sempre teve de se haver com a contradição entre o excesso dos estímulos e a restrição imposta pelo enquadramento fotográfico, entre o acúmulo arbitrário e a subtração do recorte implicada em toda escritura – mesmo que esses recortes, sejam, no âmbito de um regime performativo, multiplicados, indeterminados. Assim, como tanto insiste Comolli, é sempre importante lembrar que ver é, de saída, um jogo obliterado pelo *não ver*. O

6 Não por acaso, a ficção tradicional tem sabido dialogar com essa demanda participativa, simulando os efeitos da inclusão daquele que filma – como vemos desde o paradigmático *A Bruxa de Blair* (Daniel Myrick e Eduardo Sánchez, EUA, 1999), passando pelo filme-catástrofe *Cloverfield* (Matt Reeves, EUA, 2008), ao filme de terror *REC* (Jaume Balagueró e Paco Plaza, ES, 2007) –, como se o cinema quisesse, ao simular um efeito de ausência do antecampo (por meio da simulação de uma câmera subjetiva), apagar a enunciação no momento mesmo da sua máxima legitimação. Assim, o campo parece sem fim... A diferença fundamental em relação à apropriação e ao deslocamento das imagens domésticas em *Pacific* é que, no filme de Pedroso, as pessoas que (se) filmam são o fim mesmo dessas imagens.



visível não o é inteiramente ⁷.

Deslocamento e montagem

É notável de que modo a montagem de *Pacific*, ao se apropriar de imagens alheias deslocando-as de seus usos originais, trabalha com uma espécie particular de material de arquivo, mas um arquivo do presente e de presenças. Agenciando uma multiplicidade de pontos de vista sempre instáveis e erráticos, a montagem opera um anacronismo, uma desestabilização, na medida mesma em que esse deslocamento é sutil e em que a enunciação do filme é recolhida. Em *Pacific*, após as palavras iniciais em que se explicita o dispositivo, não há um único comentário do diretor, nem por meio de cartelas, narração ou pela presença de óbvios contrapontos críticos no interior do filme. Uma vez dentro do navio, lá permaneceremos. A crítica possível ou o comentário recolhido se fazem presentes, portanto, pelo *gesto da montagem*.

Normalmente, a tradição das imagens de arquivo baseia-se no retomar imagens já constituídas para lhes conferir um novo sentido, mas aqui se retoma para não conferir sentido algum (ao menos sentidos explícitos), para além do que é visível e audível, para além de um sentido estritamente narrativo. Pedroso, que é o roteirista, o diretor e o montador, ao deslocar essas imagens não as ressignifica, não produz interpretações ou sínteses de representações sociais. Deslocar, portanto, não pertence à ordem da hermenêutica, mas antes à ordem do *gesto*, um gesto que, como bem sabe a tradição sofisticada, não fala sobre *o que é*, mas *faz ser*, em suas próprias operações, *aquilo que diz*. Essa dimensão performativa (e não representacional) do próprio gesto do cineasta como mediação incontornável solicita de nós espectadores que não julgemos

dicotomicamente e impiedosamente aquele mundo, aquelas *formas de vida*, mas que busquemos, como espectadores ativos, um contraponto crítico em nosso próprio mundo histórico e social, pois o filme mesmo não nos oferece esse contraponto – tal como acontece, por exemplo, no documentário espanhol *Holidays*, de Victor Moreno (2010), que faz uso de vicários arquivos audiovisuais de turistas na ilha de Lanzarote, na Espanha, ao mesmo tempo em que articula esse material à vida daqueles que ali moram e que não estão de passagem.

Nessa suspensão de sentido, *Pacific* nega o consenso de uma posição fácil, estável. Recusa o que poderia ser percebido como grotesco e simplesmente caricato, o que o realizador poderia fazer na montagem e não faz. E oferece a nós espectadores o assombro de habitarmos uma posição *indeterminada*, ambígua, entre o distanciamento crítico e o engajamento afetivo, a recusa e a adesão, o dentro e o fora, demandando-nos não um julgamento, mas uma *avaliação*. A montagem, portanto, ao respeitar a temporalidade das experiências dos passageiros (sem fetichizar a duração ou promover sínteses sociais na fragmentação), ao se empenhar em construir personagens (construção essa bastante clássica por sinal), ao buscar um posicionamento crítico que não abra mão da experiência e da presença, exige de todos nós, produtores, portadores e espectadores das imagens, outro tipo de engajamento reflexivo. No gesto do montador estaria assim a liberdade possível, no dizer do personagem Alexandre, do filme *La maman et la putain*, de Jean Eustache (1973): a liberdade de falar com as palavras dos outros, a liberdade de fazer filmes com imagens outras, a liberdade de ser, em relação ao outro, também um outro.

Em *Pacific*, radicalização daquela espécie de *etnografia discreta* (XAVIER, 2009, p. 102), aquele

⁷ Nem mesmo, ou muito menos, no âmbito disso que genericamente chamamos de espetáculo.



que enuncia, o realizador, mesmo na condição de *etnógrafo*, não possui mais um lugar privilegiado, tendo de assumir a posição frágil de quem pouco sabe sobre o outro. A problematização do lugar de quem enuncia é então levada ao extremo e, como já chamava atenção Cezar Migliorin em sua crítica a muitos documentários brasileiros contemporâneos e anteriores a *Pacific*, “o outrora tradicional papel social do documentário – dar voz ao outro, fazer falar o excluído, reivindicar direitos – entra em crise dentro da mesma crítica à possibilidade de o documentário enunciar a partir de um lugar estável” (MIGLIORIN, 2009, p. 251). Essa crise ou desestabilização da enunciação não significa, porém, uma crise da *autoria*, como se o diretor não estivesse presente. De modo contrário, há em *Pacific* pelo menos três *mise en scènes* perceptíveis: a *mise en scène* montada pelo Cruzeiro; a *mise en scène* produzida pelos próprios viajantes-personagens e a *mise en scène* operada pelo filme, pois, afinal, montar é pôr em cena, é dar a ver ao mesmo tempo em que é a arte de esconder – ou de se esconder. O autor, portanto, não poderia desaparecer, pois, como já dizia Foucault (2003), a autoria é desde sempre a singularidade de uma ausência.

Assim, a montagem do filme não está de todo acabada e o *espectador-montador* (LINS, 2011, p. 137) também é impelido a trabalhar: a tomar uma posição, a ser uma testemunha privilegiada não exatamente de um estado de mundo, mas das imagens produzidas e produtoras desse mundo. Lembremos da última sequência, em que a mediação pela imagem e pelo dinheiro volta a comparecer em toda a sua força: na festa de Réveillon, já no final da viagem, o navio inteiro canta o bordão – “Feliz ano novo / Adeus ano velho / Que tudo se realize no ano que vai nascer / Muito dinheiro no bolso / Saúde pra dar e vender...” – e, em meio à música e aos celebratórios fogos de artifício, o gesto do

montador, em corte seco e cirúrgico, interrompe a festa, interrompe o filme. A promessa da bonança vindoura é abortada. A classe média abandonará o paraíso do consumo sem limites e se preparará para as futuras prestações do cartão de crédito. Mas eles não voltarão ao trabalho, pois nunca deixaram de trabalhar.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUMONT, Jacques. *Lumière, 'o último pintor impressionista'*. In: AUMONT, Jacques. *O olho interminável (cinema e pintura)*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

BARTHES, Roland. *O efeito de real*. In: BARTHES, Roland. *O rumor da língua*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

_____. *A morte do autor*. In: BARTHES, Roland. *O rumor da língua*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BERNARDET, Jean-Claude. *Pacific*. Blog do Jean-Claude Bernardet: Disponível em: <http://jcbernardet.blog.uol.com.br/>

_____. *A entrevista*. In: BERNARDET, Jean-Claude. *Cineastas e imagens do povo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

BEZERRA JR., Benilton. *O ocaso da interioridade e suas repercussões sobre a clínica*. In: PLASTINO, Carlos Alberto (Org.). *Transgressões*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2002.

BRASIL, André. *Formas de vida na imagem: da indeterminação à inconstância*. In: *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, Porto Alegre, v. 17, n. 2, 2010.

_____. *A performance: entre o vivido e o imaginado*. Trabalho apresentado ao GT Comunicação e Experiência Estética, XX ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de jun. 2011.

_____. *Pacific: o navio, a dobra do filme*. In: *Revista Devires*, v. 7, n. 2, Belo Horizonte, UFMG 2010.

BRASIL, André; MIGLIORIN, Cezar. *A gestão da autoria: anotações sobre ética, política e estética das imagens amadoras*. In: *Ciberlegenda, Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF, Dossiê Realidade e Ficção*, n. 22, jun. 2010.

_____. *Biopolítica do amador: generalização de uma prática, limites de um conceito*. In: *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 20, p. 84-94, dez. 2010.

BRUNO, Fernanda. *Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e comunicação*. In: *Revista Famecos*,

Porto Alegre, no. 24, jul. 2004. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3271/2531>

COMOLLI, Jean-Louis. *Cinema contra-espetáculo*. In: *Catálogo forum.doc.bh.2001, 5º. Festival do Filme Documentário e Etnográfico - Fórum de Antropologia, Cinema e Vídeo*, Belo Horizonte, nov. 2001.

_____. *Os homens ordinários. A ficção documentária*. In: GUIMARÃES, C.; OTTE, G.; SEDLMAYER, S. (Orgs.). *O comum e a experiência da linguagem*. Belo Horizonte: UFMG, 2007.

_____. *Retrospectiva do espectador*. In: COMOLLI, Jean-Louis. *Ver e poder: a inocência perdida – cinema, televisão, ficção, documentário*. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

DANEY, Serge. *O travelling de Kapo*. In: *Revista de Comunicação e Linguagens*, n. 23. Lisboa, Edições Cosmos, 1996.

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

DIDI-HUBERMAN, George. *Images malgré tout*. Paris: Les Éditions de Minuit, 2003.

_____. *Quando las imágenes toman posición*. Madrid: A. Machado Libros, 2008.

EHRENBERG, Alain. *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. São Paulo: Ideias e Letras, 2010.

FELDMAN, Ilana. *A vida em cena: vida-produto, vida-lazer, vida-trabalho, vida-performance*. In: *Ciberlegenda, Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF*, Ed. 22, 1º sem. 2010. Disponível em: <http://www.propipi.uff.br/ciberlegenda/vida-em-cena>

_____. *O apelo realista*. In: *Revista FAMECOS, Dossiê Menções de Destaque – Compós 2008*, Porto Alegre, n. 36, ago. 2008. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewFile/5472/4970>

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

_____. *Nascimento da biopolítica*. In: *Resumo dos cursos do Collège de France (1970-1982)*. Rio de



Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. O que é um autor?. In: Ditos e Escritos, vol. III, Rio de Janeiro: Forense, 2003.

GORZ, André. O imaterial: conhecimento, valor e capital. São Paulo: Annablume, 2005.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir. Rio de Janeiro: Contraponto / Ed. PUC-Rio, 2010.

KLINGER, Diana. Escritas de si, escritas do outro: o retorno do autor e a virada etnográfica. Rio de Janeiro: 7Letras, 2007.

LINS, Consuelo. Do espectador crítico ao espectador montador: Um dia na vida, de Eduardo Coutinho. In: Revista Devires, Belo Horizonte, v. 7, n. 2, p. 132-138, jul/dez 2011.

_____; REZENDE, Luiz Augusto; FRANÇA, Andréa. A noção de documento e a apropriação de imagens de arquivo no documentário ensaístico contemporâneo. Revista Galáxia, São Paulo, n. 21, p. 54-67, jun. 2011.

_____; CURSINO, Adriana. O tempo do olhar: arquivos em documentários de observação e autobiográficos. In: Conexão – Comunicação e Cultura, UCS, Caxias do Sul, v. 9, n. 17, jan/jun. 2010.

MIGLIORIN, Cezar. A política no documentário. In: FURTADO, Beatriz (Org.) Imagem contemporânea – cinema, TV, documentário... vol. I. São Paulo: Hedra, 2009.

ODIN, Roger. Les film de famille: Usage privé, usage public. Paris: Meridiens Klinckieck, 1995.

RANCIÈRE, Jacques. A partilha do sensível: Estética e política. São Paulo: Ed. 34, 2005.

_____. Le spectateur émancipé. Paris: La Fabrique, 2008.

SIBILIA, Paula. O show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

_____; DIOGO, Lígia. Vitrines da intimidade na internet: imagens para guardar ou para mostrar?. In: Estud. sociol., Araraquara, v. 16, n. 30, p. 127-139, 2011. Disponível em: <http://piwik.seer.fclar.unesp.br/estudos/article/viewFile/3892/3573>

SENNETT, Richard. O declínio do homem público: as tiranias da intimidade. São Paulo: Cia das Letras, 2002.

VELLOSO, Silvia Pimenta. O perspectivismo em Nietzsche. In: DANOVSKI, Débora; PEREIRA, Luiz Carlos. O que nos faz pensar. Cadernos do Departamento de Filosofia da PUC-Rio, set. 2004.

XAVIER, Ismail. O olhar e a cena: Melodrama, Hollywood, Cinema Novo, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac&Naify, 2003.

_____. Ressentimento e realismo ameno, entrevista concedida a Mario Sérgio Conti. In: MENDES, Adilson (Org.). Ismail Xavier. Rio de Janeiro: Azougue, 2009.

WAJCMAN, Gérard. Fenêtre: Chroniques du regard et de l'intime. Paris: Verdier, 2004.

ZUMTHOR, Paul. Em torno da ideia de performance. In: ZUMTHOR, Paul. Performance, recepção, leitura. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

REFERÊNCIA FILMOGRÁFICA

Pacific. PEDROSO, Marcelo. Brasil: 2009. 72 minutos.

A ascensão do amador: *Pacific* entre o naufrágio da intimidade e os novos regimes de visibilidade
Ilana Feldman

Data do Envio: 5 de abril de 2012.

Data do aceite: 16 de junho de 2012.





