

Contracampo

BRAZILIAN JOURNAL OF COMMUNICATION | PPGCOM-UFF

VOLUME 36 · NÚMERO 2 · 2017 · E-ISSN 2238-2577 · AGO-NOV



Temáticas
Livres

Editorial vol. 36 n. 2

Caras leitoras e leitores,

O segundo número do volume 36 da Revista *Contracampo: Brazilian Journal of Communication* vem com a novidade da ampliação de seu nome, que visa explicitar a especificidade da revista. Esta mudança faz parte também do nosso processo de internacionalização, possibilitando, assim, ampliar o diálogo dos pesquisadores estrangeiros com os brasileiros.

Esta edição apresenta dez artigos que propõem discussões acerca de diversas temáticas, passando pelos campos do cinema, fotografia, televisão, jornalismo, dentre outros, envolvendo aspectos como a mobilização no ativismo ambiental mediante os meios de comunicação digital, junto a seus conflitos de articulação, e a análise dos campeonatos amadores de surf na revista *Surfing*.

No cinema, a (o) leitora (o) irá se deparar com três trabalhos que ressaltam a abrangência das temáticas deste campo. Como primeira leitura, o artigo "A Ancinav e os conflitos no meio cinematográfico" discute a política no audiovisual. Os autores Arthur Autran e Marina Rossato Fernandes (UFSCar) analisam os efeitos da polarização entre Estado versus meio cinematográfico, tendo a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav) como um anteprojeto para a estrutura do setor.

De outro lado, "Rosto e Morte em *Gritos e Sussurros*, de Ingmar Bergman" discute a representação da morte na cinematografia. Os autores Henrique Codato e Izabel Carmo (UFC) se apoiam na teoria da imagem-afecção de Deleuze (2009) para analisar as relações entre o rosto, a morte e a vida na obra em questão, propondo a ideia de "rostro-afecção".

Na sequência, uma análise sobre um filme mexicano traz a

singularidade da representação da Guerra Civil. O artigo “De repórter de combate a operador ideológico: John Reed em Reed, México Insurgente (1972)”, de Júlio César Lobo (UFBA), argumenta como um repórter norte-americano pode ser entendido enquanto mais do que um relator ou observador do acontecimento, atuando também como operador ideológico do mesmo.

Dando sequência à leitura, outro panorama do meio audiovisual é posto, trazendo discussões acerca da televisão por diferentes ângulos, como o do entretenimento e o do telejornalismo. A pesquisadora Fernanda M. Silvia (UFMG) defende em “‘Gosto de inovar, topo desafio’: cotidiano, identidade e inovações nas formas visuais do telejornal *Bom Dia São Paulo*” a ideia de que o programa teria duas características centrais: o fato de ser ao vivo e a utilização de elementos visuais na instância da apresentação. Através de aportes dos Estudos Culturais, a autora argumenta como tais elementos cooperam na construção de uma ideia de inovação e modernidade no cotidiano através “de uma gramática audiovisual que ressalta os modos de vida da cidade”, ainda que apagando as contradições da cidade.

Já o artigo “A fama da máquina televisiva: análise estilística do programa do SBT”, de João Paulo Hergesel (UAM) e Rogério Ferraraz (UAM), faz um estudo sobre o programa *Máquina da Fama*, apresentado por Patrícia Abravanel, no qual sujeitos “comuns” competem para se transformar em *covers* de seus ídolos. Tendo como base a análise estilística de um trecho do programa, no qual a apresentadora entrevista a si mesma e encena diferentes performances, os autores investigam os recursos utilizados para atingir a sensibilidade do espectador.

Em seguida, o artigo “Empreendedorismo e novas formas de mobilização da subjetividade no mundo do trabalho: implicações possíveis sobre o *ethos* profissional do jornalista” problematiza, a partir do conceito de “nova governamentalidade empresarial” (DARDOT e LAVAL, 2016), a

noção do empreendedorismo sobre o *ethos* profissional do jornalista e também a ideia de valorização que esta categoria tem dentro de um cenário de auto-emprego (“negócio próprio”), como sendo a alternativa do mercado. Juntamente, os autores Michelle Roxo de Oliveira (FIAM FAAM) e Leonardo Mello e Silva (USP) tecem um debate sobre o processo de “envelhecimento social” dos profissionais que não se enquadram nesse cenário de trabalho vinculado à ideia de empreendedor.

Entrando em uma discussão sobre ativismo, as autoras Jane Marcia Mazzarino (Centro Universitário Univates) e Katarini Giroldo Miguel (UFMS) trazem um ensaio prático-conceitual de midiativistas ambientais. O artigo, intitulado “Midiativismo em processos de comunicação ambiental engendrados por organizações ambientalistas: discussões e proposições”, apresenta a ideia de que a internet possibilita renovação de linguagem e recursos técnicos como aportes para propor interações e participação, assim como construção coletiva e informação de opinião. Argumenta-se, contudo, que as organizações, apesar de terem em mãos tais recursos tecnológicos, seguem se baseando em uma linguagem convencional, unidirecional, similar à dos meios de comunicação massivos, diminuindo a potencialidade de ampliação do debate sobre aspectos ambientais.

Ainda no campo dos meios virtuais, no artigo de Thiago Falcão (UFMA) e Daniel Marques (UFBA), “Pagando para vencer: Cultura, Agência e Bens Virtuais em Video Games”, os autores partem da noção de pastiche, de Jameson, para analisar a rede de consumo que emerge do jogo *Hearthstone*. Tendo como inspiração metodológica a Teoria Ator-Rede proposta por Bruno Latour, são mapeados os principais agentes da rede de bens vinculados ao game, investigando os fluxos e contrafluxos que ali se dão. Os autores atentam para as “redes de agenciamento” que se estabelecem a partir do objeto, que demanda, a partir de seu design e estrutura competitiva, determinados processos de consumo.

Também com base em Latour o artigo “Prática do *selfie*: experiência e intimidade no cotidiano fotográfico”, de Leonardo Pastor (UFBA), propõe o

entendimento da *selfie* – produzida por dispositivos digitais – enquanto prática complexa, e não apenas imagem, ao ser reconhecida como meio de interação da cultura contemporânea. Tendo como suporte ainda a teoria das esferas de Peter Sloterdijk (2011), o autor realiza entrevistas com pessoas que costumam fazer *selfies* a partir de seus *smartphones*, propondo um olhar para o fenômeno que não incorra nem em uma visão pessimista e simplista, atrelada ao narcisismo, por um lado, nem meramente celebratória, por outro.

Por fim, o artigo de Rafael Fortes (Unirio) nos leva ao mundo do surfe e do impresso. Em “A cobertura do Campeonato Mundial Amador em *Surfing* (1978-1990)” o autor analisa edições da revista visando dois objetivos: o de tecer um panorama de como os campeonatos mundiais, de surfe amador, foram reportados no período e o de fazer uma investigação sobre a cobertura da participação da África do Sul em 1978, bem como da sua não participação entre as décadas de 1980 e 1990. O autor conclui que: 1) focou-se nos aspectos competitivos dos campeonatos, dando-se ênfase ao desempenho da equipe norte-americana, para quem a publicação é direcionada, e 2) houve um silenciamento quanto à não participação da África do Sul, fugindo de uma contextualização sobre o apartheid que ocorria no país.

Com esses dez artigos, caras leitoras e leitores, é que desejamos boa leitura! E informamos também que a edição seguinte (vol. 36 n. 3) trará um dossiê temático sobre a noção de “Geografia do Tempo: Narrativas e Temporalidades do Sul Global”, tendo os professores Fernando Resende (UFF) e Sebastian Thies (Universität Tübingen) como editores convidados. Serão também publicados artigos na seção de temáticas livres.

Cordialmente,

Beatriz Polivanov e Thaiane Oliveira.

Editoras-chefes da Revista Contracampo

EQUIPE EDITORIAL

Editoras-chefes

Beatriz Polivanov (UFF)
Thaiane Oliveira (UFF)
Angela Prysthon (UFPE)

Editores-executivos

Camilla Quesada Tavares
Clara Câmara
Fábio Agra
Luana Inocêncio
Rafael Ribeiro
Tatiana Lima

Revisão e Tradução / Versão

Ana Luiza Figueiredo
Beatriz Medeiros
Patrícia Matos
Schneider Ferreira Reis de Souza
Simone Evangelista

Projeto gráfico / Diagramação

Isaac Pipano
Paulo Alan Deslandes Fragoso
Wanderley Anchieta

Equipe de comunicação

Natalia Dias
Julia Silveira
Pollyane Belo

Planejamento estratégico

Lumárya Souza
Melina Meimaridis
Reynaldo Gonçalves
Priscila Mana

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

A Ancinav e os conflitos no meio cinematográfico

Ancinav and conflicts in the cinematographic field

ARTHUR AUTRAN

Professor do Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som da Universidade Federal de São Carlos. Doutor em Multimeios pela Unicamp, Professor Associado no Departamento de Artes e Comunicação da UFSCar. Brasil. E-mail: autran@ufscar.br

MARINA ROSSATO FERNANDES

Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som oela Universidade Federal de São Carlos. Brasil. E-mail: ma.rossato.f@gmail.com

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

AUTRAN, Arthur; FERNANDES, Marina Rossato. A ANCINAV e os conflitos no meio cinematográfico. Contracampo, Niterói, v. 36, n. 02, pp. 07-22, ago. 2017/ nov. 2017.

Enviado em: 28 de abril de 2017 / Aceito em: 12 de julho de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.1001>

Resumo

O meio cinematográfico brasileiro apresenta um histórico de divisões ocasionado pelas divergências quanto à intensidade da relação entre Estado e audiovisual. Uma recente divisão decorreu da resistência dos setores consolidados ao anteprojeto da Ancinav (Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual), cujas propostas objetivavam regular todo setor audiovisual e abrir espaço para produção independente. O presente artigo analisa o posicionamento do meio cinematográfico, compreendendo a estruturação do setor e destacando seus principais agentes. Esta análise levanta as motivações da polarização e os efeitos que o anteprojeto traria.

Palavras-chave

Política audiovisual; Estado; Regulação; Ancinav.

Abstract

Divergences about the intensity of the relationship between State and Audiovisual has historically divided Brazilian cinematographic field. Recently, one of such divisions was motivated by the disapproval of Ancinav (Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual) project by the consolidated industry. The project attempted to regulate the whole audiovisual field and to improve the incentive to independent production. The present paper analyzes the behavior of the cinematographic field, and allows a broad understanding of the cinematographic sector structure and major agents. It is possible to identify the motivations for the division of the sector and to deduce the changes that would have happened if Ancinav project had been approved.

Keywords

Audiovisual policy; State; Regulation; Ancinav.

Introdução

Este artigo analisa o modo como diferentes agentes do meio cinematográfico posicionaram-se diante do anteprojeto da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav), pois, como em outros momentos cruciais na história das relações entre Estado e cinema brasileiro – tais como a criação do Instituto Nacional de Cinema (INC) em 1966, ou a reestruturação da Embrafilme em 1974 – este campo ficou profundamente cindido.

O anteprojeto da Ancinav foi elaborado no âmbito do Ministério da Cultura (MinC) a partir de 2003, no momento em que Gilberto Gil era o ministro e o cineasta Orlando Senna estava à frente da Secretaria do Audiovisual (SAV). Ele foi enviado ao Conselho Superior de Cinema¹ em 2004, quando seu texto foi divulgado e abriu ampla polêmica que envolveu, além da gente ligada ao cinema, as grandes corporações midiáticas do país – com destaque para as Organizações Globo – e o MinC, dentre outros atores sociais.