Cibertíteres: Discurso marxista e a colisão entre o público e privado no cinema de Alex Rivera

Cyberpuppets: The Marxist discourse and the collision between the public and private sphere in Alex Rivera's films

Alfredo Suppia ¹
Igor Oliveira ²

RESUMO O objetivo deste artigo é analisar um possível discurso marxista e como a tecnologia da telepresença catalisa a colisão entre as esferas pública e privada nos filmes *Why Cybraceros?* e *Sleep Dealer*, ambos do cineasta Alex Rivera. *Why Cybraceros?*, mockumentary em curta-metragem de 1997, satiriza a política americana para os trabalhadores estrangeiros nos anos 1940 com os conceitos de “trabalho-em-casa” e tecnologias de telepresença. Lançado em 2008, *Sleep Dealer* expande essa idéia para um filme de longa-metragem. Considerado uma espécie de “Matrix latino-americano”, *Sleep Dealer* elabora uma distopia especulativa em torno de conceitos como reificação, alienação, capital globalizado, o impacto da tecnologia na vida cotidiana e as relações sociais mediadas por tecnologias de telepresença. A distopia proposta por *Sleep Dealer* sugere uma implosão da esfera individual privada, na medida em que tempo do trabalho invade e subjuga o tempo da intimidade, do ócio, do lazer e das práticas culturais do indivíduo. Memórias podem se tornar mercadorias, enquanto a miséria e a violência são vendidas como espetáculo.

PALAVRAS-CHAVE *Sleep Dealer*, *Why Cybraceros?*; Alex Rivera; marxismo; cinema.

ABSTRACT The aim of this paper is to analyze a possible Marxist discourse and how technologies of telepresence favor the collision of the public and private sphere in Alex Rivera's films *Why Cybraceros?* and *Sleep Dealer*. *Why Cybraceros?* is a mockumentary based on the American Bracero Program, which was put in practice during World War II. This short film satirizes the 1940s American policy for foreign workers with the ideals of home-office working and remote technology, devising a tragicomic dystopia in which Mexican labourers are exploited in their own country. *Sleep Dealer* enhances this dystopia in a 2008 science fiction feature film. Regarded as a kind of “Latin American Matrix”, *Sleep Dealer's* speculative dystopia sets further debates in terms of alienation, reification, global capital, the impact of technology on everyday life, and social relations mediated by technologies of telepresence. Thus, *Sleep Dealer's* dystopia proposes the implosion of the individual, private sphere, in as much as the working time invades the personal time for intimacy, leisure and cultural practices. Memories can be exploited as merchandise, whereas misery and violence are sold as mass entertainment.

KEYWORDS *Sleep Dealer*, *Why Cybraceros?*; Alex Rivera; Marxism; cinema.

¹ Professor de cinema e vídeo do Instituto de Artes e Design e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), membro da Sociedade Brasileira para os Estudos de Cinema e Audiovisual (SOCINE) e da Science Fiction Research Association (SFRA). E-mail: alsuppia@gmail.com

² Jornalista, mestrando em Comunicação PPGCOM-UFJF. E-mail: oliveira.internet@gmail.com



Introdução

“Pobre México, tão longe de Deus e tão perto dos Estados Unidos”. *Sleep Dealer* (2008) nos lembra da famosa frase proferida há mais de cem anos por Lázaro Cárdenas, presidente mexicano (1934-1940), em relação ao imperialismo norte-americano no século XIX, quando o México perdeu metade de seu território para os EUA. Co-produção mexicano-americana falada majoritariamente em espanhol, *Sleep Dealer*, dirigido por Alex Rivera, escrito por este e David Riker (roteirista premiado anteriormente no festival de Sundance), descreve um futuro próximo em que, ao invés de anexar território, os EUA se apoderam das reservas hídricas do México, bem como da força de trabalho de seu povo.

A utopia tecnológica descrita por *Sleep Dealer* recobre uma distopia social, como em inúmeros outros exemplos de narrativa de ficção científica politicamente engajada. Segundo Istvan Csicsery-Ronay, Jr. (2003, p. 113), utopia e crítica da realidade social seriam o elo mais imediato entre Marxismo e ficção científica (FC)³. Com base na Décima-primeira Tese sobre Feuerbach, de Marx, Carl Freedman (2009, p. 129) observa que o impulso transformador e o caráter histórico e materialista observáveis na ficção científica tornam o gênero inicialmente afim

aos preceitos mais fundamentais do Marxismo⁴. Neste artigo, pretendemos investigar um possível discurso marxista em *Sleep Dealer*, coerente com a própria trajetória política de Alex Rivera como um cineasta-ativista da tolerância e dos direitos dos imigrantes. A distopia de *Sleep Dealer* especula sobre uma drástica colisão entre as esferas pública e privada em favor do capital. Nesse trajeto de investigação, acabaremos por tangenciar prováveis aspectos realistas e/ou documentais, bem como multiculturais e transculturais em *Why Cybraceros?* e especialmente *Sleep Dealer*.

SLEEP DEALER

Em *Sleep Dealer*, Memo (Luís Fernando Peña) vive com a família numa milpa em Santa Ana, Oaxaca, México. A pobreza é agravada pela falta de água, bem comercializado levemente por uma companhia norte-americana que constrói represas em países latino-americanos. A exploração comercial da água cria tensões regionais que resultam em ações dos chamados “aquaterroristas” (*acqua-terrorists*), brutalmente combatidos pelas forças armadas americanas a serviço de interesses privados.

Numa chave marxista, o despertar de Memo para a realidade de sua condição passa pelo acesso à tecnologia e comunicação com o mundo exterior à *milpa* - tecnologia e urbanidade se apresentam inicialmente como fatores utópicos de inclusão social na narrativa de *Sleep Dealer*. Com grande curiosidade pelo mundo fora dos limites de sua *milpa* e com talento para eletrônica, Memo monta uma rádio-antena e começa a escutar conversas via-satélite. Numa dessas noites de escuta, o equipamento de Memo é rastreado por militares americanos. Pouco

3 De acordo com Istvan Csicsery-Ronay, Jr., “(...) FC e o gênero relacionado da ficção utópica têm afinidade profunda com o pensamento marxista em particular, e o pensamento socialista em geral. Em termos simples, FC e ficção utópica têm se preocupado em imaginar alternativas progressistas ao *status quo*, frequentemente implicando críticas das condições contemporâneas ou possíveis futuras conseqüências de tendências sociais atuais. A ficção científica, em particular, imagina mudança em termos de toda a espécie humana, e tais mudanças são frequentemente o resultado de descobertas científicas e invenções que são aplicadas por seres humanos em favor de sua própria evolução social. Estas também são preocupações da imaginação utópica e social marxista” (2003, p. 113). As traduções são nossas.

4 “Materialismo, a perspectiva histórica e o impulso não apenas para interpretar, mas também transformar o mundo: sem dúvida estas não são as únicas afinidades importantes que poderiam ser exploradas entre marxismo e FC.” (Freedman, 2009, p. 129).



tempo depois, um caça-bombardeiro não-tripulado (*drone*), pilotado remotamente pelo soldado Rudy Ramirez (Jacob Vargas), é enviado ao México para destruir uma suposta base terrorista - que vem a ser a própria casa de Memo. A missão é televisionada num *live show* fascistóide (*Drones!*) ao estilo de *Cops e America's Most Wanted*. A casa de Memo é destruída e seu pai brutalmente assassinado⁵.

Abalado pela tragédia, Memo parte para a região de fronteira com os EUA, no intento de conseguir um *node job* e trabalhar como *node worker* (a.k.a. *cybracero*) para os *sleep dealers* – “fábricas” em que trabalhadores mexicanos operam remotamente máquinas em solo americano. Oficialmente, os *sleep dealers* (“*networked factories*”) integram o programa *Cybracero*, iniciativa montada pelo governo americano com anuência das autoridades mexicanas. Para se tornar um *cybracero* é necessário dispor de conectores – *nodes* - instalados no próprio corpo, por meio dos quais máquinas podem ser operadas à distância. Os *nodes* são implantados cirurgicamente por médicos especialistas, mas isso custa muito dinheiro para um mexicano desempregado. A saída é recorrer a um “*coyotek*” (sim, os *coyotes* continuam no ciberespaço), pois atravessar “fisicamente” a fronteira é uma meta inviável devido à eficiente vigilância militar. No futuro de *Sleep Dealer*, a queda do Muro de Berlim não surtiu efeitos duradouros, e a conectividade global mascara uma segregação muito mais acirrada que nos tempos pré-*internet*.

No trajeto para Tijuana, Memo conhece Luz

5 O evento que lança Memo em sua jornada lembra muito o trauma de iniciação de Luke Skywalker: a destruição da fazenda e assassinato de seus pais adotivos em *Star Wars* (1977), de George Lucas – cena por sua vez associada a sequência equivalente em *Rastros de Ódio* (*The Searchers*, 1956), de John Ford, e à estrutura narrativa modelar do western clássico. Vale dizer que a inspiração imagética e mitológica em *Star Wars* parece relevante em *Sleep Dealer*.

Martínez (Leonor Varela). Ela tem os *nodes* tão almejados por Memo, e ganha a vida como “escritora virtual”. Seus escritos são na verdade suas próprias memórias, as experiências que adquire pelo contato com outras pessoas. Dessa forma, a convivência cotidiana pode ser convertida em mercadoria também. Esses “textos virtuais” são vendidos *on demand* no ciberespaço, disponíveis numa espécie de YouTube de memórias, o “TruNode”⁶. Memo parece uma boa fonte de histórias para Luz, que começa a “escrever” sobre ele. Um relacionamento mais estreito nasce entre os dois, e a própria Luz instala em Memo os *nodes* para que este possa vender sua força de trabalho na unidade *Cybracero* de Tijuana. Enquanto Luz implanta os *nodes* em Memo, este conclui: “Finalmente, eu poderia conectar meu sistema nervoso a outro sistema: a economia global.”⁷

6 O ofício de Luz nos remete a considerações sobre trabalho livre vs. arte no livro *As Idéias Estéticas de Marx*, de Adolfo Sánchez Vázquez (2010, p. 169). Como escritora, Luz pode converter suas memórias em arte e, conseqüentemente, em mercadoria. Porém, a mediação da tecnologia dos *nodes* parece realçar o caráter mercantil de seus textos virtuais em detrimento do esforço criativo, do aspecto da autoria. O conceito de “prática” proposto por Louis Althusser, assim como as idéias sobre o “autor como produtor” em Walter Benjamin e Bertolt Brecht, também são atraídos para a discussão. Ver Terry Eagleton, *Marxismo e Crítica Literária* (2011, pp. 107-136).

7 As traduções dos diálogos do filme são dos autores deste artigo. O pensamento de Memo nos remete ao conceito de “aparelho” proposto por Vilém Flusser (1998). Para Flusser, “O aparelho é um brinquedo e não um instrumento tradicional. O homem que o manipula não é um trabalhador, mas um jogador (...)” (1998, p. 44). Em seu exame do “aparelho fotográfico” e dos aspectos do *hardware* e *software*, Flusser sugere a idéia de aparelhos por trás de aparelhos. Nesse sentido, a fábrica de aparelhos fotográficos seria “(...) um aparelho programado para programar aparelhos. O do parque industrial: um aparelho programado para programar indústrias de aparelhos fotográficos e outros. O econômico-social: um aparelho programado para programar o aparelho industrial, econômico e administrativo. O político-cultural: um aparelho programado para programar aparelhos econômicos, culturais, ideológicos e outros. Não pode haver um ‘último’ aparelho, nem um ‘programa de todos os programas’. Isto porque qualquer programa exige um metaprograma para ser programado. A hierarquia dos programas está aberta para cima.” (FLUSSER, 1998, p. 46)



Ao conhecer uma “fábrica” pela primeira vez, Memo ouve do chefe imediato: “Este é o sonho americano. Nós damos aos Estados Unidos o que eles sempre quiseram: todo o trabalho – sem os trabalhadores.” Suprema alienação do trabalhador: não só o contato corpóreo do homem com o produto de seu trabalho é “apagado”, mas também a própria presença do trabalhador, sua identidade e seu corpo “deletados” pela interface da tecnologia. Memo começa a trabalhar como *cybracero*, operando remotamente um robô de construção civil numa obra na Califórnia, e não tarda a sentir os efeitos das longas jornadas de trabalho que sacrificam a todos os *cybraceros*.

Os diálogos e monólogos interiores são particularmente ilustrativos da inserção da fábula numa chave marxista. Após uma conversa por videofone com sua mãe, Memo reflete num lampejo sobre sua verdadeira condição: “Como eu poderia dizer a ela a verdade? Eu apenas pensava num jeito. Minha energia estava sendo drenada... mandada para longe. O que aconteceu com o rio, estava acontecendo comigo.”⁸ Num de seus encontros com Luz, Memo faz um desabafo esclarecedor de sua condição alienada: “Eu não sei o que estou fazendo. Eu trabalho num lugar que eu nunca vejo. Eu posso ver minha família, mas não posso tocá-la. E, bem, o único lugar em que eu me sinto... conectado... é aqui... com você.” A esta altura, Memo ainda ignora o fato de que Luz comercializa memórias do relacionamento entre os dois, de que o tempo da mercadoria invade seus próprios momentos de ócio e intimidade. Memo não é somente trabalhador proletário, mas também objeto de trabalho de outra pessoa – em última análise, mercadoria também.⁹

8 As traduções dos diálogos do filme, do espanhol ou do inglês para o português, foram feitas pelos autores deste artigo.

9 Aqui vale a pena remetermos às observações de Adolfo Sánchez Vázquez sobre a utilidade do objeto de trabalho (2011, p. 173).

Quando finalmente descobrir a verdade, a relação entre os dois sofrerá um abalo.¹⁰

A mercantilização das memórias do relacionamento entre Memo e Luz, assim como a exploração televisual da miséria e violência (o *reality-show Drones!*) sugerem uma implosão da esfera individual privada ainda mais radical do que a verificada na sociedade contemporânea. Nesse sentido, na distopia de *Sleep Dealer*, o tempo do trabalho invade e subjuga definitivamente o tempo da intimidade, do ócio, do lazer e das práticas culturais. Memórias podem se tornar mercadorias, enquanto a miséria pessoal e a violência de Estado são vendidas como espetáculo. As fronteiras entre a esfera pública e a esfera privada se apagam ou se confundem drasticamente, tudo em favor da “otimização de recursos” no contexto da performance capitalista.

Por coincidência, o principal leitor das memórias de Memo é Rudy Ramirez, o piloto militar que destruiu a casa de Memo em Santa Ana. Movido pelo arrependimento, Rudy cruza a fronteira entrando no México “por sua própria conta e risco” – sua motivação deve ser buscada no consumo das memórias privadas de Memo e Luz, e, portanto, mais uma vez, a exemplo de Memo com seu rádio-amador, a tecnologia (neste caso o *TruNode*) promove a consciência de classe. Em Tijuana, Rudy conhece Memo, e revela sua identidade. Memo tenta se desvencilhar da presença do assassino de seu pai, mas Rudy insiste em persegui-lo pelas ruas, e oferecer-lhe alguma reparação pelo crime que cometera. Os dois jovens entram num acordo e, com a ajuda de Luz, Rudy assume o controle de seu avião-robô a partir da unidade *Cybracero* em que Memo trabalha. O aparelho decola dos

10 Nesse ínterim, o relacionamento entre Memo e Luz se estreita ainda mais, na mesma medida em que as memórias do jovem de Santa Ana fazem sucesso na *web*. A essa altura, na verdade um triângulo de relacionamento já está estabelecido.