A Ancinav foi uma proposta que buscava ampliar a atuação da Ancine. A ação da nova agência teria como escopo o audiovisual como um todo, e não somente o cinema como no caso da Ancine. O anteprojeto propunha que a agência tivesse o papel de regular, fiscalizar e fomentar as atividades de produção, distribuição e exibição de conteúdos audiovisuais no país, considerando os diversos meios de produção e de difusão existentes.

O anteprojeto representava, portanto, um incremento considerável na intervenção do Estado no setor audiovisual, incluindo-se aí o filão da televisão aberta, quase sempre refratário a qualquer proposta de política pública visando ampliar a regulação. Como afirma César Bolaño:

Todo o modelo brasileiro de regulação do audiovisual, no entanto, baseado no CBT [Código Brasileiro de Telecomunicações, datado de 1962] e especificado ao longo do período autoritário, tem se mostrado altamente concentrador e totalmente avesso à mudança (BOLAÑO, 2007, p.7).

Dentro do quadro complexo de discussões em torno do anteprojeto, esse artigo enfoca especificamente os debates no campo cinematográfico, descrevendo e analisando os distintos posicionamentos. O posicionamento dos grupos midiáticos com interesses ligados à televisão aberta foi veementemente contrário ao anteprojeto, investindo em ataques e criando polêmicas que contribuíram com seu revés. No entanto, este artigo não irá aprofundar na análise deste conflito, e se

¹ O Conselho Superior de Cinema é um órgão ligado ao MinC, competindo-lhe elaborar a política nacional do cinema. Ele é composto por representantes do governo, da indústria audiovisual e da sociedade civil.

dedicará ao posicionamento do meio cinematográfico e seu impacto na tramitação do anteprojeto da Ancinav².

Cineastas em conflito

Ao analisar os distintos posicionamentos diante do anteprojeto da Ancinav, é possível afirmar que o campo cinematográfico se dividiu em dois lados bastante polarizados na luta política travada naquele momento. O grupo de cineastas que se colocou contra o anteprojeto era integrado por profissionais com algum tipo de relação com a Rede Globo e/ou a Globo Filmes, tais como Cacá Diegues, Roberto Farias e Luiz Carlos Barreto.

Em artigo significativamente publicado no jornal *O Globo*, Cacá Diegues fez duras críticas ao anteprojeto (DIEGUES, 2004b). É de se observar que até aquele momento ele já tivera dois filmes coproduzidos pela Globo Filmes: *Orfeu* (1999) e *Deus é brasileiro* (2003). Segundo o diretor, seria um “desrespeito ao povo e a suas escolhas” a proposta de aumentar a taxaço das obras cinematográficas nas salas de exibição de acordo com o número de cópias, ou seja, filmes que ocupassem simultaneamente um maior número de salas e que, portanto, têm maior potencial comercial seriam fortemente taxados. Essa declaração não leva em conta que a dominação de *blockbusters* norte-americanos nas salas de cinema limita muito a escolha do público ao deixar pouquíssimo espaço para outros filmes.

Diegues entende que o cinema vivia um bom momento e a intervenção proposta não seria necessária: “De 2002 para 2003, a ocupação de nosso mercado pelos filmes brasileiros cresceu mais de 200%. No ano passado, foram lançados cerca de 35 filmes nacionais, para este ano se espera o lançamento de uns 50”. Ele ainda afirma que esses bons resultados foram frutos da parceria com a televisão em um modelo que estava dando certo.

Cabe ponderar a respeito dessas afirmações. Primeiramente, é necessário considerar que o público expressivo do cinema nacional em 2003 criou uma “falsa euforia”, como aponta Marcelo Ikeda:

De fato, após a euforia de 2003, os anos seguintes mostraram que se tratava de uma exceção, e não de uma tendência constante de aumento de participação de mercado. Apesar dos avanços obtidos com a articulação desses dois fatores, faltava uma política de ocupação do mercado interno, com a articulação dos elos da cadeia produtiva e de incentivo à ocupação dos diversos segmentos de mercado (IKEDA, 2015, p.75).

² Para um panorama dos debates em torno da Ancinav a partir do ponto de vista das grandes corporações midiáticas ver FERNANDES, Marina Rossato. *Ancinav: análise de uma proposta*. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), São Carlos, SP, 2014. p. 101-112.

Os dois fatores referidos por Ikeda são: 1) as mudanças no Artigo 3º da Lei do Audiovisual, que permitiam a cobrança de uma taxa extra no imposto de renda das distribuidoras de filmes estrangeiros caso estas não optassem pela coprodução de filmes brasileiros, acarretando o aumento do número de coproduções com essas distribuidoras, especialmente as *majors*; e 2) a atuação da Globo Filmes, que é justamente a parceria com a televisão mencionada por Cacá Diegues. A Globo Filmes tem um modo próprio de coproduzir, pelo qual o seu apoio varia de acordo com a percentagem de participação que ela detém no contrato se utilizando de sua já consolidada estrutura televisiva, como explica Pedro Butcher:

Ao se associar a um projeto, a Globo Filmes não desembolsa recursos próprios para financiar a produção, preferindo oferecer espaço em mídia no momento do lançamento. O capital oferecido, portanto, não é dinheiro, mas um “capital virtual” que só se concretiza no momento da distribuição. (...) O importante é a certeza de que o filme contará com a estrutura nacional da emissora para sua promoção tanto nos formatos tradicionais (anúncios e *spots* de TV) como na chamada *cross media* (citação e promoção nos programas) (BUTCHER, 2006, p.75).

Cacá Diegues também acusa o anteprojeto de autoritário:

Enfim, o projeto vazado é um desastre conceitual e técnico, com 141 artigos e 44 páginas capazes de engessar a atividade cinematográfica por um longo tempo pela frente. (...). Se esse projeto de lei for aprovado, o choque vai ser de autoritarismo, estatização e perda de independência, num retrocesso de mais de 30 anos na história de nosso cinema (DIEGUES, 2004b).

A acusação de autoritarismo foi feita por diversos opositores do anteprojeto da Ancinav, tais como a Rede Globo e grandes jornais como O Estado de S. Paulo, no entanto, é de se notar que o ministro Gilberto Gil em diversas ocasiões se comprometeu a retirar do texto tudo que pudesse ser indício de controle ideológico³. Ademais, o setor não podia ser considerado independente, dada a enorme dependência em relação às leis de incentivo fiscal, ou seja, recursos públicos que o Estado deixa de recolher para apoiar a produção cinematográfica. É interessante observar que um cineasta cuja carreira foi marcada pela associação com diversas formas de apoio do Estado ao cinema – incluindo as experiências da Embrafilme e da Ancine – seja tão contundente na crítica à “estatização”.

O suposto “autoritarismo” encontrou eco em outros cineastas como Arnaldo Jabor, então já atuando na função de comentarista com presença na TV Globo e autor de um artigo bem mais raivoso, em comparação com o de Diegues, e bem menos reflexivo:

³ Ver, por exemplo, o artigo: GIL, Gilberto. Audiovisual, vamos ao debate. *O Globo*, Rio de Janeiro, 16 ago. 2004.

Esse surto de leninismo que incendiou a alma simples dos petistas ultimamente, esse ataque recente à “democracia burguesa” que o governo de Lula lançou contra a sociedade, a fome dos “soviéticos” de Gil, empuçados e severos contra o cinema e a TV, [...] (JABOR, 2004).

Entre os cineastas que se contrapuseram ao anteprojeto da Ancinav o papel mais destacado provavelmente coube a Roberto Farias, dirigente da Embrafilme entre 1974 e 1979, período no qual esta empresa estatal teve papel proeminente na política cinematográfica e no avanço significativo da produção brasileira no mercado interno. Roberto Farias também trabalhou para a Rede Globo, tendo dirigido diversas produções para a mesma desde os anos 1980. Ele foi nada mais nada menos do que o porta-voz do Fórum do Cinema e Audiovisual (FAC), frente lançada no dia 22 de novembro de 2004 e que congregava então dezessete associações ligadas ao cinema, à publicidade e à televisão, de produtores a distribuidores e exibidores⁴.

A criação do FAC refletia a divisão de posições do meio audiovisual quanto ao anteprojeto, muito embora Roberto Farias, em declaração ao periódico especializado Tela Viva, negasse que a formação do grupo fosse uma resposta à criação da nova agência, pois a associação estaria sendo gestada antes da proposta da Ancinav (FÓRUM..., 2004). Na mesma matéria, ele também deixa claro que a oposição ao anteprojeto era a principal frente de batalha da entidade, como podemos ler a seguir:

Somos a favor de uma ANCINAV, mas não esta que está no MinC. Achamos que o governo deve compreender e estimular o setor, sem regras e punições. Já existem órgãos e leis que fiscalizam bastante a comunicação, como o Ministério da Justiça, a Lei de Imprensa, o Estatuto do Menor etc (FÓRUM..., 2004).

Na entrevista, Roberto Farias reitera o fantasma do estatismo e de suas possíveis consequências:

Na medida em que (o setor) é cerceado, o Estado interfere na produção, isso deixa todo o mundo de cabelo em pé [...]. O que queremos evitar é o dirigismo e a censura (FÓRUM..., 2004).

⁴ As associações fundadoras do FAC são: Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP), Associação Brasileira de Cinematografia (ABC), Associação Brasileira das Empresas de Infraestrutura de Cinema e Audiovisual (ABEICA), Associação Brasileira das Empresas Locadoras de Equipamentos Cinematográficos (ABELE), Associação Brasileira das Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), Associação Brasileira de Programadores de Televisão por Assinatura (ABPTA), Associação Brasileira de Cinemas (ABRACINE), Associação Brasileira de Distribuidores Independentes de Audiovisual (ABRADI), Associação Brasileira das Empresas Operadoras de Multiplex (ABRAPLEX), Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA), Associação das Emissoras de Rádio e TV do Estado de São Paulo (AESP), Associação dos Profissionais de Propaganda (APP), Federação Nacional das Empresas Exibidoras Cinematográficas (FENECC), Sindicato da Indústria Cinematográfica e Audiovisual (SICAV), Sindicato da Indústria Cinematográfica do Estado de São Paulo (SICESP), Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas de São Paulo, Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas do Estado do Rio de Janeiro e União Brasileira de Vídeo (UBV).

Assim como Cacá Diegues, Roberto Farias é um cineasta com ampla experiência nas relações entre Estado e cinema, tendo sido até, como observamos, dirigente da Embrafilme em plena ditadura militar. É interessante notar que a essa experiência ele não atribui a pecha de “dirigismo”. Ao nosso ver, isso deixa claro que tais acusações eram mais retóricas do que baseadas em crenças ideológicas dos cineastas ou em fatos. Mas a postura de Farias não tinha o grau de confrontação de Jabor ou mesmo Cacá Diegues e ele também declara que o FAC poderia “contribuir, com dados e pesquisas que ajudem o governo a entender melhor o setor” (FÓRUM, 2004). Tentava-se, portanto, abrir algum espaço de diálogo. Mas é de se assinalar que Roberto Farias foi no âmbito do Conselho Superior de Cinema, o qual integrava na época, um dos principais opositores ao anteprojeto da Ancinav.

É de se notar ainda que era frequente nos discursos dos opositores do anteprojeto, tais como vimos acima no caso de Roberto Farias, a afirmação de que eles não eram contra a criação da Ancinav, porém discordavam da proposta de regulação.