EUA e parte em direção à represa de Santa Ana. Outros aviões partem em seu encaço, mas Rudy consegue bombardear a represa, liberando água para a comunidade. Por fim, a resolução da narrativa extrapola a esfera privada do triângulo de personagens principais. A água jorra da represa semi-destruída. A comunidade comemora. Não se sabe se a companhia vai reconstruir a barreira. Rudy não pode retornar aos EUA e parte para o sul. Memo permanece na fronteira. O triângulo se abre para um futuro indeterminado.

Sleep Dealer é o testemunho de um cinema de ficção científica renovado por temas da agenda contemporânea sob uma ótica periférica, não essencialmente *hollywoodiana*, muito embora manipule um mosaico de referências da cultura ocidental, de August Strindberg a Phillip K. Dick, de *Blade Runner* ao *cyberpunk* de Bruce Sterling e William Gibson. Considerado uma espécie de “*Matrix* latino-americano”, o filme de Rivera estabelece oposições ou antinomias muito claras em termos marxistas, as quais evoluem do micro ao macrocosmo, da esfera individual à esfera política: campo vs. cidade, trabalhador vs. Estado corporativo, Terceiro Mundo vs. Primeiro Mundo. Além disso, *Sleep Dealer* satisfaz as três características básicas que conectam a ficção científica ao pensamento marxista, segundo Carl Freedman (2009, p. 129): o “materialismo” (o filme descreve e põe em debate as condições materiais de sobrevivência de seus personagens, a distopia tecnológica que formula é fundada em termos materialistas – a necessidade de água, a necessidade de trabalho, o sustento no campo etc.), “a perspectiva histórica” (Memo, Luz e Rudy são personagens na História, em busca de um futuro – mas também de um passado -, e a distopia tecnológica descrita no filme se inscreve na extrapolação histórica), e finalmente “o impulso não

apenas para interpretar, mas também transformar o mundo” (no nível mais básico da diegese, o triângulo de personagens principais, por fim, age concretamente no sentido de mudar o mundo). Por tudo isso, compreendemos *Sleep Dealer* como um filme de ficção científica de extração materialista ou marxista.

Fredric Jameson observa que a ficção científica é sobre nosso tempo presente, e não sobre previsões ou expectativas de futuro, conforme apregoa o senso comum (1982, p. 4). De acordo com Jameson, a ficção científica genuína não procura representar o futuro provável ou possível, mas sim promover um impulso (coletivo e incontido) de distanciamento e desfamiliarização necessário à contemplação mais precisa de nosso presente: “A FC assim encena e enceta um ‘método’ estruturalmente único para apreender o presente como história” (Jameson, 1982, p. 5). Nessa manobra, o gênero elabora um “futuro do passado”, o futuro de um tempo póstumo lembrado coletivamente, e acaba por focar nossa própria incapacidade em “inalar” profundamente o presente e imaginar o futuro – nossa atual incapacidade utópica -, tornando-se uma contemplação de nossos limites (Cf. Jameson, 1982, p. 6)¹¹. Acreditamos que a narrativa de *Sleep Dealer* se encaixe nesse perfil.

Sleep Dealer ganhou o prêmio de roteiro do

11 “Devemos agora, portanto, voltar à relação entre FC e história futura e reverter a descrição estereotipada deste gênero: o que é de fato autêntico sobre ele, como um modo narrativo e uma forma de conhecimento, não é a sua capacidade de manter o futuro vivo, mesmo na imaginação. Ao contrário, a sua mais profunda vocação é continuamente demonstrar e dramatizar nossa incapacidade de imaginar o futuro, de encarná-lo, através de representações aparentemente completas que provam, em uma inspeção mais próxima, serem estrutura e constitutivamente empobrecidas, a atrofia no nosso tempo no que Marcuse chamou de a imaginação utópica, a imaginação da alteridade e da diferença radical (...)” (Jameson, 1982, p. 6). O autor ressalva, no entanto, que autores como Ursula K. LeGuin, Marge Piercy e Samuel Delany têm contribuído para a redescoberta da vocação utópica da ficção científica contemporânea (Jameson, 1982, p. 6).



festival de Sundance de 2008 e o prêmio Alfred P. Sloan para melhor filme com abordagem sobre ciência e tecnologia. A inspiração documentária do filme se verifica por meio das referências - algumas mais, outras menos diretas - a temas como imigração ilegal, capitalismo pós-industrial, exploração, opressão política e econômica, cidadania, identidade cultural, guerra ao terror, privatização do Estado policial, militarização, etc.¹² De certa maneira, *Sleep Dealer* é uma expansão de *Why Cybraceros?* (1995), *mock promotional film* em curta-metragem também realizado por Rivera. Em ambos, o tema da luta de classes norteia a narrativa.

Why Cybraceros?

Conforme explica o próprio diretor¹³, a idéia de *Sleep Dealer* remonta a 1997, quando Rivera lê um artigo da revista *Wired* sobre *telecommuting*, ou o impacto da *internet* nas relações de trabalho. No artigo era debatida a hipótese de um futuro em que trabalhadores cumprissem suas funções profissionais sem sair de casa. Rivera cruzou essa hipótese com a realidade dos imigrantes e imaginou um futuro em que trabalhadores estrangeiros não precisassem mais deixar seus países. O diretor conta que não soube como expressar visualmente essa idéia até se deparar com o documentário *Why Braceros?* (1959), filme de propaganda (*promotional film*) produzido pelo California Grower's Council no final dos anos 1940

12 *Sleep Dealer* também se beneficia de uma estratégia transmídia, conforme se verifica no *website* "oficial" da Cybracero Systems: <http://www.cybracero.com/>. Nele o internauta pode conhecer melhor a empresa e sua missão - "A última geração em controle remoto. Trabalhadores fazendo o que quer que você necessite, de nossas instalações *state-of-the-art* em Tijuana, México" -, conferir depoimentos de seus "funcionários" e se "candidatar" a um emprego. Desta forma, o caráter pseudo-documentário de *Why Cybraceros?* é de certa forma mantido em *Sleep Dealer*.

13 Em *Before the Making of Sleep Dealer*, "mini-mentary" disponível nos extras do DVD de *Sleep Dealer*.

e encontrado por Rivera nos Prelinger Archives¹⁴. O programa *Braceros* foi estimulado pelo governo americano durante a Segunda Guerra Mundial, e consistia no oferecimento de postos temporários de trabalho para mexicanos nas lavouras dos EUA. ¹⁵ Rivera, então, realizou *Why Cybraceros?*¹⁶ utilizando imagens do documentário original (*Why Braceros?*), cenas especialmente gravadas em vídeo e animações digitais bastante simples e esquemáticas. Rivera disponibilizou seu *mock promotional film* na *internet* e teve uma resposta de público e crítica surpreendente.

Como *Sleep Dealer*, *Why Cybraceros?* também trata do tema da exclusão social e dos fluxos migratórios - porém, pela via da especulação satírica, na tradição de obras como o *Micrômegas* (1752) de Voltaire. No *mock promotional film* de Rivera, o governo dos EUA lança um programa revolucionário em que trabalhadores mexicanos operam de forma remota máquinas em solo americano. Com isso, é sanado um grande problema social: a necessidade da mão de obra mexicana, sem o inconveniente da presença física dos *chicanos*.¹⁷ Tal recurso à retórica documentária, via *mockumentaries* inspirados, tem servido eficientemente para a reconciliação da FC com a

14 *Why Braceros?* encontra-se disponível para visionamento e download em <http://www.archive.org/details/WhyBrace1959>.

15 A idéia era que o trabalhador mexicano viesse para os EUA, trabalhasse na colheita e depois retornasse a seu país de origem, enquanto os americanos se dedicavam ao esforço de guerra.

16 [http://www.vdb.org/smackn.acgi\\$stapedetail?WHYCYBRACE](http://www.vdb.org/smackn.acgi$stapedetail?WHYCYBRACE)

17 Imagens de arquivo, deslocadas de seu contexto original, combinam-se a pitorescas animações digitais, em estilo claramente evocativo dos documentários governamentais americanos dos anos 1950, voltados para temas como saúde pública, educação e segurança na Era Atômica, por exemplo. Atualmente esse artifício parece ter se intensificado no cinema de ficção científica.



longa tradição da sátira literária.¹⁸

Em 1998, Alex Rivera foi agraciado com bolsa de US\$35,000 da Rockefeller Foundation e decidiu tornar *Why Cybracers?* um longa-metragem. O dinheiro serviu para a construção do robô campesino, mas foi insuficiente para o projeto total¹⁹. Em 2001, o roteiro de seu longa foi aceito pelo Sundance Institute e a partir de então, o projeto começou a ganhar fôlego. Um aspecto interessante na concepção do *cybracero* de Rivera é a aparência do conjunto homem-máquina, o qual lembra diretamente uma marionete, com fios pendendo da mão de um “titereiro mecânico” – no caso, da “mão invisível” do mercado neoliberal. Como no célebre *Metropolis* (1927), de Fritz Lang, a máquina opera o homem, e o tempo do trabalho e da mercadoria subordinam os ritmos circadianos. O *cybracero* é uma metáfora do trabalhador reificado, reduzido a mera marionete, peça descartável.

Multi e Transculturalismo

Os temas da identidade cultural e dos fluxos migratórios parecem uma constante no cinema de

ficção científica contemporâneo²⁰. Contribuições interessantes sobre o assunto têm origem em produções (ou co-produções) dirigidas por europeus, latino-americanos ou asiáticos.

No cinema de FC, o multiculturalismo parece ter aportado há menos tempo, pelo menos na produção de maior alcance popular. Há cerca de dez anos, o interesse pelos entrecruzamentos entre ciência, tecnologia e culturas periféricas parece revigorado, com o deslocamento das narrativas de FC para cenários como um gueto em Londres (*Filhos da Esperança*), uma favela em Johannesburgo (*Distrito 9*), ou Tijuana e a zona de fronteira entre México e EUA (*Sleep Dealer*). Tal deslocamento geopolítico vai ao encontro de uma demanda reprimida do gênero, explicitada por Alex Rivera em sua entrevista a Dennis Lim, do *The New York Times*: “A ficção científica no passado sempre olhou para Los Angeles, Nova York, Londres, Tóquio (...) Nunca vimos São Paulo, Jacarta ou a Cidade do México. Nunca vimos o futuro do resto do mundo, onde a maioria da humanidade de fato vive” (LIM, 2009)

Noutras palavras, o cinema de ficção científica no contexto do *World Cinema* tem trazido especulações curiosas sobre a agenda social, política e econômica mundial, conforme podemos verificar em demais títulos que versam sobre questões de identidade

18 A relação entre sátira e FC remonta às origens da literatura de ficção científica, e a estratégia satírica tem sido ostensivamente resgatada pelo cinema de FC contemporâneo mais criativo, *Why Cybracers?* e *Sleep Dealer* incluídos. Sobre sátira e ficção científica, Booker e Thomas observam: “A sátira é um modo literário antigo e distinto que tipicamente emprega o humor para expor e criticar as vicissitudes de diversas práticas sociais ou políticas ou certos hábitos do comportamento humano. Em resumo, a sátira depende do fenômeno do estranhamento cognitivo no sentido de atingir seus efeitos. Nesse aspecto, ela tem muito em comum com a ficção científica, logo não surpreende que alguns dos mais importantes romances de ficção científica tenham sido abertamente satíricos em sua orientação.” (Booker and Thomas, 2009, p. 98).

19 Hoje, dois planos rodados sobrevivem atestando a tentativa.

20 Na literatura, a ficção científica multicultural tem um histórico relevante. Por exemplo, a cultura africana tem sido debatida por meio de obras como *Paradise* (1989) e *Kirinyaga* (1998), de Mike Resnick (que recria o Quênia e a cultura queniana), ou *The Evolution's Shore* (1995, originalmente publicado no Reino Unido como *Chaga*) e *Kirinya* (1998), de Ian McDonald. Em seus romances de FC, McDonald também já se voltou para a Índia de 2047, em *River of Gods* (2005), e o Brasil do passado, presente e futuro, em *Brasyl* (2007) (2009, p. 125). Autores afro-americanos, como a feminista Octavia Butler, ou o escritor e crítico Samuel R. Delany, também tratam de temas como África, escravidão, diáspora africana, miscigenação, sexualidade, homossexualismo etc., em algumas obras-primas da ficção científica, como *Babel-17* (1966), *The Einstein Intersection* (1967) e *Dhalgren* (1975), de Delany, ou a trilogia “Xenogenesis”, que abrange os romances *Dawn* (1987), *Adulthood Rites* (1987) and *Imago* (1989), de Butler.



e imigração, como *Código 46* (*Code 46*, 2003), de Michael Winterbottom, *Filhos da Esperança* (*Children of Men*, 2006), de Alfonso Cuarón, ou *Distrito 9* (*District 9*, 2009), de Neill Blomkamp.²¹

Em sua inspiração materialista ou marxista, *Sleep Dealer* também adere à problemática pós-colonial. Mais especificamente, formula uma crítica ao imperialismo norte-americano, valendo-se dos instrumentos de um gênero que já foi substancialmente associado à ideologia imperialista (negativa ou positivamente). A orientação marxista, a estética realista e o discurso anti-imperialista de *Sleep Dealer* alinham o filme de Rivera a uma safra contemporânea de filmes de ficção científica internacionais, de caráter mais “autoral”, orçamento mais “moderado” e contexto de produção mais cosmopolita ou transnacional.

Em sua inspiração materialista ou marxista, *Sleep Dealer* também adere à problemática pós-colonial. Mais especificamente, formula uma crítica ao imperialismo norte-americano, valendo-se dos instrumentos de um gênero que já foi substancialmente associado à ideologia imperialista (negativa ou positivamente).

Assim como os já citados *Filhos da Esperança* e *Distrito 9*, *Sleep Dealer* é representativo de um grupamento de filmes revigorados dentro do cinema de FC contemporâneo, com forte orientação realista,

²¹ *Distrito 9* é uma alegoria sobre o apartheid em que alienígenas cumprem o papel de minoria segregada. Assim como *Sleep Dealer*, *Distrito 9* deriva de um *mockumentary* anterior, *Alive in Joburg* (2005), também escrito e dirigido por Blomkamp. *Filhos da Esperança* é uma adaptação do romance *The Children of Men* (1992), de P. D. James, e descreve um futuro próximo em que a humanidade é estéril, condenada à extinção. Num cenário decadente de imigração ilegal, segregação racial e repressão a grupos terroristas, uma jovem africana é encontrada miraculosamente grávida. Mas o filme mais semelhante a *Sleep Dealer*, embora sob outra perspectiva, talvez seja mesmo *Código 46*, o qual também versa sobre trabalho ilegal num cenário de Estados fortificados, remake pós-moderno do *Édipo-Rei* (427 a.C.) de Sófocles, atravessado pelo tema da clonagem.

marxista e multicultural – talvez, melhor dizendo, transcultural²². Nesse sentido, tal safra de filmes contribui para o resgate da vocação universalista original da literatura de FC, um gênero naturalmente contestador de fronteiras, classes e definições.²³

²² Devemos assinalar aqui a distinção entre os conceitos de multiculturalismo e transculturalismo. Stuart Hall explica que “O multiculturalismo refere-se a estratégias e políticas adotadas para governar ou administrar problemas de diversidade e multiculturalidade gerados pelas sociedades multiculturais. É normalmente utilizado no singular significando a filosofia específica ou a doutrina que sustenta estratégias multiculturais” (HALL, 2003, p. 52). Segundo Cláudia Álvarez (2012), “Por oposição à ênfase do multiculturalismo na *coexistência* de uma pluralidade de culturas, o transculturalismo distingue-se por realçar a *mistura* de diversas culturas na contemporaneidade. Enquanto o primeiro conceito estabelece fronteiras de reconhecimento e institucionalização das múltiplas culturas que coexistem entre si, o transculturalismo salienta a fluidez dessas fronteiras.” (disponível em <http://www.arte-coa.pt/index.php?Language=pt&Page=Saberes&SubPage=ComunicacaoE LinguagemCultura&Menu2=Autores&Slide=122>)

²³ M. Keith Booker e Anne-Marie Thomas observam que, “Em seu potencial de imaginar tanto a ‘Alteridade’ quanto alternativas ao status quo, a ficção científica tem se provado uma literatura tão eficiente em desconstruir a categoria de raça quanto a de gênero.” (2009, p. 124). Um filme como *Sleep Dealer* opera dentro desse circuito. No âmbito da literatura de ficção científica multicultural (ou pós-colonial), Booker e Thomas observam ainda que “Adicionalmente, nos últimos anos escritores pós-coloniais têm começado a se voltar à FC para expressar o estranhamento dos encontros históricos de suas sociedades com a modernidade ocidental. Ao menos para leitores ocidentais, as perspectivas desses autores produzem um duplice estranhamento cognitivo porque eles escrevem de posições culturais não-ocidentais, ao mesmo tempo em que empregam recursos cognitivos usuais da ficção científica como um gênero.” (2009, p. 124) O diagnóstico de Booker e Thomas pode ser facilmente transposto para o contexto cinematográfico, com diretores e roteiristas “pós-coloniais” que recorrem à FC enquanto ferramenta de expressão das ansiedades e estranhezas inerentes ao encontro de culturas não-ocidentais com a modernidade ocidental. Da mesma forma, esses profissionais e artistas do meio cinematográfico também trabalham de uma posição não-ocidental (ou “transportam” essa posição, tornada explícita pelo modo com que seus filmes são enunciados), ao mesmo tempo em que manipulam recursos característicos da FC enquanto gênero classicamente atado à modernidade ocidental. Não há dúvida de que um realizador como Rivera se encaixa nessa categoria. Muito antes de *Sleep Dealer* e demais filmes contemporâneos, o mesmo processo já podia ser detectado em títulos como *Brasil Ano 2000* (1969), de Walter Lima Jr., ou *Parada 88: Limite de Alerta* (1978), de José de Anchieta.



Considerações finais

De forma esquemática, poderíamos dizer que *Sleep Dealer* nos ajuda a concluir os seguintes aspectos a respeito do cinema de ficção científica contemporâneo:

1) O interesse por temas da agenda social, política e econômica mundial, em extrapolações de caráter especulativo, em geral com viés documentário.

2) A recorrência a três assuntos em especial: Estado policial (terrorismo implícito), imigração e vicariedade.

3) A força do olhar periférico ou da apropriação de um gênero, supostamente americano em essência (conforme defende John Baxter em *Science Fiction in the Cinema*, 1970, a meu ver equivocadamente), por artistas não-americanos.

4) Declínio do *blockbuster* face a iniciativas economicamente menos ambiciosas, porém, por vezes mais inspiradas e criativas, renovadas por uma abordagem mais cosmopolita.

5) Importância da tecnologia digital como ferramenta de acesso a um cinema de FC mais independente e, eventualmente, mais cosmopolita.

6) Abertura de outra via para o cinema de ficção científica mexicano, menos dependente de “âncoras” culturais locais e estratégias de paródia do padrão norte-americano, e mais universalizado, talvez a exemplo da cinematografia equivalente na Argentina.

Sleep Dealer é uma ficção extrapolativa do cenário contemporâneo inserido no vasto contexto das distopias cinematográficas de FC, herdeiras da tradição distópica da literatura. A distopia ou anti-utopia talvez seja o *locus* onde as relações entre ficção científica e realidade ficam mais evidentes,

sobretudo quando se recorre à estilística satírica.²⁴

Em resumo, *Sleep Dealer* é um filme essencialmente híbrido em diversos aspectos²⁵, a começar por seu caráter de co-produção, mas

24 Conforme assinalam Booker e Thomas, “Se sociedades utópicas são tipicamente projetadas para permitir a máxima realização do potencial humano individual, sociedades distópicas impõem condições opressivas que interferem nesta realização. Tais condições opressivas são geralmente extensões ou exageros das condições que já existem no mundo real, permitindo que o texto distópico critique situações da realidade colocando-as num contexto não-familiar de uma sociedade ficcional extrema.” (2009, p. 65) Esse é o caso de *Sleep Dealer* e demais filmes de FC recentes, os quais dão prosseguimento à escalada do cinema de FC distópica, que tem início nos anos 1920 (em filmes como *Metropolis*, 1927, de Fritz Lang, e *Things to Come*, 1936, de William Cameron Menzies), mas que ganha novo fôlego a partir dos anos 1970 nos EUA, incorporando temas como ambientalismo, capitalismo selvagem, estados tecnológicos totalitários e discriminação de minorias. Em títulos como *Laranja Mecânica* (1972), de Stanley Kubrick, *Soylent Green* (1973), de Richard Fleischer, *Rollerball* (1976), de Norman Jewison, ou *Logan’s Run* (1976), de Michael Anderson – este último, diretor de *1984* (1984), adaptação do romance homônimo de George Orwell. Nos últimos anos, o cinema independente e o mercado de co-produções tem injetado sangue novo na linhagem distópica do cinema de FC, por meio do trabalho de artistas e profissionais das mais diversas nacionalidades e origens – caso do próprio Rivera, americano de origem latina, ou Alfonso Cuarón, chileno de nascimento baseado na Espanha. E Carl Freedman nos recorda que mesmo as utopias negativas/distopias – como *1984* (1949), de George Orwell, ou *The Handmaid’s Tale* (1985), de Margaret Atwood -, mantêm seu elo de afinidade com o marxismo: “Tais trabalhos são claros alertas contra sistemas sociais maléficos como os dos mundos inventados que os autores descrevem: porém alertas que são geralmente lançados não a partir de qualquer aceitação do status quo mas, ao contrário, de um senso de que as tendências que atingiram culminância extrema na ficção já estão presentes na realidade em nível alarmante.” (Freedman, 2009, p. 123)

25 Parecem atravessar o filme de Alex Rivera uma série de discursos entrecortados, pensamentos de autores como Garcia Canclini (*Culturas Híbridas*, São Paulo: Edusp, 2006), Manuel Castells (*A Sociedade em Rede*, São Paulo: Paz e Terra, 2007), Henry Jenkins (*Cultura da Convergência*, São Paulo: Aleph, 2008) e Zygmunt Bauman (*Identidade*, São Paulo: JZE, 2005), para nos determos em apenas alguns autores. Por falar em Bauman e sua idéia de identidade multifacetada, “poli-identidade” ou mesmo “identidade líquida”, o personagem Rudy Ramirez é exemplar. Filho de imigrantes mexicanos, o militar americano é o indivíduo cindido por excelência entre a etnia e a cultura, o “lado de cá” e o “lado de lá”, o passado e o presente, o dever e a culpa. Ele fala espanhol e inglês fluente e simultaneamente. Termina exilado, ou entregue à busca romântica de uma herança recalçada.



especialmente pelo olhar periférico que lança sobre a agenda social, política e econômica atual, mobilizando diversos vetores de pensamento (e.g. idéias de Garcia Canclini, Manuel Castells, Henry Jenkins, Zygmunt Bauman), num amálgama de referências imagéticas (Gibson, Dick, *Blade Runner*, *Minority Report*).

Outra hipótese que sugerimos aqui é a de que uma certa parcela do cinema de ficção científica tem se beneficiado da sutil “vocalização realista” e “documentária” do gênero, oferecendo novas e curiosas formas de registro das contradições sociais contemporâneas. Segundo o teórico marxista Adolfo Sánchez Vázquez:

Chamamos arte realista a toda arte que, partindo da existência de uma realidade objetiva, constrói com ela uma nova realidade que nos fornece verdades sobre a realidade do homem concreto que vive numa determinada sociedade, em certas relações humanas histórica e socialmente condicionadas e que, no marco delas, trabalha, luta, sofre, goza ou sonha. (2011, p. 32)

Sleep Dealer seria um bom exemplo de filme de ficção científica contemporâneo de extração realista/marxista, de certa maneira análogo – guardadas as devidas proporções – a um determinado tipo de “romance socialista”²⁶. Dessa forma, a afinidade entre a ficção científica – literária

26 Referimo-nos aqui a “romance socialista” essencialmente no sentido proposto por Friedrich Engels. Em carta de Engels a Margaret Harkness, autora de *A City Girl* (1887), o co-autor de *O Manifesto Comunista* tece alguns comentários sobre realismo literário e o romance socialista. Segundo Engels, o realismo significa, além da veracidade dos detalhes, reproduzir caracteres típicos em circunstâncias igualmente típicas. (2010, p. 67). O pensador alemão elogia Balzac como exemplo de um “mestre do realismo” maior que Zola, por ter desenvolvido em sua *Comédia Humana* “a mais extraordinária história realista da sociedade francesa, narrando, ano a ano e como se fora uma crônica, os costumes imperantes entre 1816 e 1848.” (Engels, 2010, p. 68). Os comentários de Engels na referida carta deixam entrever sua predileção por um certo “documentarismo” socialmente consciente.

ou audiovisual – e o Marxismo, evidente na motivação utópica comum a ambos (Cf. CSICSER-RONAY JR. 2003, p. 113), abrange também, no nível formal e talvez ainda mais simples, o papel e relevância da acuidade documental tanto para um gênero quanto para uma filosofia. Se logicamente não podemos falar de um realismo baziniano em filmes moldados segundo normas e princípios narrativos do cinema hollywoodiano²⁷, por outro lado poderíamos arriscar a análise de um certo “realismo lukácsiano” em filmes como *Sleep Dealer*, obras dotadas de um conjunto complexo e abrangente de relações entre o homem, a natureza e a história, no contexto típico de um determinado período histórico – no caso, o capitalismo pós-industrial da Guerra ao Terror, pós-11 de setembro (Cf. EAGLETON, 2011, p. 57).²⁸

Contudo, o impulso marxista e multicultural de *Sleep Dealer* parece circunscrito ao nível de seu conteúdo, não influenciando significativamente sobre sua forma. A despeito de seu discurso contestatório, o filme parece preservar-se nos moldes do cinema de ficção científica norte-americano, o mais identificado com as forças de dominação que Rivera procura desvendar. Poderíamos observar portanto uma suposta “contradição” entre forma e conteúdo em *Sleep Dealer* (normas e princípios narrativos hollywoodianos vs. Discurso político contra-hegemônico), assim como entre o discurso político assumido pelo filme de Rivera – contra-hegemônico,

27 O realismo de Hollywood, para alguns mais exatamente o naturalismo ou ilusionismo, difere formalmente do realismo cinematográfico preconizado pelo crítico francês André Bazin, autor de *Qu'est-ce que le Cinéma?* (1962) e um dos mais influentes pensadores do realismo cinematográfico no século XX.

28 A despeito de quaisquer revisões ou relativizações aplicáveis à teoria crítica de Georg Lukács, notadamente sua noção de “realismo”, uma investigação mais detalhada das contradições internas e dialógicas em filmes como *Why Cybraceros?* e *Sleep Dealer*, bem como de um suposto realismo lukácsiano em filmes de ficção científica contemporâneos, mereceria atenção específica em etapa subsequente ao breve trabalho aqui apresentado.



inclusivo, multicultural – e a caracterização de seus personagens.²⁹ Nesse sentido, *Sleep Dealer* perderia o ímpeto formal mais identificado com o proletariado, manifesto em *Why Cybracers?*, em favor de uma comunicação maior com o grande público, uma maior inserção no mercado. Dessa forma, acaba alinhado à controversa estratégia da indústria audiovisual hegemônica de cooptar o cinema independente. Tal observação, no entanto, ainda carece de análise mais aprofundada.

De toda maneira, após um exame mais detido de *Sleep Dealer*, fica nítido o discurso de inspiração marxista embutido na fábula, o enfoque nas relações de trabalho profundamente afetadas por tecnologias que implodem a esfera individual privada em favor de um alargamento da esfera pública governada pelo capital. Enfim, uma especulação distópica não muito distante da realidade, em que a exploração capitalista ultrapassa radicalmente não só as fronteiras nacionais e institucionais, mas também as fronteiras do corpo – o corpo enquanto ferramenta explícita a serviço de interesses privados.