Cabe finalmente destacar o papel do veterano produtor Luiz Carlos Barreto, que liderou a elaboração de um documento conhecido como “Contraprojeto da Ancinav”. Publicizado em outubro de 2004, ele visava substituir o projeto da Ancinav, e foi assinado por profissionais de todos os elos da cadeia produtiva, como os diretores Paulo Thiago e Roberto Farias; os produtores Aníbal Massaini, Leonardo Monteiro de Barros, Diler Trindade e Zelito Viana, além, obviamente, do próprio Barreto; os distribuidores Bruno Wainer, Jorge Peregrino, Marco Aurélio Marcondes e Rodrigo Saturnino; os exibidores Luiz Severiano Ribeiro Neto e Valmir Fernandes; além do executivo da Globo Filmes Carlos Eduardo Rodrigues. Também assinaram o documento SICAV, ABRAPLEX, Sindicato dos Distribuidores do Rio de Janeiro, FENECC, Sindicato das Empresas Distribuidoras Cinematográficas e Vídeo e Similares de São Paulo, Sindicato dos Empregados das Empresas Distribuidoras do Rio de Janeiro, Sindicato dos Empregados das Empresas Distribuidoras de São Paulo, ABRADI, Associação Brasileira de Infraestrutura, ABERT e Rede Globo de Televisão (LAUTERJUNG E POSSEBON, 2004).

Com 103 artigos e anexos, o contraprojeto mudava a proposta do MinC e reduzia substancialmente as atribuições da nova agência, que deixaria de regular o mercado, em especial no que tange ao sensível ponto dos serviços de radiodifusão e telecomunicações, e se encarregaria apenas de fomentar e fiscalizar o setor. A função central da agência passaria de “organizar as atividades audiovisuais” para “promover o desenvolvimento de atividades cinematográficas e audiovisuais”.

O grupo de cineastas defensor do anteprojeto da Ancinav era composto majoritariamente por realizadores independentes que viam nessa proposta a possibilidade de ter maior acesso aos recursos de fomento à produção, bem como a ampliação das possibilidades de distribuição e exibição das suas produções em todas as janelas, com destaque para a televisão aberta e a cabo por meio de uma nova regulamentação de todo o setor audiovisual.

Os apoiadores do anteprojeto, para além de cineastas que então ocupavam cargos no governo federal tais como o então secretário do Audiovisual Orlando Senna ou Leopoldo Nunes, eram em geral realizadores e/ou produtores independentes de diferentes gerações tais como Nelson Pereira dos Santos, Eduardo Escorel, Carlos Reichenbach, Tata Amaral, Toni Venturi, Murilo Salles, Geraldo Moraes, Marco Altberg, Paulo Boccato, Marcos Manhães Marins, entre muitos outros nomes. Ou seja, o anteprojeto foi bem recebido por setores do meio cinematográfico que preconizavam a valorização da chamada produção independente, aquela desvinculada das grandes redes de televisão.

Indicativo de que grande parte do meio cinematográfico era favorável à criação da Ancinav é que o Congresso Brasileiro de Cinema (CBC)⁵ fez uma declaração pública de apoio ao anteprojeto em documento com a assinatura de 344 pessoas bem como de 55 instituições e entidades. A postura do diretor e produtor Toni Venturi é significativa do posicionamento desses cineastas, não apenas porque ele era então presidente da Associação Paulista de Cineastas (Apaci), mas porque sintetiza de certa forma o que era falado e escrito por vários outros realizadores:

Uma das principais conclusões que quero deixar em minha exposição é a de que o projeto ANCINAV, apoiado pelo cinema independente, é nada mais, nada menos do que um choque liberal. Ao contrário do que foi dito e repisado por formadores de opinião, pessoas que têm acesso à mídia, ele não é autoritário, e sim "anticoncentracionista", é antimonopólio. É um choque liberal. Ele simplesmente vai colocar o audiovisual num patamar de regulação capitalista

(...)

Temos de desconcentrar o mercado. Daí a importância de uma agência de audiovisual, e não somente de cinema. Para nós do cinema independente essa nova política representa um salto histórico. É a nossa produção que detém o maior potencial de desenvolvimento, se encontrarmos as janelas de exibição. Somos nós que contamos as histórias, mostramos as imagens, as singularidades, os brasis dentro do Brasil. É o nosso cinema que mostra a alma do brasileiro, tarefa nem sempre muito possível (SEMINÁRIO, 2004).

⁵ O CBC é uma associação fundada no ano de 2000 no âmbito do 3º Congresso Brasileiro de Cinema que reúne diversas entidades representativas do setor audiovisual brasileiro e teve importante papel político de articulador do meio cinematográfico e de representação junto ao Estado.

Depreende-se do excerto acima que a Ancinav proporcionaria condições por meio de regulação, fiscalização e fomento para que o cinema independente pudesse ampliar sua participação no mercado e que os grandes grupos de mídia – em especial as redes de televisão – teriam por força de lei de abrir espaço para os produtores independentes. Estes, além do “potencial de desenvolvimento” econômico, expressariam o país melhor nos seus filmes comparados às produções ligadas às grandes empresas de mídia.

A divisão do setor pode ser analisada por meio das discussões no fórum do site CINEMABRAZIL, em que os debates se dão por listas de e-mail e reúnem diversos agentes do meio audiovisual. Na lista, Murilo Salles defende o anteprojeto da Ancinav porque:

Durante anos presenciamos barbaridades desse modelo [baseado nas leis de incentivo]. Agora existe uma proposta regulamentadora, sim, ôpa [sic], atenção, alguns privilégios vão acabar, mas, tudo que sempre sonhei é escapar das mãos de um diretor de marketing. Se criarmos regras claras, democráticas de acesso aos fundos, discordo de você, nunca mais vamos ficar nas mãos de governos omissos com cultura, porque VAMOS APROVEITAR ESSE GOVERNO e REGULAMENTAR ESSAS QUESTÕES E APROVÁ-LAS NO CONGRESSO (SALLES, 2004b, grifo do autor).

A mensagem mereceu uma resposta de Cacá Diegues:

(...) numa sucessão de mecanismos que terminam no controle absoluto de toda atividade que passa a depender, em primeira e última instância, de três diretores da ANCINAV. Eu também quero me livrar dos diretores de marketing - mas você quer trocá-los pela ditadura de três burocratas, desse ou de qualquer outro governo que venha por aí? (DIEGUES, 2004a)

Um ponto questionado no anteprojeto era o acúmulo de poder da agência, que poderia resultar em dirigismo estatal. No entanto, para os defensores da Ancinav, o objetivo da agência seria abrir o mercado que é apontado por muitos produtores audiovisuais como o verdadeiro dirigista, já que impõe determinados tipos de produto ao público que fica sem opção de escolha, como ressalta em artigo para o Jornal do Brasil o cineasta Murilo Salles: “sabemos também que é delicado porque não pode vir por imposição, por decreto, mas ‘dirigismo cultural’ é o que a indústria de entretenimento americana faz hoje. Precisamos criar regulações pró-isonomia de mercado” (SALLES, 2004a).

Os cineastas que visavam lançamentos comerciais de impacto dependiam, então, do artigo 3º da Lei do Audiovisual, sendo que relativamente poucos agentes do campo tinham acesso aos recursos por essa via. O problema foi reconhecido por Murilo Salles na lista CINEMABRAZIL e discutido pelo meio cinematográfico, que também se dividiu em relação a esta questão:

Resta a questão do Artigo 3º, esse sim um grande problema, que sempre suscitou discussões e discordâncias entre os cineastas, porque existe a "turma que tem acesso ao artigo 3º e a turma que não tem". Pessoalmente, acho que do total do montante de recursos destinados às majors para escolherem em que filmes investir, acho que 50% desses recursos deveriam ser destinados para um fundo da ANCINE/ANCINAV e distribuídos dentro de critérios pré-determinados (SALLES, 2004b).

Curiosamente Roberto Farias também era crítico em relação ao subsídio para as distribuidoras *majors*. Mas o que ele defendia era a possibilidade de a Globo ter o direito a subsídios para coproduzir filmes com produtores ditos independentes, de forma homóloga às *majors*.

Tenho insistido em que é absurdo incentivar as majors com o famoso artigo 3º, que devolve imposto de renda às distribuidoras de filmes estrangeiros para que invistam no cinema nacional e negar idêntico subsídio às emissoras de televisão, com as devidas salvaguardas para que utilizem tal subsídio em co-produção com cineastas independentes. Mas cineastas de um filme só, ou habituados ao subsídio sem obrigações profissionais têm medo. Não conseguem imaginar a quantidade de trabalho para todos, se o SBT, a Bandeirantes, a Record, enfim, todas as emissoras tiverem o mesmo direito que as majors Columbia, Warner, Metro, Universal etc. de fazerem filmes nacionais. Acham que perderão a autonomia e, portanto, são contra estender tais subsídios às televisões. Mais: preferem um projeto que as obrigue a exibir filmes pouco profissionais em horário nobre (FARIAS, 2004).

O debate também envolveu a relação da Globo Filmes com os cineastas. O produtor Paulo Boccato entendia que:

O sucesso do modelo da Globo Filmes é incontestável e acho que os filmes que são lançados com essa parceria são absolutamente necessários para a saúde do cinema brasileiro. O que é contestável é que esse modelo acaba se impondo como único. E, deixo isso bem claro, não por culpa da Globo Filmes, que está fazendo bem o trabalho a que se propõe, mas por culpa do modelo de "mercado" que temos no país e que queremos mudar (BOCCATO, 2004).

Novamente surgia a questão da concentração. Para esse produtor o problema não seria a atuação da Globo Filmes, mas o que ele denomina "modelo único", posto que não haveria outros "modelos" comercialmente viáveis. A atuação da Ancinav deveria contribuir para o surgimento desses novos "modelos".

O cineasta Marcos Manhães Marins também defendia a abertura de espaço na televisão:

Dói, mas se nada for feito, só os filmes dos grandes diretores ou dos diretores contratados da Globo, como o Jayme Monjardim, o Jorge Fernando, etc. irão ter espaço garantido. Os outros vão continuar com a dor de ver seus filmes serem produzidos a duras penas (MESMO os que ganham prêmios entre dezenas de outros rejeitados) e depois morrerem nas prateleiras, e AINDA POR CIMA serem taxados pela burrice do TCU de filmes de pouco apelo de

mercado. O gargalo é a Exibição, tanto nas salas de cinema e na TV, e não adianta saturar o mercado com filmes de uma única tendência. Tem de haver espaço para a Diversidade. Espaço para filmes prontos fora da TV, e inclusive espaço para os filmes feitos dentro das televisões, e utilizando diretores contratados da TV (MARINS, 2004, grifos do autor).

É interessante observar que o grupo defensor do anteprojeto alega que o grupo opositor tem medo de perder espaço de exibição nas diversas janelas; já o grupo que se opunha à Ancinav afirma que os componentes do outro grupo não fariam filmes ditos “profissionais”.

Outra discordância no debate é referente às acusações em torno do caráter da proposta. Vimos que os opositores acusam a Ancinav de autoritária e de possibilitar o cerceamento da liberdade de expressão, já os defensores do anteprojeto afirmam que se trata de uma proposta democrática visando assegurar a expressão dos diversos tipos de produção audiovisual. Murilo Salles, no mencionado artigo para o Jornal do Brasil (SALLES, 2004a), observa que o ministro da Cultura Gilberto Gil assumira publicamente o compromisso de retirar do anteprojeto quaisquer pontos que pudessem atentar contra a liberdade de expressão. Ademais, o cineasta aponta para o que julga ser uma contradição dos seus colegas contrários à Ancinav:

Exatamente quando temos um governo que trata como assunto de Estado o mercado audiovisual, com uma visão abrangente do setor, surgem críticas ao suposto “autoritarismo” dessa postura, que sempre demandamos. Em 2001, participamos de várias reuniões, que resultaram na MP 2228. A proposta era criar a Ancinav, mas ficamos, no bater do martelo, com a Ancine, ou seja, só com o cinema. Agora, a maior parte das sugestões que fizemos na época foram contempladas (SALLES, 2004a).

A Medida Provisória 2228-1/01, mencionada por Murilo Salles, foi aprovada no governo Fernando Henrique Cardoso, mais precisamente a 06 de setembro de 2001, e resultou do trabalho do Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (GEDIC)⁶. Trata-se de uma MP que teve papel remodelador da política cinematográfica brasileira, pois, para Marcus Vinicius Alvarenga:

...estabeleceu os princípios gerais da Política Nacional de Cinema, criou o Conselho Superior de Cinema e a Agência Nacional de Cinema, além de ter instituído o Prodecine (Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional) e os Funcines (Fundos de

⁶ O GEDIC foi criado pelo governo de Fernando Henrique Cardoso no ano de 2000 e tinha como componentes o chefe da Casa Civil da Presidência da República, o chefe da Secretaria Geral da Presidência da República, chefe da Secretaria de Comunicação de Governo da Presidência da República, ministro da Cultura, ministro das Comunicações, ministro da Fazenda e o ministro do Desenvolvimento, da Indústria e do Comércio Exterior, bem como seis representantes do campo audiovisual - Luiz Carlos Barreto, Cacá Diegues, Gustavo Dahl, Rodrigo Saturnino Braga (distribuição), Evandro Guimarães (televisão) e Luiz Severiano Ribeiro Neto (exibição). O GEDIC surgiu a partir das pressões e demandas do 3º Congresso Brasileiro de Cinema.

Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional) e alterado o Condecine (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional) (ALVARENGA, 2010, p.74).

Retomando as colocações de Murilo Salles, segundo ele os cineastas contrários à Ancinav haviam sido favoráveis em 2001 à implementação de medidas que agora atacavam. É sabido que o GEDIC ao delinear a estrutura da Ancine previra a participação da televisão obrigando-a a direcionar 2% de seu faturamento bruto para a coprodução independente e também a comprar parte do estoque de filmes brasileiros. Porém, devido às pressões das redes de televisão, essas medidas foram excluídas da versão final da MP 2228-1/01⁷.

Uma posição cautelosa

É válido destacar a posição de Gustavo Dahl, então diretor-presidente da Ancine, a qual discrepou da polarização que dominou o campo cinematográfico. A Ancine seria afetada diretamente pela criação da Ancinav, entretanto, aquela agência não participou da elaboração do anteprojeto.

Gustavo Dahl, ao ser questionado sobre a Ancinav, posicionava-se de maneira cautelosa, como, por exemplo, ao comentar as funções da nova agência e a inserção da televisão na política audiovisual: “Primeiro, é preciso saber qual o nível de intervenção que se quer na área do conteúdo audiovisual brasileiro na televisão”. Ele defendia também a necessidade de elaborar um plano de ação com objetivos claros antes da criação da Ancinav (DAHL, 2003). O gestor também ponderava que a Ancine, criada em 2001, ainda estava em fase de organização:

Acredito que a agência [Ancine] já fez vários progressos... A impressão que se tem é de que ela está no meio da arrumação da casa”, afirmou. “É evidente que quando você não completou uma etapa, a ideia de abrir outra etapa passa um sentimento de perturbação do trabalho que está sendo desenvolvido (MUDANÇA..., 2003).

Na mesma entrevista, ele chama atenção para o problema histórico de se criar novos órgãos para o cinema ao invés de fortalecê-los: “A revisão do modelo desenhado há quase 3 anos é oportuna, mas ela precisa ser cautelosa porque na atividade cinematográfica há uma sucessão de criação e extinção de instituições”.

A ideia de Gustavo Dahl era fortalecer a Ancine e expandir suas ações para outros mercados até chegar à televisão, conforme explicou em depoimento posterior à sua saída da agência:

⁷ Para uma narrativa a respeito dessas pressões ver DAHL, Gustavo. Entrevista concedida a Marcus Vinícius Alvarenga. In: ALVARENGA, Marcus V. *Cineastas e formação da Ancine (1999-2003)*. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), São Carlos, SP, 2010. p. 134-135.

Depois, exprimi minha análise para um crescimento em módulo da agência, a qual a Ancine deve ser fortalecida, e depois ela incorporaria o mercado de vídeo, e depois disso trabalharia o conteúdo brasileiro na televisão por assinatura, e depois, enfrentar-se-ia as questões da televisão aberta. Disse que com a Medida Provisória, ao usar a questão do conteúdo brasileiro já havia uma condição de envolvimento, de interface com a televisão brasileira, havendo titularidade para pedir que a televisão brasileira exibisse o conteúdo brasileiro produzido pelo Estado, mas a visão era considerada gradualista e tímida (DAHL, 2010, p.140).

Hoje em dia é possível afirmar que os resultados da Lei 12.485, sancionada pela presidente Dilma Rousseff em 2011 e conhecida como Lei da TV Paga, parecem indicar que Gustavo Dahl tinha razão, pois, pelo intermédio da lei foi possível levar o conteúdo nacional – inclusive filmes de longa e curta metragem – a um meio que era em grande medida desnacionalizado, bem como garantir recursos para a produção⁸.

A falta de participação da Ancine, e particularmente de Gustavo Dahl, na elaboração do anteprojeto da Ancinav demonstram perspectivas diferentes quanto à estratégia política a ser empregada naquele momento. Elas também dão fortes indícios de disputas no governo, pois se afigura que o MinC e a SAV buscavam enfraquecer a Ancine e o seu dirigente.

Considerações finais

Segundo Toni Venturi, “há 5 anos atrás estavam todos [os cineastas] no mesmo barco” quando no 32º Festival de Brasília, ocorrido em 1999, Gustavo Dahl “reconvocou os agentes políticos do cinema brasileiro e fez um primeiro seminário de discussão e repolitização do setor”, desembocando no 3º Congresso Brasileiro de Cinema, realizado em Porto Alegre em 2000 (SEMINÁRIO, 2004, p. 44). Ou seja, depreende-se do seu discurso que havia relativa união do meio cinematográfico. O artigo de Murilo Salles, antes mencionado, também vai nessa direção.

Podemos aduzir que no interregno de 1999 a 2001 houve certa união do meio visando o fortalecimento institucional do cinema brasileiro e que ela se estendeu até o início do funcionamento da Ancine. Essa união foi uma reação a um quadro geral descrito da seguinte maneira por Melina Marson:

A adoção de leis de incentivo como forma de “reviver” o cinema brasileiro após o encerramento das atividades da Embrafilme, num primeiro momento, funcionou muito bem. Não se tratava de uma política cinematográfica, mas sim de uma solução paliativa e emergencial, já que através desse modelo de financiamento do cinema houve um incentivo à produção enquanto as outras esferas

⁸ Sobre a Lei da TV Paga ver LIMA, Heverton Souza. *A Lei da TV Paga: impactos no mercado audiovisual*. Dissertação (Mestrado), Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, 2015.

da cadeia cinematográfica (distribuição e exibição) ficaram sem qualquer direcionamento ou estímulo. Ou seja, as leis de incentivo propiciaram que se voltasse a fazer filmes, mas não houve a mesma preocupação com a circulação dos mesmos, fazendo com que a atividade não conseguisse se tornar autossustentável, pois o ciclo de circulação da mercadoria-filme não se completava de forma satisfatória (MARSON, 2009, p.132).

Tratava-se de uma nova crise na atividade cinematográfica que se aguçava perante a conjuntura de recessão econômica no Brasil do final da década de 1990. Diante disso, os cineastas uniram-se a fim de demandar a ampliação da política do Estado para o cinema tendo como seu momento mais significativo o 3º Congresso Brasileiro de Cinema e como seus resultados mais relevantes a edição da MP 2228-1/01 e a criação da Ancine.

A frágil união do meio cinematográfico dissolveu-se pouco depois do início do funcionamento da Ancine, conforme observamos no conflito expresso na discussão do projeto da Ancinav ao longo de 2004. A divisão ocorreu porque os benefícios da MP 2228-1/01 e da atividade da Ancine tenderam a se concentrar muito fortemente em uma pequena parte da corporação, aqueles cineastas com acesso ao Artigo 3º da Lei do Audiovisual e à Globo Filmes, enquanto um grande número de realizadores teve acesso limitado aos recursos para a produção e permaneceu com poucas condições de fazer com que seus filmes fossem distribuídos e exibidos. Essa situação resultou em insatisfação por parte da maioria e reinstalou as divisões no meio cinematográfico.

A concentração dos benefícios da legislação e da ação do órgão gestor em torno de um pequeno número de produtores audiovisuais parece resultar do fato de que, segundo Marcelo Ikeda, a MP 2228-1/01 propunha "... claramente uma política de cunho industrialista" (IKEDA, 2015). Dada a fragilidade econômica da grande maioria dos produtores e da sua falta de ligação com estruturas como as distribuidoras *majors* e a Globo Filmes, apenas aqueles melhor posicionados no mercado puderam atrair mais recursos para a produção e a ter ampliadas significativamente as condições de distribuição e exibição dos seus produtos. A associação, com os dois agentes antes mencionados, se tornou fundamental para o sucesso de público de um filme brasileiro no novo quadro que então se desenhava.

Entretanto, deve-se ressaltar que, apesar da divisão do meio cinematográfico em relação à criação e às atribuições da Ancinav, todos defendiam a participação do Estado no fomento ao setor. Não se encontram posições de defesa da retirada total do apoio do Estado, como ocorrera quando do fim da

Embrafilme em 1990⁹. A terra arrasada do governo Collor parece ter deixado alguma lição para os cineastas brasileiros.

Referências

- ALVARENGA, Marcus Vinicius. **Cineastas e formação da Ancine (1999-2003)**. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), São Carlos, SP, 2010.
- AUTRAN, Arthur. O pensamento industrial cinematográfico em tempos neoliberais (1990-1993). In: HAMBURGER, Esther; SOUZA, Gustavo; MENDONÇA, Leandro; AMANCIO, Tunico (orgs.). **Estudos de cinema Socine**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008.
- BOCCATO, Paulo. **Lista de discussão CINEMABRAZIL**. 22 dez. 2004. Disponível em: <<http://cinemabrasil.org.br/site02/debate.htm>>. Acesso em: 14 mar. 2014.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.
- BUTCHER, Pedro. **A dona da história: Origens da Globo Filmes e seu impacto no audiovisual brasileiro**. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, 2006.
- DAHL, Gustavo. Entrevista concedida a Israel do Vale. In: VALE, Israel do. Gustavo Dahl quer "intervenção na área de distribuição". **Cultura e Mercado**, 15 out. 2003. Disponível em <<http://www.culturaemercado.com.br/noticias/gustavo-dahl-quer-intervencao-na-area-de-distribuicao/>>. Acesso em: 22 maio 2014.
- _____. Entrevista concedida a Marcus Vinicius Alvarenga. In: ALVARENGA, Marcus Vinicius. **Cineastas e formação da Ancine (1999-2003)**. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), São Carlos, SP, 2010.
- DIEGUES, Cacá. **Lista de discussão CINEMABRAZIL**. 13 ago. 2004. Disponível em: <<http://www.cinemabrasil.com.br/pipermail/cinemabrasil/2004-August/006366.html>>. Acesso em: 13 mar. 2014.
- _____. Um desastre conceitual e técnico. **O Globo**, Rio de Janeiro, 06 ago. 2004a.
- FARIAS, Roberto. **Lista de discussão CINEMABRAZIL**. 22 out. 2004. Disponível em: <<http://www.cinemabrasil.com.br/pipermail/cinemabrasil/2004-October/006911.html>>. Acesso em: 14 mar. 2014.
- FERNANDES, Marina Rossato. **Ancinav: análise de uma proposta**. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), São Carlos, SP, 2014.