29 O aspecto do “design” dos personagens é particularmente interessante na análise das contradições de *Sleep Dealer*. *Why Cybracers!* é uma sátira que assume retórica panfletária (paródica), e nesse sentido não apresenta protagonistas – um filme de propaganda sem personagens principais. *Sleep Dealer*, por sua vez, para expandir e adequar o discurso político de *Why Cybracers?*, necessita recorrer a personagens principais bem delineados, o “motor” narrativo de um cinema ideologicamente alinhado aos valores burgueses mais enraizados no capitalismo (industrial ou pós-industrial). De toda maneira, o que Marx e Engels observam em relação a Balzac poderia ser transposto para casos contemporâneos como o do cineasta Alex Rivera. Devemos lembrar também que Lênin já houvera comentado a respeito do uso de formas pré-revolucionárias na veiculação de conteúdos revolucionários (Cf. Eagleton, 2011).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ÁLVAREZ, Cláudia. Transculturalismo, disponível em <http://www.arte-coa.pt/index.php?Language=pt&Page=Saberes&SubPage=ComunicacaoELanguagemCultura&Menu2=Autores&Slide=122> (acesso em 04/05/2012)
- BOOKER, M. Keith e THOMAS, Anne-Marie. *The Science Fiction Handbook*. Chichester/Oxford/Malden: Wiley-Blackwell, 2009.
- EAGLETON, Terry. *Marxismo e Crítica Literária*. São Paulo: Editora Unesp, 2011.
- FLUSSER, Vilém. *Ensaio sobre a Fotografia: Para uma filosofia da técnica*. Lisboa: Relógio D'Água, 1998.
- FREEDMAN, Carl. *Marxism and Science Fiction*. In: GUNN, James; BARR, Marleen S.; and CANDELARIA, Mathew (eds.) *Reading Science Fiction*. London: Palgrave, pp. 120-32, 2009.
- HALL, Stuart. *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte/Brasília: Ed.UFMG/UNESCO, 2003.
- JAMESON, Fredric. *Progress Versus Utopia; or, Can We Imagine the Future?* *Science Fiction Studies* n.27, v. 9, part 2, July 1982, disponível em <http://www.depauw.edu/sfs/backissues/27/jameson.html>.
- LIM, Dennis. *At the Border Between Politics and Thrills*. *The New York Times*. 15/03/2009. Disponível em <http://www.nytimes.com/2009/03/15/movies/15denn.html>

REFERÊNCIAS FILMOGRÁFICAS:

- Why Cybracers?*. RIVERA, Alex. EUA: 1997. 5 min.
- Sleep Dealer*. RIVERA, Alex. EUA: 2008. 90 min.

Cibertíteres: Sobre um possível discurso marxista nos filmes de Alex Rivera
 Alfredo Suppia
 Igor Oliveira

Data do Envio: 2 de março de 2012.
 Data do aceite: 3 de maio de 2012.





Procurado e desejado: olhares de/sobre Roman Polanski

Wanted and desired: looks about Roman Polanski

Jonathan Raphael Bertassi da Silva ¹
Lucília Maria Sousa Romão ²

RESUMO Com este artigo, interpretamos sob a luz do referencial teórico da Análise do Discurso francesa as regularidades e rupturas discursivas presentes no polêmico episódio envolvendo a condenação, prisão e fuga do cineasta Roman Polanski e os efeitos de sentido inscritos em um de seus filmes, *Repulsa ao Sexo* (1965). Interessa-nos compreender os sentidos sobre patriarcalismo, violência contra a mulher, liberdade sexual feminina e a memória que sustentam os dizeres do/sobre a polêmica com o cineasta e sobre sua obra. Para enriquecer as análises, mobilizaremos também recortes de *blogs* e trechos do documentário *Roman Polanski: Procurado e Desejado* (2008), abrindo assim o leque de interpretações possíveis sobre nosso *corpus*.

PALAVRAS-CHAVE Discurso; cinema; memória discursiva; arquivo discursivo; Roman Polanski.

ABSTRACT With this paper, we interpret, in the light of theoretical framework from French Discourse Analysis, discursive ruptures and regularities present in the controversial episode involving the sentencing, imprisonment and escape of the film director Roman Polanski and the effects of meaning inscribed in one of his films, *Repulsion* (1965). We are interested in understanding the meanings of patriarchy, violence against women, female sexual freedom and the memory that holds the words of/about the controversy about the filmmaker and his work. To enrich the analysis, we also mobilize *blogs* clippings and excerpts from the documentary *Roman Polanski: Wanted and Desired* (2008), thus paving the range of possible interpretations of our *corpus*.

KEYWORDS Discourse; movies; discursive memory; discursive archive; Roman Polanski.

1 Mestrando em Psicologia pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo (FFCLRP/USP). Possui graduação em Ciências da Informação e da Documentação pela FFCLRP/USP. Apoio: FAPESP: 2010/02844-3; Laboratório Discursivo E-I@dis – FAPESP 2010-510290. E-mail: cid_sem_registro@yahoo.com.br.

2 Livre-docente em Ciência da Informação, Profa. Dra. do curso de Graduação em Ciências da Informação e da Documentação e do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da FFCLRP/USP. Profa. colaboradora do Mestrado em Ciência, Tecnologia e Sociedade da UFSCar. Bolsista CNPQ. Laboratório Discursivo E-I@dis – FAPESP 2010-510290. E-mail: luciliamsr@uol.com.br



Introdução

*“A única forma de me livrar de meus medos é
fazer filmes sobre eles.”*

(Alfred Hitchcock)

A partir deste trabalho, buscamos algumas das múltiplas interpretações possíveis para o episódio da prisão e fuga dos Estados Unidos do cineasta europeu Roman Polanski, condenado por sexo ilícito com uma garota menor de idade, e os efeitos de sentido sobre liberdade sexual da mulher, conflitos entre sexos e outras regiões de sentido que apontem para a problematização da sexualidade em um de seus filmes, a saber, o clássico inglês *Repulsa ao Sexo* (1965). Interessa-nos investigar tanto a memória, que sustenta as inscrições de denúncia sobre a violência à mulher em ambos os casos, quanto a ruptura possível e a re-significação da vida e da obra de Polanski a partir de sua prisão, ocorrida mais de trinta anos depois de condenado, na Suíça, com a repercussão polêmica gerada na *blogosfera* da rede eletrônica.

Para lançar um olhar atento a essas diversas leituras possíveis, entendemos ser pertinente o referencial teórico-metodológico da Análise do Discurso (AD) de matriz francesa, posto que ele entende o sujeito como atravessado pela ideologia e o inconsciente, fazendo necessário levar em conta as condições de produção e o contexto sócio-histórico para compreender a abertura e os furos presentes na formação discursiva tanto no caso da mídia (imprensa ou eletrônica), quanto do discurso fílmico que caracteriza o trabalho artístico do cineasta. Por se tratar da materialidade fílmica, atentamos para o uso de conceitos da AD que levem em conta o não-verbal, os quais elucidaremos no corpo teórico do texto. Este trabalho integra uma pesquisa envolvendo outros filmes dos anos

sessenta, todos interpretados sob o viés da AD e nos quais buscamos os sentidos de liberdade e opressão do sujeito-mulher no cinema híbrido daquele período, no qual as condições de produção sócio-históricas levaram a uma efervescência política e cultural, sobretudo na Europa e nos Estados Unidos, o que refletiu na sétima arte e inscreveu uma ruptura com o já-estabelecido sobre a imagem da mulher retratada no cinema, tanto no cinema dito “de arte” quanto no *mainstream* de Hollywood.

Um filme e muita polêmica

A título de contextualização do tema desse trabalho, destacamos que Roman Rajmund Polanski nasceu em Paris em 1933, mas foi criado por pai judeu na Polônia. Quando ocorreu a ocupação nazista nos anos quarenta, durante a Segunda Guerra Mundial, ele e sua mãe foram presos nos campos de concentração. A exemplo do protagonista de seu filme *O Pianista*, ele escapou do confinamento e sobreviveu; a mãe, contudo, morreu nas câmaras de gás, dando início a uma vida marcada por tragédias que culminaria com a morte da esposa – a modelo e atriz Sharon Tate – assassinada grávida pela seita do maníaco Charles Manson, em 1969, além da prisão e fuga dos EUA no fim dos anos setenta, que o levou a uma espécie de exílio na Europa.

Em 1977, mediante queixa da mãe de uma garota estadunidense, então com treze anos, chamada Samantha Geimer, Polanski foi acusado de crimes como estupro mediante uso de drogas, relação sexual ilegal, fornecimento de drogas para menor de idade, perversão e sodomia. A relação sexual teria acontecido na casa do ator e amigo pessoal do diretor, Jack Nicholson (com quem filmara *Chinatown* havia poucos anos), ocasião em que a menina foi deixada sozinha com o cineasta com consentimento da mãe. Após acordo entre as partes envolvidas, Polanski foi condenado apenas por relação sexual



com menor de idade, passando 42 dias preso numa instituição psiquiátrica.

Depois de libertado, o juiz requisitou nova prisão do cineasta, porém Polanski fugiu às pressas para a França, país no qual o crime de “relação sexual com menor” não é reconhecido. Desde então, passou a evitar países que tenham acordo de extradição com os EUA. A polêmica ganhou novo fôlego com a prisão do diretor em Zurique, em setembro de 2009, 32 anos após o suposto crime, quando o diretor estava com 76 anos. Polanski foi solto quase um ano depois, não sem antes ser tragado por uma rede de intrigas de cunho moral, político e diplomático que gerou mal-estar entre as sociedades européia (principalmente suíça e francesa) e estadunidense. Interessa-nos aqui entender como esse episódio remonta à obra do diretor e re-significa tanto seus filmes (muitos dos quais, ironicamente, tem a sexualidade do sujeito-mulher como força motriz do enredo) quanto sua biografia, polemizada na Internet via *blogs* que repercutiram o evento.

Repulsa ao Sexo – a obra que propomos investigação neste trabalho – data do início de carreira de Polanski, artista cosmopolita que já trabalhou em diversos países europeus até finalmente se consagrar em Hollywood em clássicos como *Chinatown* e mais recentemente *O Pianista*, que lhe rendeu um Oscar de melhor direção em 2003, o qual ele não pôde receber pessoalmente em decorrência do impasse jurídico que o impede de estar em solo estadunidense. *Repulsa ao Sexo* inaugura a chamada “trilogia dos apartamentos”, junto com *O Bebê de Rosemary* e *O Inquilino*, todos sobre o isolamento nos grandes centros urbanos e a dificuldade de contato com o(s) outro(s).

A personagem principal é vivida por Catherine Deneuve na flor da juventude, ainda antes de se tornar amplamente conhecida no clássico de Buñuel *A Bela da Tarde* (1967). Deneuve vive Carole, uma manicure

mentalmente perturbada que se vê às voltas com delírios e perturbações sobre sua representação da figura masculina quando a irmã viaja a lazer e ela se encontra sozinha no apartamento onde moravam. A personagem funciona como a antítese das *sex symbols* que permearam o cinema dominante nas décadas anteriores (investigadas com propriedade por MULVEY, 1996), levando à tona (sub)tramas sobre a problemática do abuso sexual intra-familiar, com revelação gradual da repressão do desejo feminino e o preço disso para a contrapartida masculina, contada em tom de filme de horror por Polanski, não por acaso especialista nesse gênero desde seus primeiros filmes.

Partimos aqui da premissa que a libertação da mulher, principalmente no campo da sexualidade, não necessariamente se dá de uma forma linear, evolucionista, de menos para mais direitos e liberdade. Um dos trabalhos mais pertinentes nesse aspecto é a obra clássica de Friedrich Engels, *A origem da família, da propriedade privada e do Estado* (1884), na qual o filósofo marxista discorreu sobre a passagem do matriarcado para o patriarcado com ligações estreitas à noção de “propriedade privada”. A família monogâmica, o chamado *heretismo* (que naturaliza a infidelidade conjugal somente aos homens) e a dominação do homem sobre a mulher, a fim de ter segurança de que seus genes serão passados à prole, são produtos do patriarcado que, enfim, está relacionado ao *modus operandi* do capitalismo. A (quase) obrigatoriedade do matrimônio e a mulher discursivizada a partir da e na lógica do casamento e sua desimplicação da esfera política (ao menos de modo explícito) passa então a ser a ordem do dia, o que se nota maiormente na Grécia Antiga, momento em que a segregação – principalmente de atuação política – entre homens e mulheres se fez de modo mais gritante.

Nesse percurso, os aparelhos ideológicos de



Estado (tal como os chama Althusser) da Família e da Igreja surgem como alicerces da submissão feminina. A sanção moralizante de exclusividade sexual, que nem sempre foi tão contundente quando aplicada às mulheres como é sob influência do cristianismo, assume papel fundamentalmente ligado ao controle do prazer e dos corpos das mulheres. Com efeito, um inquisidor do século XV, como nos lembram Alves e Pitanguy (1991, p.24), sentenciou, com todas as letras: “se hoje queimamos as bruxas, é por causa de seu sexo feminino”. No cinema a negociação de sentidos entre o mostrar e o silenciar também não se deu de modo gradual. O trabalho de Mulvey (1996) recorda como a mulher era retratada em tintas amorais nos anos vinte, antes do Código Hays vigorar em Hollywood, até sucumbir nos anos sessenta com obras como *Repulsa ao Sexo*. O feminismo surgiu nesse contexto como efeito de ruptura com estes sentidos estabilizados, produzindo uma fissura para que a mulher pudesse assumir outras posições, quais sejam, o direito a ter sua voz ouvida como ser político e inscrito na sociedade, direito sobre o próprio corpo, escolha do prazer sexual e aborto, direito ao mundo do trabalho e a construir relações sociais não necessariamente regidas pela submissão ao poder masculino. Tais rupturas, porém, ainda estão longe de configurar uma equanimidade entre os sexos ainda hoje; em muitos casos, os debates sobre os mesmos na efervescência cultural e política dos anos sessenta na Europa (com o Maio de 68) e nos EUA (principalmente com o movimento *hippie* e feminista) são mais ousados, se comparados com os sentidos atrelados ao feminino e suas posições atualmente, inclusive (talvez sobretudo) na esfera da sexualidade. Daí a pertinência de resgatar a discursividade sobre o que representava a mulher e sua sexualidade naquele período em confronto com o que é observado mais recentemente, no que

o “Caso Samantha” é particularmente emblemático.

Memória e as condições de produção nas tramas do discurso

Para a Análise do Discurso (AD) francesa, referencial teórico que escolhemos para interpretar um filme e empreender um gesto de leitura a partir da perspectiva da univocidade absoluta, seguindo o mito da transparência da linguagem é, conforme indica Ferreira (1998), ilusório e ingênuo. Não há sentidos literais, categóricos, passíveis de uma decodificação unívoca pelo sujeito-leitor, como se esse processo estivesse desvinculado do contexto sócio-histórico. Muito pelo contrário, a AD vem justamente mostrar como, tanto na função de autor, quanto na de leitor, o sujeito inscreve significados eivados de historicidade. A ideologia inscreve-se, portanto, no processo de construção de gestos de leitura, os quais tendem sempre a serem plurais e múltiplos, indiciando a posição do sujeito-leitor.