⁹ Para um levantamento e uma análise das diversas posições dos cineastas nos primeiros anos da década de 1990 a respeito das relações entre Estado e cinema ver: AUTRAN, Arthur. O pensamento industrial cinematográfico em tempos neoliberais (1990-1993). In: HAMBURGER, Esther; SOUZA, Gustavo; MENDONÇA, Leandro; AMANCIO, Tunico (orgs.). *Estudos de cinema Socine*. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008. p. 351-357.

- FÓRUM do cinema e TV é oficializado em São Paulo. **Tela Viva News**, São Paulo, 22 nov. 2004. Disponível em: <<http://convergecom.com.br/telaviva/paytv/22/11/2004/forum-do-cinema-e-tv-e-oficializado-em-sao-paulo/?noticiario=TL>>. Acesso em: 21 dez. 2016.
- GIL, Gilberto. Audiovisual, vamos ao debate. **O Globo**, Rio de Janeiro, 16 ago. 2004.
- GOVERNO encerra parceria PIC-TV. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 26 abr. 2001. Caderno 2. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/cinema,governo-encerra-parceria-pic-tv,20010426p1913>>. Acesso em: 10 maio 2014.
- IKEDA, Marcelo. **Cinema brasileiro a partir da retomada: aspectos econômicos e políticos**. São Paulo: Summus, 2015.
- JABOR, Arnaldo. Ai, que saudades do comunismo! **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 17 ago. 2004.
- LAUTERJUNG, Fernando; POSSEBON, Samuel. Ancinav do B. **Tela Viva**, São Paulo, v. 13, n. 143, out. 2004.
- LIMA, Heverton Souza. **A Lei da TV Paga: impactos no mercado audiovisual**. Dissertação (Mestrado), Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, SP, 2015.
- MARINS, Marcos Manhães. **Lista de discussão CINEMABRAZIL**. 22 out. 2004. Disponível em: <<http://www.cinemabrazil.com.br/pipermail/cinemabrazil/2004-October/006911.html>>. Acesso em: 14 mar. 2014.
- MARSON, Melina Izar. **Cinema e políticas de Estado da Embrafilme à Ancine**. São Paulo: Escrituras, 2009. p. 132.
- MUDANÇA para Ancinav vai demorar, diz diretor. **Portal Terra**. São Paulo, 11 nov. 2003. Cinema. Disponível em: <<http://cinema.terra.com.br/noticias/0,,OI209011-EI1176,00-Mudanca+para+Ancinav+vai+demorar+diz+diretor.html>>. Acesso em: 15 maio 2014.
- SALLES, Murilo. Ancinav: unir para democratizar. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 30 ago. 2004a.
- _____. **Lista de discussão CINEMABRAZIL**. 12 ago. 2004b. Disponível em: <<http://www.cinemabrazil.com.br/pipermail/cinemabrazil/2004-August/006362.html>>. Acesso em: 13 mar. 2014.
- SEMINÁRIO **Agência Nacional do Cinema e Audiovisual – ANCINAV e o fortalecimento da produção audiovisual brasileira**, Brasília: Congresso Brasileiro de Cinema; Casa Civil da Presidência da República; Ministério da Cultura; Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2004.

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

Rosto e morte em *Gritos e sussurros*, de Ingmar Bergman

Face and death in *Cries and Whispers*, by Ingmar Bergman

HENRIQUE CODATO

Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); pós-doutorando no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Brasil. E-mail: picega@hotmail.com

ISABEL PAZ SALES XIMENES CARMO

Mestra em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Brasil. E-mail: isabelpazsales@gmail.com

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

CONDATO, Henrique; CARMO, Isabel Paz Sales Ximenes. Rosto e morte em Gritos e sussurros, de Ingmar Bergman. Contracampo, Niterói, v. 36, n. 02, pp. 23-39, ago. 2017/ nov. 2017

Enviado em 22 de junho de 2017 / Aceito em 24 de agosto de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.1026>

Resumo

Três mulheres aguardam o falecimento de uma quarta. Todas vestem branco e circulam silenciosamente entre cômodos de paredes vermelhas. *Gritos e sussurros* (*Viskningarochrop*, 1972), do sueco Ingmar Bergman, toca em questões existenciais, entre elas os conflitos familiares, a mortalidade, o feminino e a incomunicabilidade. A partir da teoria da imagem-afecção, proposta por Deleuze (2009), pretendemos analisar alguns dos grandes planos do filme e, assim, tentar estabelecer relações entre rosto e morte na obra bergmaniana.

Palavras-chave

Rosto; Grande plano; *Gritos e sussurros*; Morte.

Abstract

Three women await the passing of a fourth one. All three are dressed in white and roam silently across the red-wall rooms of a house. *Cries and whispers* (*Viskningarochrop*, 1972), by the Swedish director Ingmar Bergman, addresses existential questions, amongst which are family conflicts, mortality, femininity and incommunicability. Based on Deleuze's theory of image-affection (2009), we intend to analyze some of the close-ups of the movie and, in doing so, establish relations between face and death in this particular work by Bergman.

Keywords

Face; Close-up; *Cries and whispers*; Death.

Introdução

*O close-up é o olhar mais profundo,
a sensibilidade do diretor.
O close-up é a poesia do cinema.*
Bela Balázs

Em toda sua obra, o diretor sueco Ingmar Bergman parece ter levado a cabo a máxima de Balázs. Para Bergman, o trabalho no cinema “começa com o rosto humano (...). A possibilidade de se aproximar do rosto humano é a originalidade primeira e a qualidade distintiva do cinema”. (BERGMAN apud DELEUZE, 2009, p. 154). Como na maior parte de seus filmes, em *Gritos e sussurros* (*Viskningar och rop*, 1972) o rosto – e a rostificação de outros elementos – tem um papel fundamental para a narrativa. Aliado a experimentações estéticas com o preto, o branco e o vermelho, cor de simbolismo latente para o diretor, os rostos povoam um espaço e um tempo carregados de morte.

Este artigo divide-se em duas partes: a primeira visa analisar algumas sequências do filme a partir da imagem-afecção, tal como proposta por Gilles Deleuze no livro *A imagem-movimento – Cinema 1* (2009). Nessa obra, Deleuze discute a relação entre o rosto, o grande plano¹ e o cinema, considerando que “não há grande plano *de* rosto, o rosto é em si mesmo o grande plano; o grande plano é por si mesmo rosto, e ambos são afecto, a imagem-afecção” (2009, p. 138). Para o autor, a imagem-afecção seria formada por dois polos: um primeiro, reflexivo ou qualitativo; e outro intensivo ou potente. Propomos, assim, observar, numa sequência específica de *Gritos e sussurros*, a passagem de um polo a outro da imagem-afecção a partir do grande plano da personagem Agnes (Harriet Anderson). Outros pontos discutidos por Deleuze, como a rostificação de objetos e a desassociação entre grande plano e as coordenadas espaciotemporais fílmicas, também serão desenvolvidos em relação à imagem dos relógios – objetos incessantemente visitados por Bergman – e nos grandes planos que iniciam os *flashbacks* das personagens.

Já na segunda parte do artigo, detemo-nos na forma como Bergman encena a morte em *Gritos e sussurros*. Ambientado numa mansão aristocrática do século XIX, o filme apresenta os momentos finais de Agnes, depois de sofrer durante vários anos de uma doença crônica². Num tempo em que a morte ainda era reservada ao espaço familiar, observamos como os protocolos mortuários – os últimos instantes no leito de morte, a preparação do corpo para o velório e um

¹ Neste artigo, consideramos sinônimos os termos grande plano, *close-up* e primeiro plano.

² Alguns críticos (SITNEY, 1989; MELLEN, 1973) presumem que Agnes sofre com um câncer intestinal ou uterino.

enterro que nunca é visto – afetam a escritura fílmica e as relações entre as personagens. Num movimento interpretativo que caminha entre o rosto, o grande plano e a morte, tentaremos, pois, traçar pontos em comum entre esses elementos.

Gritos e sussurros, de Ingmar Bergman

Durante mais de um ano, uma imagem perseguiu Ingmar Bergman, surgindo e ressurgindo intermitentemente: quatro mulheres de branco em um quarto de paredes vermelhas sussurram entre si, mantendo um comportamento de extrema reserva (BERGMAN, 1996, p. 83). Tempos depois, a visão tornou-se mais clara quando o cineasta percebeu que três delas esperavam pelo falecimento da quarta mulher, dando origem ao enredo de *Gritos e sussurros*.

As aristocratas Maria (Liv Ullmann) e Karin (Ingrid Thulin) acompanham os últimos dias da irmã, Agnes (Harriet Anderson), enquanto esta é assistida pela criada Anna (Kari Sylwan), que dá suporte e consolo à moribunda. Como várias obras de Bergman³, o drama trata de questões existenciais caras ao diretor, a exemplo da morte, do feminino, das relações familiares, do bem e do mal, assim como da incapacidade de comunicação e de um desejo sexual latente e por vezes interdito.

Os gritos e sussurros⁴ que ouvimos – e que dão nome à obra – partem das quatro personagens, forçadas a conviver em isolamento, na casa da família, num *tempo de morte* (VEIGA, 2014). Os uivos de dor de Agnes e o urro de desespero de Karin se misturam aos sussurros dos segredos das personagens que ecoam sutilmente entre as paredes da casa – durante alguns diálogos, especificamente entre Karin e Maria, as falas das duas mulheres ecoam discretamente, como se fossem outra camada sonora.

Segundo Bergman (*in* SUNDGREN, 1973), o filme foi planejado em andamentos, o que, agregado à origem musical do título, parece sugerir uma associação às categorizações italianas de velocidade do compasso: *grave*, *lento*, *largo*, *larghetto*, *adagio* e assim por diante⁵. Segue um ritmo rigoroso marcado

³ De maneira breve, podemos dizer que *Gritos e sussurros* estabelece fortes relações com as obras *No limiar da vida* (*När livet*, 1958), que conta a história de três mulheres enclausuradas em um quarto de hospital e que devem decidir se guardam ou não seus bebês, e *Persona* (1966), filme sobre a fusão de personalidades entre uma enfermeira e sua silenciosa paciente.

⁴ O título do filme é emprestado de Mozart: “Gritos e sussurros não é a minha própria frase, mas vem de uma revisão de uma sonata para piano de Mozart. Eu não me lembro qual. Ele disse que a lentidão de movimentos era como gritos e sussurros, e eu pensei que se encaixam muito bem. Porque é, na verdade, um pedaço da música traduzido em imagens.” (BERGMAN, 1996, p. 88)

⁵ O andamento musical, ou tempo, é indicado no topo da partitura e dita a velocidade com que a música será tocada. Geralmente varia entre o *grave* e o *prestissimo*. Tal classificação é calculada em bpm (batidas por minuto).

pelos ritos que a morte de Agnes exige: a visita do médico, o zelo com a enferma, o conforto nos momentos finais, a organização do corpo morto, a prece religiosa proferida pelo pastor emocionado, e um enterro negado ao espectador, pois o tempo presente da narrativa é confinado entre as paredes rubras da mansão – apenas o prólogo do filme e as lembranças de Agnes se passam nos jardins da propriedade. Esse tempo narrativo é entrecortado por *flashbacks* de cada uma das quatro mulheres.

Tais sequências em *flashback* começam e terminam com a cor vermelha que invade o plano, incidindo sobre o primeiro plano da personagem cujas lembranças, em seguida, vemos encenadas, e não têm exatamente uma função narrativa para o filme – ou seja, não contribuem de forma efetiva para o andamento da história –, mas servem para revelar algo da intimidade de cada uma das protagonistas e para introduzir outros personagens na trama, como o médico de Agnes, os maridos de Karin e Maria⁶ e a filha morta de Anna. Michel Philibert (1975) sublinha, no mesmo sentido, outras três sequências que pontuam o filme, interrompendo o encadeamento das ações e a ordem cronológica da história. Trata-se das cenas que envolvem a leitura de trechos do diário de Agnes – a primeira, lembrada pela própria Agnes enquanto escreve, e as outras duas lidas em voz alta: por Karin, antes de sua briga com Maria; e por Anna, no final do filme. No mesmo sentido, há de se mencionar, ainda, a sequência do sonho de Anna.

Philibert (1975) aponta uma diferença fundamental nas cenas de *flashback* no que concerne à enunciação das recordações sobre as quais elas se referem. Tratando-se de Agnes, por exemplo, é sua voz *over* que nos conduz por entre as felizes memórias da infância. Já no caso de Maria e Karin, é a voz *over* de um narrador⁷ que vem introduzir as lembranças encenadas do acontecimento. Segundo Philibert, enquanto o passado funciona como uma espécie de suspensão jubilosa para Agnes, que a retira da dor e do sofrimento vividos no presente, para as outras duas mulheres o passado é um tempo sem esperanças, repleto de remorso e frustração. Assim, ao recusar a concepção de um tempo único em *Gritos e sussurros*, Bergman tenta mostrar, numa perspectiva bergsoniana⁸, que:

[...] o sujeito não é pura e simplesmente levado pela sucessão de instantes que deslizam sem remissão do futuro ao presente e do presente para o passado; ele se descola dessa sucessão, ele a

⁶Os personagens masculinos pouco ou nada interferem na trama e acabam servindo de observadores para o drama encenado pelas quatro mulheres.

⁷A voz é do próprio diretor.

⁸O pensamento de Henri Bergson sobre o tempo serve de inspiração para Deleuze desenvolver suas ideias sobre a imagem afecção. Como sublinha Roberto Machado (2009), as afecções vêm sempre se intercalar entre estímulos recebidos e ações executadas; ou seja, a imagem não se define apenas pela especialização de suas faces perceptiva e ativa, mas, igualmente, pelo intervalo entre elas.

interpreta e a reordena. Ele não se submete ao tempo, mas lhe dá um determinado sentido⁹. (PHILIBERT, 1975, p.179)

O sangue vivo das paredes *escorre* para outros objetos em cena – as vestimentas, as roupas de cama, as cortinas, o revestimento dos móveis – estabelecendo uma *mise-en-scène* fantasiosa, povoada de personagens pungentes, que seguem o ritmo rigoroso estabelecido pelo diretor – os *flashbacks* de Maria, Karin e Anna têm duração de dez minutos cada, enquanto a morte de Agnes acontece na metade quase exata do filme. A onipresença da cor vermelha¹⁰ é indício não somente de uma transposição de agressividade visual para uma violência física concretizada (a agonia mortal de Agnes; a tentativa de suicídio do marido de Maria; o sangue que verte das mutilações de Karin), mas também de uma violência moral e psicológica (a traição de Maria; a frieza e a rispidez de Karin; a indiferença das duas quanto à situação de Anna).

Vida e morte unem, pois, essas quatro mulheres, aprisionadas no espaço enclausurante da casa e na incomplacência do tempo. O tempo da morte, marcado pelo tiquetaquear dos relógios, é entrecortado por essas suspensões temporais, cujo ponto de partida é sempre o rosto em grande plano das atrizes. Em contraluz e com o olhar voltado para a lente da câmera, as personagens não parecem se engajar numa atitude de afrontamento, como no olhar desconcertante lançado pelo personagem de Mônica (também interpretada por Harriet Anderson) em *Mônica e o desejo* (*Sommaren med Monika*, 1953), mas circunscrevem um momento à parte por meio de um monólogo interior endereçado ao espectador.

Rostificação e grande plano

Em *A imagem-movimento*, Deleuze (2009) consagra Bergman como um dos cineastas que mais insistiu na conjugação entre os elementos cinema, rosto e grande plano. Em *Gritos e sussurros*, o *close-up* cumpre um papel essencial, de revelações das personagens – cada *flashback* inicia-se com o grande plano do rosto da intérprete correspondente – e do estabelecimento das relações entre elas. Em diversas ocasiões, como tentaremos mostrar, os rostos das atrizes são tocados por seus interlocutores, em atitudes que poderiam denotar consolo, carinho e amor, mas também gestos de percepção de uma verdade ou de conseqüente repulsa.

Logo na primeira sequência do filme, observamos uma operação de montagem que aproxima três grandes planos e os relaciona intimamente, o que

⁹ No original: “Le sujet n’est pas purement et simplement entraîné par la succession des instants qui glissent sans rémission de l’avenir vers le présent et du présent vers le passé ; il se détache de cette succession, il l’interprète et la réordonne. Il ne subit pas le temps, il lui donne un sens”. Nossa tradução.

¹⁰ Para Bergman (1996, p. 90), o vermelho é a cor do interior da alma humana, imaginada por ele como a sombra de um dragão de cor cinzento-azulado, de interior avermelhado.

Deleuze chama de composição interna do grande plano, “a relação do primeiro plano ou com outros primeiros planos ou consigo próprio, seus elementos e dimensões” (DELEUZE, 2009, p. 161). As badaladas dos relógios, como pano de fundo sonoro no prólogo do filme, servem como elemento de ligação entre o jardim luminoso e o interior claustrofóbico da mansão. Quando o espaço da casa é penetrado pela câmera, os primeiros objetos a serem filmados, sempre em grandes planos e planos-detulhe, são os relógios – imagem que se repete em diversas outras obras de Bergman, como em *Morangos silvestres* (*Smultronstallet*, 1957), *Luz de inverno* (*Nattvardsgästerna*, 1963), *A hora do lobo* (*Vargtimmen*, 1968) e *Fanny e Alexander* (*Fanny och Alexander*, 1982).

Adornos, pêndulos, agulhas e os números marcados na superfície branca do mostrador são tratados à semelhança de um rosto – “parte do corpo que abriu mão de sua mobilidade para se tornar suporte dos órgãos de recepção” (DELEUZE, 2009, p. 138). Os relógios gerenciam o tempo nos micromovimentos dos ponteiros, expressão maior de nossa mortalidade¹¹. Pois, para Deleuze (2009), o Rosto não está delimitado ao rosto humano. Coisas podem assumir uma rostidade, podem ser *encaradas* ou rostificadas, e o grande plano torna-se, nesse sentido, um agente ativo desse investimento, corroborando o que já havia afirmado Jean Epstein (1974) acerca da capacidade de os objetos adquirirem, no grande plano, personalidade ou caráter metafórico:

[...] é o personagem-revólver, quer dizer, o desejo ou o remorso do crime, da falha, do suicídio. Ele é escuro como as tentações da noite, brilhante como o reflexo do ouro cobiçado, taciturno como a paixão, brutal, robusto, pesado, frio, desconfiado, ameaçador. Ele tem um caráter, costumes, lembranças, vontade, alma¹². (EPSTEIN, 1974, p. 141)



Figura 1 – Os primeiros grandes planos

¹¹ Ao se levantar da cama, Agnes faz funcionar o relógio em cima da lareira, num acionamento do tempo da narrativa e de sua própria mortalidade.

¹² No original : “Et un gros plan de revolver, ce n’est plus un revolver, c’est le personnage-revolver, c’est-à-dire le désir ou le remords du crime, de la faillite, du suicide. Il est sombre comme les tentations de la nuit, brillant comme le reflet de l’or convoité, taciturne comme la passion, brutal, trapu, lourd, froid, méfiant, menaçant. Il a un caractère, des moeurs, des souvenirs, une volonté, une âme”. Nossa tradução.

Às imagens dos relógios, sucedem-se os grandes planos de Maria e Agnes. É nessa conjugação de primeiros planos que reside a composição interna da qual nos fala Deleuze. Maria é mostrada em sono profundo. Seu rosto belo, jovem e corado se opõe ao grande plano subsequente, sobre o qual Bergman se detém mais longamente. Agnes dorme, sua respiração é mais sonora que a de Maria, e a palidez de suas faces denuncia a moléstia. Ela, então, abre os olhos e mostra-se desperta, sem traços de sonolência ou indisposição. No entanto, logo em seguida, vem o primeiro acesso de dor. Os olhos se fecham, os músculos se retesam, a boca se contrai, as sobrancelhas se unem, enquanto o rosto, outrora sereno, passa a traduzir, em seus traços, a agonia da dor.

Nesse grande plano, podemos observar uma transição dos dois polos que Deleuze (2009) atribui à imagem-afecção: o polo qualitativo, de um rosto que pensa, é objeto de admiração e, assim, é superfície refletora (na qual o espectador poderia se projetar, como num espelho); e o polo intensivo, que exprime o desejo e insere micromovimentos de expressão. A cada polo, poderíamos atribuir perguntas que facilitaríamos nosso entendimento sobre a imagem-afecção: ao polo qualitativo, a pergunta “que pensas tu?”, e, ao polo intensivo, “que tens tu? Que sentes tu?”. No olhar pensativo de Agnes, num primeiro momento, está o rosto contorno, o rosto que se atém à superfície; nos segundos seguintes, em que esse mesmo rosto é atravessado pelo sofrimento, vemos os micromovimentos do rosto intensivo, os traços de rostidade que perturbam essa superfície.

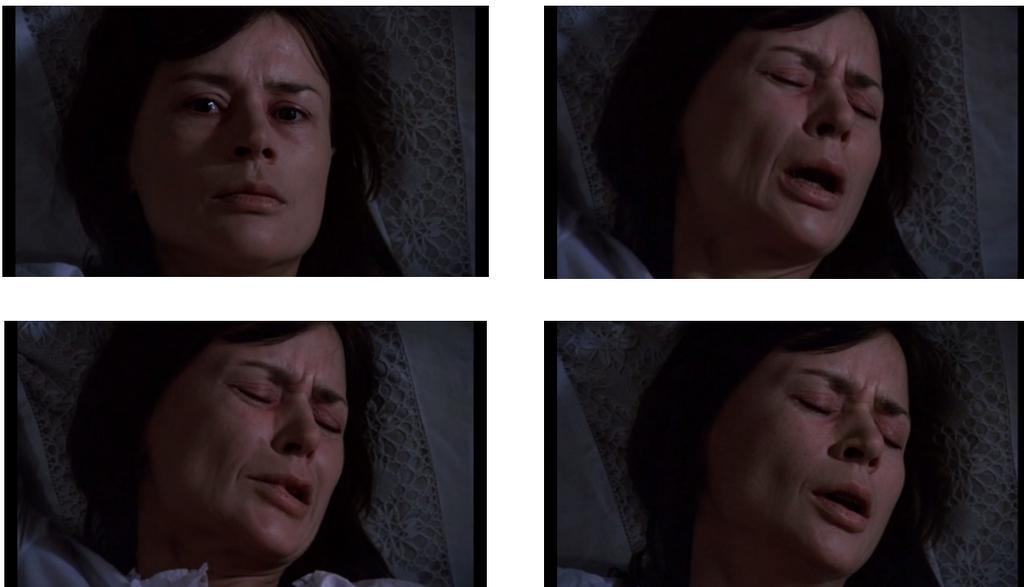


Figura 2 – Grande plano-rostos: polo qualitativo a polo intensivo



Figura 3 – *As três idades do homem* (Grien, 1543)

O trabalho de montagem nos coloca diante de três enquadramentos que transitam progressivamente do polo qualitativo ao polo intensivo, marcando o ritmo do filme como um todo e estabelecendo-se como uma alegoria da própria mortalidade. Saindo de uma superfície imóvel – o relógio ou o rosto –, Bergman propõe um mergulho na subjetividade e, particularmente, na corporeidade das protagonistas, marcadas tanto pelo desejo quanto pela dor.