O sujeito para nós não é quantificável, mensurável, como é o indivíduo ou a pessoa no sentido empírico; não é o falante que se apropria da língua(gem), como aquele que aprende a usar uma ferramenta. Percebemos a reviravolta discursiva rememorando como o sujeito é encarado na Lingüística tradicional, nela, o sistema se impõe: nas teorias estruturais, o sujeito é mero suporte da linguagem; no transformacionalismo, é um sujeito abstrato e ideal, passível de compreender e dizer tudo caso internalize certo sistema de regras. Tem-se aí um sujeito a-histórico, formal. Já a AD, em contrapartida, pondera a relação do sujeito com a linguagem sem negar a contradição e sua relação com a exterioridade, pois ele se inscreve numa formação discursiva que se relaciona com outras (ORLANDI, 1990). A relação simbólica entre o homem e suas condições materiais é mediada pela ideologia, que produz a aparente “naturalidade” dos



sentidos. Cabe ao analista rastrear os mecanismos que fazem essa suposta transparência jogar com o sujeito, considerando que ele não pode “escolher” os sentidos do que diz, muito embora, por meio dos esquecimentos (PÊCHEUX, 1997), supunha que essa escolha seja viável e verdadeira.

O sentido, na perspectiva discursiva, não tem origem nem no sujeito, nem na história. Sujeito e sentido se constituem simultaneamente, por isso, não há um sentido adâmico, legítimo e original para um significante, enunciado ou discurso qualquer; o que existem são efeitos de sentido. Em vista disso, os sentidos não existem por si, mas são determinados pelas posições ideológicas do sujeito, o que faz com que a interpretação das palavras mudem de acordo com essas posições. Isso acontece porque a apropriação da linguagem pelo sujeito não se dá num movimento individual, mas social.

A noção de discurso para a AD é diferente daquela recorrente no senso comum. Se neste, a palavra é empregada para se referir, especificamente, ao uso da retórica, a pronunciamentos de políticos ou qualquer outro que prime pela eloquência em eventos sociais de relevância, a AD entende o discurso – objeto de investigação científica da disciplina – como “efeitos de sentido entre interlocutores” (PÊCHEUX, 1997), rompendo, portanto, com a definição do senso comum. O sentido das palavras não são transparentes nem literais em relação aos significantes (embora o sujeito tenha essa ilusão), não existem em si mesmos, mas são determinados pelas posições ocupadas no processo sócio-histórico, o palco da (re)produção das palavras no qual o sujeito está intrinsecamente ligado para fazer circular seus dizeres. “Onde está a linguagem, está a ideologia.” (ORLANDI, 2003, p.34). A linguagem é, portanto, fundamentalmente inscrita pela instância ideológica ligada à luta de classes e pelo poder no âmbito do cenário social. Muito embora este

não seja sempre o mesmo e as posições em jogo sejam fluidas, fazendo com que sujeito e sentidos estejam em permanente movimento na tensão entre o *mesmo* e o *outro*, os sentidos sempre são inscritos ideologicamente.

Outra noção recorrente na teoria do discurso é a de memória discursiva, que, conforme Orlandi (2005) representa o saber discursivo que possibilita todo dizer, estabelecendo a base do dizível e sustentando a tomada das palavras. Isso ocorre através da retomada do pré-construído, que fornece a ancoragem para a tomada do interdiscurso, e é entendido por Romão (2002, p. 30) como o sempre-já-aí da interpelação ideológica, o “(...) mecanismo da ideologia que empresta sentidos para o dito ser formulado, para o sujeito se deslocar discursivamente”. Para o analista do discurso, a memória não é entendida no sentido documental, social, mas como memória dos sentidos. “Memória deve ser entendida aqui não no sentido diretamente psicologista da ‘memória individual’, mas nos sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória do historiador” (PÊCHEUX, 1999, p. 50).

Cada sujeito instala-se em dizeres já ditos antes para produzir efeitos de sentido, sendo que ela (a memória) é um espaço móvel, de polêmica e disputas, fissurado pelos imprevisíveis e sujeita a deslocamentos; não é acumulada como num reservatório estanque. Não é usada aqui como sinônimo de recordações de um passado distante, nem à memória dos museus, mas da memória afetada tanto pelo que pode ser dito quanto pelos esquecimentos, pelo que foi apagado e pelo que ainda está por dizer, como latência das possibilidades (FERRAREZI, 2007). Assim, a memória discursiva indica também que o sujeito precisa esquecer certos sentidos para poder dizer outros, e isso sem o saber; por conta disso, o sujeito tem



a impressão de completude, de não esquecer nada, de tudo dizer de modo claro e óbvio, a isso damos o nome de evidência ideológica do sentido único. Como espaço de (des)regularização dos sentidos, a memória não é estanque, e pressupõe um movimento de atualização que (re)constrói o passado, através dos esquecimentos e disputas que ela pressupõe. O acontecimento no discurso (noção que veremos adiante) causa o choque na via de acesso aos sentidos, abrindo para o jogo de forças, de tensões e de posições-sujeito em permanente vir-a-ser.

Discurso, cinema e opacidade na materialidade fílmica

Pelo estudo formal da imagem, não se considera seus usos sociais, historicamente determinados como ocorre na mídia. Limita-se a uma descrição formal da imagem sem considerar sua materialidade como dimensão discursiva (SOUZA, 1998). De acordo com Zen (2007), os elementos não lingüísticos estão, nos estudos tradicionais, entendidos de modo reducionista numa leitura com começo meio e fim imaginários tal como nos elementos lingüísticos, sendo que o movimento de leitura dessas materialidades é diferente. Em vista disso, procuramos, em Pêcheux (1999), o conceito de imagem para a AD, não como legível na transparência, mas opaca e muda, pois um discurso a atravessa e a constitui. A imagem como operadora da memória social, para Pêcheux, comporta um programa de leitura em seu interior, mas inscrito discursivamente em outro lugar, o que faz dela algo como a recitação de um mito.

Posto que a AD coloca-se como alternativa tanto ao formalismo quanto ao conteudismo, buscamos desfazer o falso dilema entre forma e conteúdo; assim, não se busca distinguir nem o aspecto formal nem o “conteúdo” do sentido, mas sim com a forma material, que é lingüística e histórica (ORLANDI,

1990). O discurso não é entendido como conjunto de textos, mas efeitos de sentido entre interlocutores. Como consideramos as condições de produção do sentido e as formações discursivas e ideológicas, a materialidade significativa nos modos de produção dos sentidos também é passível de análise. A opacidade da linguagem não é característica apenas do verbal, portanto o discurso artístico pode ser compreendido em seu funcionamento nos processos verbal e não-verbal (NECKEL, 2006). A pesquisa que considera esses dois processos, como é o caso deste trabalho, colabora para aprofundar as noções relativas ao não-verbal, a opacidade em seus dizeres e silenciamentos, evitando, assim, que ele continue relegado a um espaço menor no escopo teórico da AD.

Ao mover o estudo da imagem para o referencial do discurso, entendemos o texto imagético, como diz Souza (1998) com suas marcas de heterogeneidade, como o silêncio, o implícito e a ironia. Já discorremos acima sobre alguns destes conceitos conforme a AD os interpreta, mas é nosso interesse mostrar aqui também que a teoria do discurso busca estudá-los a partir da sua forma, da sua materialidade, caso por exemplo da aplicação da heterogeneidade e do silêncio operando na formulação do conceito de policromia (SOUZA, op. cit.), segundo o qual os operadores não-verbais da imagem (ângulo da câmera, cores, detalhes, etc) revelam, em sua co-relação, um conjunto de heterogeneidades no imagético, os quais não somente lidam com a textualidade da imagem como instauram a produção de outros textos não-verbais. Tais marcas não podem ser pensadas como vozes, sob risco de reduzir a análise do não-verbal às categorias típicas do verbal.

Analisar a imagem como discurso permite ainda entender como funcionam os discursos sobre a imagem; discursos que vêm corroborando o mito da informação (evidência de sentido),



aliado a um outro mito – o da visibilidade (a transparência da imagem), os quais são fundados nos e pelos aparelhos mediáticos que produzem a assepsia da comunicação, e do próprio acontecimento discursivo, no caso, à mercê dos esforços que procuram despi-lo ao máximo da sua complexidade (SOUZA, 2001a, p. 23).

Ainda para esta autora, os estudos convencionais sobre o processo de significação estão restritos a duas vertentes majoritárias; a primeira toma a imagem tal como se toma o signo lingüístico, cujo debate se dá sobre as questões da arbitrariedade e da referencialidade. A segunda corrente limita-se aos traços que caracterizam o imagético, como sombras, cores, texturas, etc, visando dar legibilidade à imagem no que lhe seria específico e produzindo uma descrição do visual. Com a mobilização da teoria discursiva, a análise da imagem pretende significá-la para além dos efeitos ideológicos e regularizados de que uma imagem pode ser decodificada com clareza, exatidão e transparência.

Análise de recortes

As pessoas reagem à dor de diferentes formas.

Alguns vão a um monastério.

Outros começam a visitar prostíbulos.

(Roman Polanski) ¹

Para o arranjo do *corpus* que analisamos a seguir, selecionamos trechos de um blog disponível na rede eletrônica e recortes do filme *Repulsa ao Sexo* (1965), a fim de polemizar os sentidos em ambos os casos e encontrar regularidades e/ou rupturas nos mesmos. No caso do filme, lidamos com os conceitos de segmento e de recorte, conforme enunciados por

¹ Em entrevista citada no documentário de Marina Zenovich, citado nas referências do artigo. Com 46min de projeção

Souza (2001b): o segmento está sugerido *a priori* na montagem do filme, enquanto a noção de recorte é instituída pelo analista, o que favorece a relação silêncio/imagem não sugerida pela estrutura do filme. Também recuperamos momentos do documentário *Roman Polanski: Procurado e Desejado*

O recorte abaixo, extraído do *blog Escreva Lola Escreva*, é de autoria da feminista e doutora em literatura inglesa Lola Aronovich, em texto intitulado “Caso Polanski: existe todo um contexto”², publicado em 2 de outubro de 2009 – ou seja, pouco tempo após a prisão do diretor em Zurique, com a polêmica ainda recente circulando na mídia. Em seu extenso texto, a autora – cinéfila e admiradora confessa da obra de Polanski – defende que o diretor já foi suficientemente punido por meio das tragédias pessoais e faz até alusões a Caetano Veloso:

[...] faz pouco tempo, Paula Lavigne causou comoção ao revelar que perdeu a virgindade aos 13 anos com Caetano, que tinha 40. Foi estupro? Pela lei, sim. Pra Paula e pra Caetano, não (depois eles se casaram isso muda alguma coisa?). No caso de Polanski foi diferente. O depoimento de Samantha mostra que ela disse “não” em vários momentos. E, se uma pessoa diz não e a outra continua, é estupro. Porém, 32 anos atrás Polanski não foi acusado de estupro, mas de “sexo ilegal com menor de idade”. A gente pode reclamar dessa injustiça que foi esse acordo de Polanski ser acusado pelo menor crime, mas não pode mudar a acusação. Ou é isso que a gente quer, retroceder três décadas e mudar a acusação? Polanski foi avaliado por psiquiatras que disseram que não, ele não era pedófilo (e as definições do que constitui pedofilia são bem diferentes de fazer sexo com uma menina de 13 anos). A gente quer voltar atrás e dar uma nova definição pra pedofilia, pra que possamos enquadrar Polanski nessa definição?

² Disponível em: <<http://escrevalolaescreva.blogspot.com/2009/10/caso-polanski-existe-todo-um-contexto.html>>. Acesso em 19 jun 2011.



Por chamar a memória de um relato que “faz pouco tempo” ter ganhado notoriedade midiática, sobre a virgindade de Paula Lavigne perdida com Caetano Veloso, Aronovich resgata a memória sobre o contexto dos anos sessenta/setenta num caso mais próximo de nós, brasileiros, do que o de Polanski, embora ambos os casos tenham semelhanças. Deste modo, instala-se um efeito de simpatia com o sujeito-leitor brasileiro, ao equiparar as figuras de Caetano e Polanski. Ao mesmo tempo, faz um gesto de leitura que afasta o discurso jurídico, de um lado, da vontade dos envolvidos numa relação sexual, do outro. Mais ainda: a autora não só refuta o papel do casamento como “minimizador” do crime de estupro (“isso muda alguma coisa?”), como ainda coloca a observação entre parênteses, enfatizando o sentido de observação acessória – o que reflete no fato de ser ou não casado(a) como secundário, quando se trata de violência contra a mulher. A formação discursiva (FD) feminista opera aí fazendo com que o sujeito se “identifique” com esse sentido que não entende o matrimônio como dominante, se inserindo numa região de sentidos contrária à cristã e, ao mesmo tempo, ao discurso jurídico que instala efeitos de aliança com o cristianismo ao sobrepor o casamento à violência de ordem sexual.

Tal FD, contudo, é aberta e por ela perpassam sentidos que se confrontam no interior do texto. No restante do trecho citado, Aronovich diversas vezes recorre ao próprio discurso jurídico não mais para criticá-lo, mas para se apoiar nele para realizar a defesa do diretor, com ênfase no trecho “A gente pode reclamar dessa injustiça que foi esse acordo de Polanski ser acusado pelo menor crime, mas não pode mudar a acusação”. A frase traz um conflito em si mesma (“reclamar da justiça”, de um lado, mas “não poder mudar a acusação”, de outro) e o que prevalece, no restante do trecho, é um efeito de aliança com o discurso jurídico dominante (sobretudo

quando tece seus argumentos sobre a noção de “pedofilia” e se ampara, para tal, no diagnóstico do psiquiatra forense) – ironicamente, o mesmo que a autora ataca quando, por exemplo, resgata implicitamente a memória sobre o atravessamento do interdiscurso cristão no jurídico ao tecer sentidos de impunidade quando o estupro é casado com a vítima, ou seja, o matrimônio como absolvição do crime. De fato, uma das indagações feitas no julgamento de Polanski, citadas no documentário *Procurado e Desejado*, era sobre ele ser ou não casado com Samantha, a suposta vítima.

Em outro momento de seu artigo, Aronovich recorda:

Polanski cometeu um crime ao estuprar Samantha e um erro ao fugir. Pessoalmente, eu acho que ele foi bastante punido: não pôde mais trabalhar nos EUA, que é a Meca do cinema. Mas, enfim, desculpem decepcioná-los, Polanski não era nem é um serial rapist, um estupro em série. E nem um pedófilo. Era um homem que, como muitos outros (que eu acho igualmente repulsivos), sentia atração sexual e achava tudo bem transar com adolescentes.