Também essa composição – do rosto de Maria ao de Agnes, inaugurada visualmente pelos relógios e tendo como pano de fundo o insistente tiquetaquear dos ponteiros – prediz, em certa medida, o fluxo da vida. O relógio marca esse tempo mortal do encaminhamento de uma juventude, no rosto de Maria, para a decrepitude da morte e da doença, no rosto de Agnes. Nesse interstício, que na sequência não se dá a ver, estaria a maturidade, encarnada em Karin, construindo, desse modo, um quadro semelhante ao de Hans Baldung Grien (Figura 3), *As três idades do homem* (1543). A tríade bergmaniana de mulheres gira em torno das lembranças da mãe, ausência latente na matéria fílmica, mas personificada, em alguma medida, pelo personagem de Anna, a criada.

Os interlúdios

Como já dito, o ritmo do filme deve muito a essas quebras sofridas pela narrativa, marcadas tanto pelas sequências em *flashbacks*, quanto pelas cenas digressivas, relativas ao sonho de Anna. Por meio destes *interlúdios*, a intenção do diretor talvez seja dar algum sentido aos gritos e sussurros das personagens, revelando, com isso, segredos e mistérios que as cercam. Entre o vermelho opressor das paredes da casa e a proximidade da morte, tais imagens vêm nos revelar acontecimentos passados, ou, então, servem para encenar um devaneio¹³.

Formalmente, tais interlúdios são introduzidos e finalizados por meio de uma transição: tela vermelha; primeiro plano do rosto da personagem; e outra tela vermelha, que dá início à sequência de *flashback*/sonho. Essa mesma operação encerra o interlúdio a fim de retomar o tempo presente. A cor vermelha torna-se,

¹³ A última sequência do filme é uma lembrança de Agnes, lida por Anna no diário. Como não é acionada pela própria personagem, consideramos mais como um epílogo do filme do que um *flashback*.

nesse sentido, um *leitmotiv* visual que demarca, geralmente, uma passagem temporal ou uma mudança de espaço, anunciando-se como um *corte* no presente diegético que advém para explicar ou justificar, num gesto um tanto didático, as ações das personagens quanto a si mesmas e em relação às outras.

Na esteira de Balázs, Deleuze (2009) entende o grande plano não como uma parte tomada ao todo do filme, como um objeto parcial, mas, sim, como algo que abstrai de todas as coordenadas espaciotemporais. “É que a expressão de um rosto e o significado dessa expressão não tem nenhuma relação ou ligação com o espaço. Face a um rosto isolado, não percebemos o espaço. A nossa sensação do espaço é abolida. Abre-se a nós uma dimensão de outra ordem” (BALÁZS *apud* DELEUZE, 2009, p. 149). Essa nova dimensão é, segundo Balázs (2010), a própria fisionomia, que revelaria uma verdade interior, expondo a face real subjacente à superfície que se espalha na tela. Não haveria falsidade resistente à lente de aumento do *close-up*.

Em *Gritos e sussurros*, os grandes planos que iniciam e fecham os interlúdios são emparelhados às telas vermelhas. Nota-se, portanto, uma ligação íntima do espaço-tempo por meio da cor. O jogo tela vermelha/grande plano/tela vermelha, ainda que sirva para introduzir ou concluir uma determinada suspensão temporal, caracteriza uma permanência do espaço, como se este traduzisse ou interferisse diretamente na subjetividade dos personagens. A onipresença da cor vermelha e o enquadramento que se limita nas bordas do rosto, à contraluz, ganham, aqui, um efeito claustrofóbico, denotando certa constrição (Figura 4).

Se as incursões ao passado de Maria e Karin são apresentadas pela voz de um narrador onisciente, no caso de Agnes a lembrança é trazida à tona pela própria personagem, que narra ao espectador episódios de sua relação com a progenitora, fora do jogo da tela vermelha/grande plano. Entramos e saímos do *flashback* a partir da imagem de uma rosa branca, metáfora da mãe, em quem Agnes está constantemente pensando. A personagem de Harriet Andersson parece ser a única que não necessita de mediação: nem de narrador, nem da tela vermelha, nem do próprio rosto nessa incursão. Para ela, não há sussurros nem segredo possível, somente os gritos de dor. Em sua benção *post-mortem*, o pastor afirma: “a fé dela era mais forte que a minha”. No entanto, as irmãs não conseguem de fato amá-la; suas ações são condicionadas pelo medo e pela repugnância que a presença da morte traz consigo.



Figura 4 – Grandes planos de Maria e Karin nos interlúdios

Ainda sobre os *flashbacks* de Karin e Maria, algo de iminentemente mortal atravessa as cenas lembradas. A morte está à espreita tanto na tentativa de suicídio do marido de Maria, Joakin (Henning Moritzen), quanto na mutilação de Karin, que se corta com um caco de vidro introduzido na vagina, após discutir com o marido, Fredrik (Georg Årlin), passando o sangue que dali escorre nos lábios e no rosto. Assim, o vermelho foge às paredes e se materializa no sangue dos personagens, encerrando o filme enquanto matéria viva-morta. É como se, de algum modo, o sangue que vemos na tela vertesse de uma ferida que se abre no interior da própria narrativa, e que *vaza* através das lembranças acionadas pelas duas mulheres. No caso, ele nos desloca a um outro lugar, um outro tempo; um *alhures* entre a vida e a morte, a realidade e a memória, a materialidade e a imaterialidade dos corpos filmados.

No sonho de Anna, a máscara social que estampa as faces de Karin e Maria cai por terra. Novamente, a forma de apresentação desse interlúdio é a mesma do jogo tela vermelha/grande plano/tela vermelha, com alternância de fundo para cada face iluminada. No entanto, diferentemente dos outros *flashbacks* que trazem em cena algo de íntimo e particular da personagem, o sonho de Anna tem a função de descrever os acontecimentos que circunscrevem os momentos finais de Agnes e o papel que as outras mulheres assumem diante da morte da irmã. Agnes, exaurida pelo martírio causado pela enfermidade (ou, talvez, pelo peso de carregar o sofrimento de todos ao seu redor a fim de por eles interceder junto a Deus, como pede o pastor), não consegue fazer a passagem para o outro mundo. É aí que todo o desamor entre as irmãs ressurge. Repugnadas pela presença da morte, Karin e Maria resistem aos apelos da irmã morta, que só encontra conforto nos braços de

Anna, a única personagem que, de fato, ocupa-se de Agnes, chegando a oferecer-lhe o peito, tal como faria uma mãe provedora e piedosa, numa alegoria à *Pietà* (Figura 5), na qual a nudez se mostra às avessas¹⁴. Com efeito, o personagem silencioso de Anna – que não é membro da família, tampouco aristocrata – parece ser a nota dissonante desse *melodramma serio*¹⁵ orquestrado por Bergman.



Figura 5 – O sonho de Anna

A figura da mãe¹⁶ – também interpretada por Liv Ullmann – surge nas lembranças das três irmãs como um fantasma que vem assombrar o cotidiano sombrio dessas mulheres enclausuradas. Durante sua rememoração, Agnes a descreve como “doce, bonita e animada, e tão intensamente presente. Mas ela também podia ser fria, sutilmente cruel, e me repelir”, características essas que parecem se replicar nas duas outras irmãs: Karin, também fria, cruel e distante, e, principalmente, em Maria (o fato de ambas serem interpretadas pela mesma atriz reforça a ligação entre elas), bela e vivaz, e, ao mesmo tempo, dissimulada e escarnekedora, como demonstram suas relações com David, Joakin e Karin, a quem repele, ironicamente, na última sequência do filme.

A ausência materna impulsiona Agnes a sempre procurar por Anna nos momentos de dor e sofrimento. Notamos, aqui, uma dupla transferência: de Agnes em relação à Anna, que assume para a moribunda o lugar da finada mãe; e de Anna sobre Agnes, uma espécie de substituta para sua filha perdida. Apesar disso, em alguns momentos do filme, as cenas protagonizadas pelas duas mulheres são atravessadas por um latente homoerotismo, que desliza pelas carícias, pelos beijos ternos e pelos olhares trocados entre elas – assim como também acontece na

¹⁴ Na cena, quem se encontra desnudada é Anna – a mãe – ao invés de Agnes, que assume, aqui, o papel do Cristo.

¹⁵ *Melodramma serio* ou *Opera seria* é o gênero italiano de ópera que apresenta como temas centrais os dramas e as paixões humanas. Ela se contrapõe historicamente a *Opera buffa*.

¹⁶ Outro traço autobiográfico bergmaniano. O diretor chegou a admitir em entrevista posterior ao lançamento do filme que as personagens carregam várias características de sua própria mãe, com quem sempre teve uma relação bastante conflituosa. Ver Sundgren (1973) na bibliografia deste trabalho.

seqüência que sucede a morte de Agnes, em que Karin e Maria se reaproximam, após uma violenta discussão.

A morte de Agnes

Em *Gritos e sussurros*, Bergman nos faz visitar um tempo de morte diferente ao comum do século XX ou XXI. Ambientada no século XIX, a morte acontece no espaço familiar, assistida por parentes, depois de uma longa enfermidade. A medicina ainda não havia tomado para si a tarefa de normatizar os cuidados do doente (MENDES, 2011), tanto é que a visita do médico é inútil, só serve a dizer que logo chegará a hora de Agnes¹⁷. De fato, não há nada que ela ou as outras mulheres possam fazer, exceto esperar, como parecem demonstrar os inúmeros relógios distribuídos pela mansão.

O tempo presente da narrativa, marcado pelos protocolos da morte, arrasta-se agonizante, acompanhando o sofrimento de Agnes em seus momentos finais e acessando as lembranças das outras mulheres, tão dolorosas quanto a enfermidade incurável que assola a primeira. Tal como o espaço sombrio da mansão, o tempo também enclausura as protagonistas e parece condená-las a uma rememoração permanente de sua condição mortal, presas a um eterno *memento mori*.

Bergman não nos poupa do sofrimento nem da dor, estampada no rosto pálido e macilento da doente. Sabemos que a morte está próxima. Agnes pressente-a: “Há alguém lá fora”. O médico confirma o estado precário de saúde da paciente a Karin, e diz que falta pouco. Antes do acesso prolongado de dor que atravessa a última noite de Agnes, Karin, assustada, pergunta a Anna: “Você está ouvindo?”. É a morte que chega, anunciada pelos relógios, sussurrada pelo vento. A esse ponto, *Gritos e sussurros* torna-se quase um filme de horror, embalado pela respiração inconstante e assustadora de Agnes, cujos movimentos provocados pela intensa dor remetem-nos àqueles de um corpo em possessão.