Vemos aí operando os mecanismos de antecipação, que regem o discurso do sujeito, na medida em que a autora “prevê” que será amplamente refutada por seus leitores (“desculpem decepcioná-los”). Além dos referidos mecanismos, notamos também como a autora parece trabalhar com a noção de *condições de produção* bem ao modo da AD, o que já faz logo no título do artigo (“existe todo um contexto”) e prolonga na argumentação, em especial em trechos como o acima mencionado. A filiação da autora à FD feminista é instalada sobretudo pelo uso do termo “estuprar”, no início do recorte, visto que na circulação midiática da notícia a noção de estupro relacionada ao caso



está longe do consenso. Paradoxalmente, a própria autora resgata os sentidos geralmente regulares na FD contrária no final desse mesmo trecho, quando alega que o cineasta era um homem que “achava tudo bem transar com adolescentes”. A transa aqui silencia a palavra “estupro”, que poderia muito bem ocupar o mesmo lugar na oração – “achava tudo bem *estuprar* adolescentes” – mas com efeitos de sentido bastante divergentes, na medida em que apaga a problemática da autonomia (ou não) de Samantha para sancionar ou vetar o sexo. Também a caracterização da menor como “adolescente” ao invés de “criança” (palavra recorrente na FD que se opõe ao ato de Polanski) sugere uma autonomia ao menos relativa de Samantha.

A autora, mais uma vez antecipando os gestos de leitura dos internautas do *blog*, mais uma vez esboça uma filiação contrária ao sexo de homens mais velhos com menores através da observação “que eu acho igualmente repulsivos”, porém, da mesma forma que o comentário sobre casamento no recorte que citamos anteriormente, é posto entre parênteses e assume um efeito secundário, acessório. Nota-se aí o quanto a FD que circula no artigo é aberta, tece uma multiplicidade de efeitos que com frequência se confrontam, embora o texto não perca em momento algum o fio da meada. Mas o que mais chama a atenção, sem dúvidas, é a negação da “pedofilia” (“Polanski não era [...] um pedófilo”), muito possivelmente o termo mais regular na FD que se alinhou aos interesses do sistema judiciário estadunidense. Percebe-se como a autora nada mais fez do que trabalhar as condições de produção do sócio-histórico que determinava sentidos de veto e/ou libertação sexual nos anos setenta, o que era refletido inclusive na arte, por meio de retrato da sexualidade das então adolescentes Jodie Foster (em *Taxi Driver*) e Brooke Shields (em *Pretty Baby*), esta última citada nominalmente por Aronovich no

final de sua argumentação. Ou seja, a própria idéia de “pedofilia” como algo criminoso e/ou patológico era descabida à época ou, no máximo, um sentido que estava longe de ser o dominante, como é hoje. Basta notar como o uso do termo “pedófilo”, ao menos com a recorrência que tem atualmente, é bastante novo. Se remontarmos a contextos sócio-históricos ainda mais remotos, como na Grécia Antiga, notaremos como a sexualidade entre homens e crianças era ainda mais naturalizada. Porém, como a AD não cessa de nos lembrar, a memória e a ideologia operam também pelos esquecimentos e a noção da “pedofilia” surge cristalizada com um efeito de sempre-já crime/doença. A leitura sobre a prisão de Polanski e o motivo da mesma, portanto, é feita no momento da enunciação e a ideologia opera naturalizando a força do gesto do cineasta a partir das movências das condições de produção. Ser “pedófilo” hoje é deveras mais grave do que nos anos setenta e o sujeito-leitor dos jornais que bombardearam o cárcere de Polanski (a “pedofilia” surgiu em várias manchetes) em geral não questiona as condições de produção – todo o argumento de Aronovich é baseado nessa premissa. O discurso jurídico, assim sendo, nada mais fez do que legitimar essas rupturas sobre a liberdade ou veto para a sexualidade de/com meninas adolescentes, muito embora o efeito de memória oficial, de “preto no branco” da condenação do diretor seja citado sempre como uma quase “prova” de uma pretensa ausência de ideologia aos que querem sua condenação, esquecendo aí que diversos outros “pedófilos”, como o também cineasta Woody Allen, hoje são celebrados pelo mesmo país que caça Polanski.

Sobre a aliança dos discursos feminista e jurídico costurada pela autora, cujos recortes acima representam só uma das diversas polêmicas instaladas, culminam numa diversidade de



comentários também bastante divididos entre apoio e repúdio (às vezes, ambos num *post* só) por parte dos usuários, que remontam a um quadro de espanto e surpresa do sujeito-navegador ao constatar a alegação de Aronovich (supostamente) pró-Polanski. Um dos internautas (Pedro Nunes), por exemplo, chega a declarar “Fico imaginando se fosse sua filha se você continuaria defendendo o gênio que já foi punido pelo boicote a seus filmes. Feministas como você só ajudam a aumentar o machismo”. Vários outros comentários seguem a mesma linha, frequentemente com mais virulência.

Esse espanto com a ausência de maniqueísmo no texto da blogueira não acontece por acaso. Predomina aí uma formação imaginária, do sujeito-navegador, sobre a autora enquanto doutora e professora pela UFSC e feminista. Embora na parte do *blog* no qual Aronovich se apresenta, ela faça questão de salientar que “este não é um *blog* acadêmico”, o inconsciente fala mais alto ao sujeito-navegador e este antecipa que aquele é um espaço no qual se pressupõe uma FD fechada em si mesma, recuperando aí a memória de uma feminista acadêmica estereotipada, cujo discurso deveria assumir um viés “claramente” anti-Polanski. Muito embora diversos momentos do artigo “Caso Polanski: existe todo um contexto” – além dos comentários da blogueira com os usuários – reiterem o cineasta como esturador e rejeitem seu ato para com a menor, a insatisfação do sujeito-navegador frente ao texto continuou notável ao longo de todo o debate, em geral refutando a problematização sugerida pela autora.

Daí, acreditamos, a importância de citar também o Discurso Artístico (DA), conforme definição de Neckel (2005), resgatando obras cinematográficas que nos permitam compreender esse pré-conceito do sujeito-navegador com a FD acadêmica fechada, na Web, ao passo que o DA, no cinema, é comumente

associado à livre interpretação e ao polissêmico. Ao resgatar os conceitos de discurso autoritário, lúdico e polêmico conforme descritos por Orlandi (2003), Neckel situa a constituição do DA:

(...) o DA, cambiante por natureza, contraditoriamente, também pode ser atravessado pelo discurso autoritário e pelo discurso polêmico em diferentes proporções, confrontando diferentes FDs. Parece-nos que por ser constituído de processos discursivos ‘livres’ e abertos como o polissêmico e o não-verbal, não há como ‘rotulá-lo’ de polêmico, autoritário ou lúdico, apenas aproximá-los deste último, por causa de suas características fundantes (NECKEL, op. cit., p.2)

Notamos, dessa maneira, como essa constituição aberta e polissêmica do DA não é bem-vinda no discurso “acadêmico” (conforme antecipado pelo sujeito-navegador) da blogueira, o que nos leva a pensar se a formação imaginária que predomina nessa discursividade não remete, afinal, ao acadêmico como “discurso autoritário”, conforme definição de Orlandi.

Um olhar mais atento, contudo, notará possíveis imbricações entre o DA e o discurso do *blog*, rompendo assim com essa falsa animosidade entre ambos. Em determinado momento de *Repulsa ao Sexo*, o aspirante a namorado da reprimida e problemática Carole vai ao apartamento da mesma em busca de um diálogo afetivo, cujo desdobramento será trágico para o rapaz. No recorte, ele alega que a visita foi “apenas para vê-la, só isso” (figura 1).

O paradoxo no trecho de *Repulsa ao Sexo*, o que ganha ainda mais magnitude se for realizada uma leitura conjunta do filme com o texto (também controvertido e paradoxal) de Aronovich, é que a obra do próprio Polanski também nos serve uma fortuna de argumentos que, ao mesmo tempo, servem para apoiá-lo ou condená-lo. Neste recorte da visita do rapaz (figura 1), por exemplo, a tentativa



Figura 1 – O discurso sobre o olhar inocente(?) em *Repulsa ao Sexo* (1h04min)

aparentemente dócil de contato com a manicure, a preocupação e o afeto demonstrado, até que o homem é subitamente atingido pelas costas (sentidos de covardia) com um castiçal remete ao sujeito-mulher como opressor, violento, mal resolvido.

Já cientes da revelação final do filme – a qual, aliás, é inconclusiva e apenas *sugere* qual é a fratura mental de Carole – podemos ir no viés oposto e ver aí sentidos implícitos de dominação do sujeito-homem (o olhar baixo da distante Carole no enquadramento captado na figura 1 parece alimentar essa interpretação), ocasião em que a manicure resgata o já-lá do abuso sexual para defesa de si, tendo aí o gesto (inscrito em discurso não-verbal) do fechar da porta, exercido pelo rapaz, um ato simbólico de enclausuramento do conflito entre os sexos no qual Carole sabe que, via de regra, ela é quem sai perdendo. Polanski, enquanto autor e maior nome responsável pelo filme, aparece em seu *Repulsa ao Sexo* como consciente da dominação feminina e das condições de produção nas quais o sujeito-mulher aparece como oprimido, mas também sugere um preço pago pelos sentidos mais novos tecidos pelo sujeito-homem (o rapaz jovem) por um crime que não foi necessariamente dela, mas remonta ao já-lá da dominação masculina (a revelação no final do filme, sobre o pai), em todo caso pintando a mulher como vítima e a isentando de malícia, seja do sujeito-

homem no geral, seja do trauma passado que a faz reagir violentamente mais tarde. Não custa lembrar que é regularidade na filmografia de Polanski esse retrato da mulher vítima da corrupção masculina, sobretudo em *O Bebê de Rosemary* e *Chinatown*, no caso deste enfatizando o memorável clímax ao final da obra.

No documentário, o olhar também surge como violador de intimidades, conforme relato da suposta vítima de Polanski, Samantha. A menor alega que a denúncia da mãe lhe custou a curiosidade invasora dos colegas de classe e, sobretudo, da mídia (figura 2).

A denúncia de Samantha – e, por tabela, também da diretora do documentário Marina Zenovich – mostra concretizada a profecia de Federico Fellini no clássico *A Doce Vida* (*La Dolce Vita*, 1960), que já analisamos em outra oportunidade, ao discorrer sobre o papel da mídia fotográfica conforme discursivizada pela cinema, ao falar sobre cena em que o “*paparazzo*” de Marcello Mastroianni literalmente força alguém a ser fotografado, momento “cujo sujeito-fotógrafo é visto como incansável caçador de ‘flagras’ das celebridades que compõem a mitologia contemporânea” (SILVA; ROMÃO, PACÍFICO, 2009, p.22). O gesto simbólico da câmera invasora da mídia surge aí como quase um segundo estupro à Samantha.



Figura 2 – Samantha reclama de olhares invasivos no documentário (29min)



Interessante ainda a escolha da cineasta Zenovich em colocar a fala da vítima enquanto aparecem na tela as fotografias retiradas pelo próprio Polanski, na época dos supostos crimes, sugerindo por essa via não-verbal uma dupla interpretação: tanto pode Polanski estar isento de culpa na medida em que as imagens captadas por ele mostram momentos alegres e descontraídos (diferentes, portanto, do que ela diz sobre a imprensa e os colegas de escola) quanto podem essas fotografias reiterar os sentidos de violação que foram supostamente exercidos também pelo cineasta, o que a imprensa simbolicamente repetiu. Neste ponto, a problematização do olhar tal como discursivizada em *Repulsa ao Sexo* e o resgate do contexto sócio-histórico no texto da blogueira Aronovich podem ser novamente citadas aqui para dar mais sabor ao contraditório: seria, lembrando o filme com Catherine Deneuve, o olhar de Polanski à Samantha o do pai violador que entende a menor como item de posse ou o olhar do rapaz afetivo que busca o diálogo e a reciprocidade com o sexo oposto que foi vítima das circunstâncias?

Considerações finais

"[...] no caso de pensar em terminar esta entrevista, queria perguntar se pensam em terminá-la assim. Não acha que existe algo na minha vida além das minhas relações com mulheres mais novas?"

(Roman Polanski)³

O material para interpretação e análise discursiva sobre o episódio envolvendo a prisão e fuga de Roman Polanski (para muitos, o melhor cineasta vivo) é farto e o debate se estende, como vimos, na rede eletrônica, na mídia impressa, no sistema judiciário

estadunidense e europeu, em um longa-metragem documentário inteiramente dedicado ao caso e, de certa forma, atinge ainda a próprio filmografia do diretor, revista após o incidente de 1977 e a prisão/soltura mais de trinta anos depois. Nossas análises representam uma pequena amostra dessa multiplicidade de sentidos possíveis e, por isso mesmo, nosso trabalho é tão inconclusivo e aberto quanto a própria polêmica acerca do cineasta, na qual fica difícil chegar a qualquer veredicto maniqueísta e estanque.

Entre mortos e feridos, ficamos ao menos com um denominador comum: não se pode afirmar categoricamente que estamos, hoje, numa sociedade mais liberal ou mais "careta" que na época em que Polanski filmou *Repulsa* ou quando teve relação sexual com Samantha Geimer. Como a Análise do Discurso visa compreender os sentidos em sua ligação com o contexto sócio-histórico-ideológico sem jamais pretender "solucionar" a contradição que existe entre formações discursivas que inscrevem idas e vindas, alianças e confrontos na arena dos dizeres. Entendemos que o interessante para nossa consideração aqui é exatamente a polêmica e suas motivações políticas ao invés de supostas "intenções" de Polanski ou Samantha que os exporiam a um julgamento moral reducionista. A maneira como a política sobre o feminino se inscreve discursivamente, com uma série de "falhas" que caracterizam a discursividade do blog e da comparação entre vida e obra de Polanski, permite que os sentidos sobre o desejo como transgressor de barreiras moralistas ou a submissão da mulher às perversões do patriarcado apareçam, ambos, em todos os recortes de nosso *corpus*.

³ Em entrevista citada no documentário de Marina Zenovich, com 1h33min de projeção.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, B. M.; PITANGUY, J. -8. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991. (Primeiros Passos, 44)

FERNANDES, Cleudemar Alves. Análise do Discurso: reflexões introdutórias. Goiânia: Trilhas Urbanas, 2005.

FERRAREZI, L. O imaginário sobre a biblioteca escolar: sentidos em discurso. 2007. 107 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Ciências da Informação e da Documentação) Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, 2007. 1 CD.

FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 13. ed. São Paulo: Loyola, 2006.

MULVEY, Laura. Cinema e sexualidade. In: XAVIER, Ismail (Org.). O cinema no século. Rio de Janeiro: Imago, 1996. Cap. 6. p.123-139.

MUSSALIM, F. A análise do discurso. In: MUSSALIM, F. ; BENTES, A. C. (Orgs.). Introdução à lingüística: domínios e fronteiras. São Paulo: Cortez, 2000. cap. 4. p. 101-142.

NECKEL, Nádia Régia Maffi. Análise de Discurso e o discurso artístico. In: II SEAD – SEMINÁRIO DE ANÁLISE DO DISCURSO, 2005, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre, 2005. Disponível em: <<http://www.discurso.ufrgs.br/sead2/doc/discurso/nadianeckel.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2009.

_____. Discurso artístico: o verbal e o não verbal. In: SEDEP - UNIVERSIDADE DO CONTESTADO, 10, Curitiba. Anais eletrônicos... Curitiba, 2006. Disponível em: <<http://www.cni.unc.br/artes/overbal.pdf>>. Acesso em: 31 jul. 2009.

ORLANDI, Eni P. A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso. 4. ed. Campinas: Pontes, 2003.

_____. Análise de discurso: princípios e procedimentos. 6. ed. Campinas: Pontes, 2005.

_____. Terra à vista: discurso do confronto: velho e novo mundo. São Paulo: Cortez; Campinas: Editora da UNICAMP, 1990.

PÊCHEUX, Michel. Papel da memória. In: ACHARD, P. et. al.. Papel da Memória. Campinas: Pontes, 1999.

_____. Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio. 3. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997. (Coleção Repertórios)

ROMÃO, Lucília Maria Sousa. O litígio discursivo materializado no MST: a ferida aberta na nação. 310 f. Tese (Doutorado em Psicologia). Ribeirão Preto: Faculdade de Filosofia Ciências e Letras da Universidade de São Paulo, 2002.

SILVA, Jonathan Raphael Bertassi da; ROMÃO, Lucília Maria Sousa; PACÍFICO, Soraya Maria Romano. À meia luz, sentidos de fotografia e fotógrafo no cinema. Linguagem, v. 5, p. 1-29, 2009. Disponível em: <http://www.letras.ufscar.br/linguagem/edicao05/artigo_ed05_silvajb_romaolms_pacificosrm.php>. Acesso em: 22 jun. 2011.

SOUZA, Tania Conceição Clemente. A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação. Ciberlegenda, n.6, 2001a. Disponível em: <www.uff.br/mestcii/tania3>. Acesso em: 06 jun. 2007.

_____. Discurso e cinema: uma análise de LIMITE. Ciberlegenda, n. 4, 2001b. Disponível em: <www.uff.br/mestcii/tania2>. Acesso em: 10 abr. 2009. 18 p.

_____. Discurso e imagem: perspectivas de análise do não verbal. Ciberlegenda, n. 1, 1998. Disponível em: <www.uff.br/mestcii/tania1>. Acesso em: 10 abr. 2009. 10 p.

REFERÊNCIAS FILMOGRÁFICAS

Repulsa ao Sexo. POLANSKI, Roman. Inglaterra: 1965. 105 minutos.

Roman Polanski: Procurado e Desejado. ZENOVICH, Marina. EUA: 2008. 100 minutos.

Procurado e desejado: olhares de/sobre Roman Polanski
Jonathan Raphael Bertassi da Silva
Lucília Maria Sousa Romão

Data do Envio: 13 de agosto de 2011.

Data do aceite: 29 de novembro de 2011.





19

The Face Book

The Face Book

Luisa Maranhão de Araújo ¹

RESENHA

O livro *O Efeito Facebook – Os bastidores da história da empresa que conecta o mundo* (*The Facebook Effect*, Ed. Intrínseca, 2011), escrito pelo ex-editor sênior da área de Internet e tecnologia da revista *Fortune*, David Kirkpatrick, discorre a trajetória da empresa de Mark Zuckerberg. De 2003, com o *Course Match*, em Harvard, até 2011, quando o Facebook foi um dos meios utilizados em manifestações internacionais. Aparentemente, o livro tem como público-alvo os administradores, visto que está exposto nas livrarias na seção de Administração. No entanto, logo no prólogo, o leitor percebe que a narrativa se estende para além dos gerenciadores de empresas.

Kirkpatrick inicia *O Efeito Facebook* com a história de Oscar Morales, que utilizou a rede social para se manifestar contra as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (FARC), em 2007. Em seguida, a estrutura é dividida em 17 capítulos, pós-escrito, agradecimentos, notas, leitura adicional, índice remissivo e “uma nota sobre a apuração de informações para este livro”², que compõe o conjunto. A narrativa é linear, combinando narrações de diálogos diretos, descrições de cenas e pessoas, e análises das situações pelo autor. O vocabulário combina jargões administrativos, expressões próprias da Internet e de jovens estudantes americanos.

O Começo, primeiro capítulo, conta a história escolar de Mark, desde “a escola de elite *Phillips Exeter Academy*, de onde se espera que os alunos prossigam diretamente para alguma das universidades mais tradicionais e de maior prestígio que compõe a *Ivy League*”^{3,4}. Neste aspecto, o segundo filho mais velho de quatro irmãos e único homem de uma família judia seguiu o caminho previsto. Em Harvard, Zuckerberg aprendeu a contornar as regras e, depois, desistiu da faculdade.

Por conta da criação do *Course Match*, chamado posteriormente de *Facemash*, Mark foi suspenso pelo Conselho de Administração Disciplinar, por “violações ao código de conduta da faculdade pelo modo como

1 Mestranda da Linha de Pesquisa “Teorias e Tecnologias de Comunicação”, da Universidade de Brasília (UnB). Graduada em Comunicação Social - Jornalismo, pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Contato: maranhao.luisa@gmail.com

2 KIRKPATRICK, p. 359

3 Grupo de oito prestigiadas instituições de ensino superior dos EUA. (KIRKPATRICK, p. 29)

4 KIRKPATRICK, p. 29.



o site tratara as questões de segurança, direitos autorais e privacidade”⁵. Desde o princípio, questões relativas à privacidade dos indivíduos foram temas de inquietação. A solução foi atribuir a responsabilidade ao usuário, tornando cada um responsável pelas próprias publicações. Em 11 de janeiro de 2004, Zuckerberg registrava o Thefacebook.com.

Em *Palo Alto*, segundo capítulo, a vida dos estudantes de Harvard muda-se para o Vale do Silício, na Califórnia. Em meio a uma região com empresários e investidores, os universitários pensavam em mudar o mundo. Eles “podiam até estar desenvolvendo uma rede social revolucionária na Internet, mas, na verdade, ainda eram apenas garotos de faculdade”⁶.

Os desafios na construção da empresa Facebook; a recepção da rede social nas universidades e na sociedade norte-americana, e em outros países; e um breve histórico das redes sociais, desde o lançamento das bases da Internet; o Sixdegrees, como “o primeiro negócio on-line que tentou identificar a mapear um conjunto de relações reais entre pessoas reais”⁷; Myspace, Orkut, LinkedIn, entre outros.

O autor diferencia os objetivos de instituições privadas e os almejados por Mark. Ao final do livro, Kirkpatrick demonstra as incertezas do futuro tanto na empresa Facebook, quanto nas sociedades em que ele foi inserido e contribuiu para o desenvolvimento de diversas mobilizações sociais.

Kirkpatrick se refere, brevemente, à experiência análoga vivida por outros universitários, dos Estados Unidos, no início do desenvolvimento da Internet, na década de 1960. Apesar de receberem investimentos governamentais, estudantes de ciências da computação também ambicionavam “a interconexão de computadores como um instrumento da livre comunicação”⁸, complementa Castells.

Em plena Guerra Fria, eles não “estavam ligados à contracultura no sentido dos movimentos sociais

ativistas da época”⁹. As duas situações evidenciam os preceitos culturais de democracia norte-americana, em que “as pessoas são perfeitamente livres porque são inteiramente iguais; e serão perfeitamente iguais porque serão inteiramente livres”¹⁰; o uso dos “valores da liberdade individual, do pensamento independente e da solidariedade e cooperação com seus pares”¹¹.

Anterior ao conceito de igualdade, de Tocqueville, na sociedade moderna, com a formação da intimidade – privacidade – do indivíduo, ele se torna rebelde “contra o conformismo inerente a toda sociedade”¹².

[...] pouco importa se uma nação se compõe de homens iguais ou desiguais, pois a sociedade exige sempre que os seus membros ajam como se fossem membros de uma enorme família dotada apenas de uma opinião e de um único interesse.¹³

A modernidade modifica a percepção das pessoas, que passam a se rebelar, a lutar pelos próprios interesses. Elas assumem a própria opinião e repudiam a imposição de regras de comportamento, as quais controlam as esferas sociais, pública e privada¹⁴. Tal como o privado é o lado humano que não se apresenta em público, este é tudo que “pode ser visto e ouvido por todos e tem a maior divulgação possível.”¹⁵

As instituições também se dividem em domínio privado, como organizações econômicas privadas com fins lucrativos e as relações entre familiares e amigos, e de domínio público, como as “organizações econômicas pertencentes ao Estado”¹⁶ e organizações estatais e paraestatais.

A dicotomia pública e privada é alterada com

5 KIRKPATRICK, p. 33.

6 KIRKPATRICK, p. 67.

7 KIRKPATRICK, p. 79.

8 CASTELLS, 2003, p. 26.

9 CASTELLS, 2003, p. 27.

10 TOCQUEVILLE, p. 230.

11 CASTELLS, 2003, p. 26.

12 ARENDT, p. 49.

13 ARENDT, p. 49.

14 ARENDT.

15 ARENDT, p. 59.

16 THOMPSON, p. 112.



a publicidade mediada. As informações restritas a poucas pessoas passam a ser acessado por indivíduos em diferentes condições espaços-temporais. Instituições privadas, que visariam o lucro, almejam a transparência da sociedade; e organismos públicos aspiram fins privados.

Com o advento da Internet e das redes sociais, a atividade política regionais, compreendida como a vida pública¹⁷, é divulgada internacionalmente. E essa divulgação sofre distorções, “basta que ‘nós’ tracemos essas fronteiras em nossas mentes; ‘eles’ se tornam ‘eles’ de acordo com as demarcações, e tanto o seu território como sua mentalidade são designados como diferentes do nosso.”¹⁸

Os conflitos entre judeus e palestinos exemplifica a realidade de dois povos que não são separados geograficamente, mas estão separados por fronteiras mentais.

Na Cisjordânia, os manifestantes dirigiram sua ira contra o próprio Facebook e o obrigaram a lidar com questões delicadas de política internacional. Colonos judeus nos territórios ocupados sentiram-se ultrajados porque o Facebook exigia que eles dissessem que viviam na Palestina. Um grupo chamado “Não é a Palestina, é Israel” não demorou para, em março de 2008, alcançar 13.800 integrantes.¹⁹

Se a identidade²⁰ da rede social, inserida na cultura da sociedade norte-americana, foi responsável pela suspensão de Zuckerberg, de Harvard. Em outros países, a consequência foi: “quando um pai da Arábia Saudita descobriu que a filha interagiu com homens no Facebook, ele a matou.”²¹ “Apesar das imigrações culturais e fluxos comunicacionais, a tradição ainda se faz presente, pois estão “quase sempre interligadas com atividades da vida diária²²”, que nem sempre coincidem com experiência mediada.

A composição social está para além do

17 THOMPSON.

18 SAID, p. 91.

19 KIRKPATRICK, p. 298.

20 CASTELLS, 2002, p. 22.

21 KIRKPATRICK, p. 298.

22 THOMPSON, p. 171.

Estado, com a tradição, como esfera privada, e a publicidade mediada, como esfera pública.

Estados nacionais particulares estão cada vez mais imersos em redes de poder (econômico, político, coercitivo e simbólico) que se prolongam muito além de suas fronteiras e que limitam, numa medida que varia de um país para outro, o espaço de manobra dos governos nacionais democraticamente eleitos.²³

A instituição governamental, representante do domínio público e delimitada por fronteiras geográficas, deve se atentar para a expansão que não elimina as barreiras “sociais, étnicas e culturais de maneiras previsíveis.”²⁴ “Estas formalizam os conceitos de público e de privado.

Enquanto “os governos ao redor do mundo estão se esforçando para descobrir como lidar com os usuários do Facebook quando eles se beneficiarem de suas liberdades.”²⁵, Zuckerberg acredita que a rede é apenas o início, ele “vê a privacidade como algo que o Facebook deve oferecer as pessoas até que elas superem a necessidade disso²⁶”, em qualquer lugar do mundo.

O mundo mais transparente e menos privativo é diminuir o poder da tradição, do privado, e somar a relevância da publicidade mediada, do público. A experiência acadêmica de Zuckerberg evidenciou que ele não seria aceito, caso permanecesse com esses mesmos objetivos em Harvard. Na Arábia Saudita, um pai matou a filha porque a tradição foi rompida. Na Cisjordânia, a relevância da identidade judia ou palestina não supera qualquer benefício que uma rede social possa oferecer.

Ainda que Mark diga estar preocupado com a transparência, ele é dono de um domínio privado, com acionistas que visam lucros. Ele mora em um país, onde um ex-presidente deixou o cargo, porque utilizou de organizações estatais para fins privados; escândalo ocorrido após a criação da Internet, quando universitários norte-americanos fizeram pesquisas almejando a liberdade de comunicação.

23 THOMPSON, p. 219.

24 SAID, p. 91.

25 KIRKPATRICK, p. 298.

26 KIRKPATRICK, p. 219.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARENDDT, Hannah. 1906-1975. A condição humana. Tradução de Roberto Raposo; posfácio de Celso Lafer. - 6ª Ed. - Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993. 348pág.

CASTELLS, Manuel. A Galáxia Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução Maria Luiza X. de A. Borges; Revisão técnica Paulo Vaz. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. O Poder da Identidade. Tradução: Klauss Brandini Gerhardt. – (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 2). Tradução de The Power of identity. Editora Paz e Terra S/A. Rio de Janeiro: 2002.

KIRKPATRICK, David. O Efeito Facebook: os bastidores da empresa que conecta o mundo. Tradução Maria Lúcia de Oliveira. – Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

SAID, Edward W. Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente. Tradução: Rousara Eichenberg. – São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

THOMPSON, John B. A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia. Tradução: Wagner de Oliveira Brandão; Revisão da Tradução: Leonardo Avritzer. Ed. Vozes: 2ª Edição. Petrópolis, RJ. 1999.

TOCQUEVILLE, Alexis de. Da democracia na América. Traduzido e condensado por José Lívio Dantas. – Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1998.