O sofrimento da personagem é marcado muito mais pela dor do que pela consciência ou pelo temor da própria morte. Agnes desperta a ternura de Anna, quem presenciou a morte da própria filha. Karin, por sua vez, é pragmática: pensa no médico que tem de ser avisado, no que será da propriedade da família, no que acontecerá com Anna. Já Maria parece ser prestativa, mas qualquer proximidade física nos momentos mais críticos a deixa sem ação. No entanto, ela é a única que

¹⁷ Agnes, do latim *hagnes*, quer dizer pura, casta. Apesar de não compartilhar a mesma raiz etimológica, Agnes é associado ao cordeiro (*agnus*), devido à semelhança de pronúncia entre os dois termos, daí a atribuição de significado “dócil como um cordeiro”. O nome é, por vezes, confundido como uma variação de Ana. Tais fatores, aliados à forte influência religiosa na vida e obra de Bergman, reforçam o caráter redentor da personagem, como o cordeiro de Deus, e de sua relação intrínseca com a criada Anna. Disponível em: <<https://www.dicionariodenomesproprios.com.br/agnes/>>. Acesso em: 07 mai. 2017.

chora (como se isso também fosse uma medida protocolar). Esse distanciamento das irmãs em relação a Agnes – ou à sua morte – é encurtado no sonho de Anna, durante o qual aparece o que poderia ter sido o verdadeiro comportamento fraternal, não fossem as condutas sociais que as reprimem. É nas irmãs, Maria e Karin, que o horror da morte, materializado na repugnância do corpo em putrefação, vai despertar.

A recusa imediata de Karin (“Ninguém faria o que pede. Ainda estou viva. Não vou aceitar envolvimento com a sua morte”) e a repugnância de Maria atestam o horror da morte e a inquietude associada à possibilidade dos mortos retornarem à vida, um terror que acompanha a humanidade desde os primórdios. Para evitar esse horror de contaminação, é preciso afastar-se do morto. Ao pedir auxílio e conforto nessa travessia, Agnes rompe com a norma higienizadora e se transforma num espectro a perseguir os vivos: “o estado mórbido no qual se encontra o ‘espectro’ durante a decomposição não é mais que a transferência fantástica do estado mórbido dos vivos” (MORIN, 2003, p. 27). Talvez por isso Anna, no início do sonho, encontre Maria e Karin inertes, prostradas contra as paredes vermelhas, com os rostos pálidos e fantasmáticos, a balbuciar sussurros inaudíveis.

Gritos e sussurros é “um filme-consolação, um filme para consolar”, afirma Bergman (1996, p. 122). Com efeito, diversas sequências do filme mostram um gesto de consolo que se repete, figurado pelo encontro das mãos com o rosto (Figura 6). Entre Agnes e a mãe, durante a lembrança de estreitamento dos laços entre as duas (“eu levantei a mão e a coloquei em seu rosto; naquele momento, estávamos muito próximas”, diz a voz *over*); entre Agnes e o médico, que a conforta em sua enfermidade; entre Agnes e Anna, quando esta beija e afaga as faces da doente. O gesto rosto-mão é, sem dúvidas, indício de proximidade, mas, também, de uma constatação: o marido de Maria, quando desconfia de sua traição, toca-a levemente no rosto, parecendo certificar-se disso; Karin, que rejeita veementemente qualquer contato físico (com o marido ou com Anna, na ocasião em que a criada a encara), finalmente cede, na tentativa de uma reaproximação com Maria.



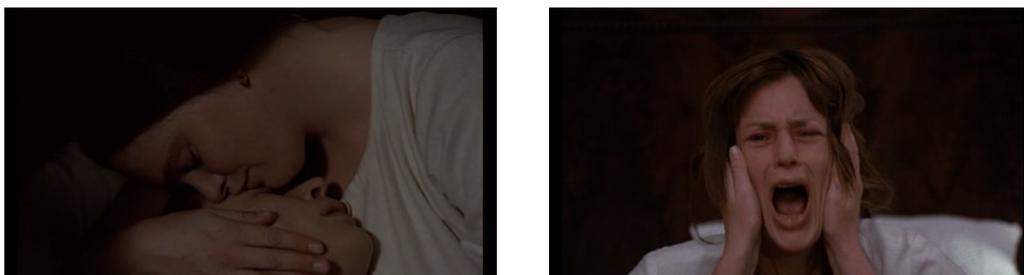


Figura 6 – Repetição do gesto mão-rostos ao longo de *Gritos e sussurros*

Enfim, perguntamo-nos: o que realmente se pode determinar de um rosto, ainda mais de um rosto bergmaniano? Para Deleuze (2009), Bergman levou ao seu extremo o niilismo do rosto, isto é, "(...) sua relação no medo com o vazio ou com a ausência, o medo do rosto frente ao seu nada. Em toda uma parte de sua obra Bergman atinge o extremo limite da imagem-afecção, queima o ícone, consome e extingue o rosto" (DELEUZE, 2009, p. 155). O rosto em Bergman não só perde suas principais funções, individuante, socializante e relacional ou comunicante (DELEUZE, 2009, p. 153-154), mas procede numa total aniquilação.

Considerações finais

Gritos e sussurros constrói-se nesse movimento: do terror escancarado no presente aos rasgos do passado encenados pelos silenciosos monólogos interiores das personagens. O futuro, inapreensível, torna-se, aqui, a visão da própria morte, encenada pelo calvário de Agnes. Caráter duplo, que se replica nas palavras de Edgar Morin (2003) acerca do horror da morte:

Um horror ao mesmo tempo ruidoso e silencioso, que voltará a encontrar-se com esse duplo caráter ao longo da história humana. Ruidoso: explode no momento dos funerais e do luto, tropeja desde o alto dos púlpitos, clama nos poemas (...). Silenciosa, vai corroendo, invisível, secreta, como envergonhada, a consciência no próprio coração da vida cotidiana¹⁸. (MORIN, 2003, p. 30)

Sussurros e gritos proferidos pelos rostos orbitantes dessas mulheres presas nesse centro mortuário. Rostos que saltam de um polo a outro, rostos reconfortados pelo calor do toque humano, rostos que se desenhavam na escuridão avermelhada, rostos que figuram sob a sombra da morte. Bergman trabalha os

¹⁸ No original: "Un horror a la vez ruidoso y silencioso, que volverá a encontrarse con ese doble carácter a lo largo de la historia humana. Ruidoso: estalla en el momento de los funerales y del duelo, atruena desde lo alto de las púlpitos, clama en los poemas (...) Silenciosa, va corroyendo, invisible, secreta, como avergonzada, la conciencia en el corazón mismo de la vida cotidiana". Nossa tradução.

rostos no limite mesmo do medo, no limite da vida. Pois, finalmente, talvez o filme de Bergman não seja, de fato, um filme sobre a morte, mas sobre a vida.

A sequência final é precioso espécime de alento. Nesse plano sublime, a imagem-afecção recusa o vazio e se ergue sobre sua substância, “afecto composto do desejo e do espanto, que dá vida, e o desvio dos rostos no aberto, no vivo” (DELEUZE, 2009, p. 157). A leitura do diário de Agnes por Anna fecha a obra de forma esperançosa, no grande plano-rostos daquela a quem tanto vimos sofrer ao longo da película, vivendo, quiçá, sua lembrança mais feliz. Um rosto-afecção.

Referências

BALÁZS, Bela. **Bela Balázs: Earlyfilmtheory. Visible man and the spirit of film.** New York; Oxford: Berghahn Books, 2010.

BERGMAN, Ingmar. **Gritos e sussurros.** Suécia. Cinematograph AB; SvenskaFilminstitutet. 1972.

_____. **Imagens.** São Paulo: Martins Fontes, 1996.

DELEUZE, Gilles. **A imagem-movimento: Cinema 1.** Lisboa: Assírio & Alvim, 2009.

EPSTEIN, Jean. **Écrits sur le cinéma.** Paris: Éditions Seghers, 1974.

_____. O inquietante. In: _____. **Sigmund Freud: obras completas, vol. 14.** São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

MACHADO, Roberto. **Deleuze, a arte e a filosofia.** Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

MELLEN, Joan. Bergman and women: *Cries and whispers.* **Film Quarterly,** Oakland, vol. 27, n. 1, p. 2-11, 1973.

MENDES, Ana Celeste. Rostos da morte na era da técnica. **Revista Alicerces,** Lisboa, n. 3, p. 131-145, abr. 2011.

MORIN, Edgar. **El hombre y la muerte.** Barcelona: Editorial Kairós, 2003.

PHILIBERT, Michel. “Image et discours de la mort dans *Cris et Chuchotements* de Bergman” In: *Archives de sciences sociales des religions*, n°39, 1975. **Évolution de l'Image de la Mort dans la Société contemporaine et le Discours religieux des Églises.** Actes du 4^e Colloque du Centre de Sociologie du Protestantisme de l'Université des sciences humaines de Strassbourg (3 a 5 de outubro de 1974), pp. 175-183.

SITNEY, P. Adams. “Color and myth in *Cries and whispers*”. **Film Criticism,** Ann Arbor, vol. 13, n. 3, p. 37-41, 1989.

SUNDGREN, Nils Petter. **Le cinéma selon Bergman. Entretiens.** Paris: Seghers, 1973.

VEIGA, Roberta. Rosto e palco: a espreita da morte e a construção do horror em *Gritos e sussurros*. **Devires**, Belo Horizonte, v. 11, n. 1, p. 70-81, jan/jun. 2014.

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

De repórter de combate a operador ideológico: John Reed em *Reed, México Insurgente* (1972)

From combat reporter to ideological agent: John *Reed in Reed, Mexico Insurgent* (1972)

JÚLIO CÉSAR LOBO

Professor-associado IV da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Doutor em Ciências da Comunicação (Estética do audiovisual) pela Universidade de São Paulo. Brasil.

jclobo2000@yahoo.com.br

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

LOBO, Júlio César. De repórter de combate a operador ideológico: John Reed em *Reed, México Insurgente* (1972). *Contracampo*, Niterói, v. 37, n. 02, pp. 40-60, ago. 2017/ nov. 2017.

Enviado em: 25 de março de 2017 / Aceito em: 9 de junho de 2017.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.982>

Resumo

O objetivo desse texto é analisar o filme mexicano de ficção *Reed, México insurgente* (1972), de Paul Leduc, evidenciando os seguintes aspectos: a sua singularidade como um filme de guerra civil na cinematografia latino-americana, tendo um repórter norte-americano, John Reed, como sua personagem condutora, a sua postura documentarizante e uma representação rara de Pancho Villa sem estereotipagem e a sua primazia na dramatização da subjetividade do seu protagonista, destacando os seus medos, as suas angústias, as suas inseguranças no campo de batalha. Em seu vínculo mais forte com o cinema político que se fazia no começo dos anos 1970 na América Latina, principalmente no seu Cone Sul, essa película mexicana lentamente constrói a passagem de Reed de repórter de combate a observador participante e ao final, a um operador ideológico. Enfim, trata-se de uma obra rara na filmografia latino-americana dos anos 1970 e depois: a representação de uma paixão por um ideal.

Palavras-chave

1. Cinema mexicano 2. Revolução Mexicana 3. Cinema e guerra 4. John Reed

Abstract

The aim of this paper is to analyze the Mexican fiction movie *Reed, insurgent Mexico* (1972), by Paul Leduc, highlighting the following aspects: its uniqueness as a civil war film in the Latin American cinematography, with an American reporter John Reed, as their conductive character, its documentary stance, a rare representation of Pancho Villa without stereotyping, and the primacy of this film in the dramatization of the subjectivity of its protagonist, highlighting their fears, their anxieties, their insecurities on the battlefield. In its strongest ties to the political cinema that was produced in the early 1970s in Latin America, particularly in its Southern Cone, this Mexican film slowly builds Reed's transformation from combat reporter to participant observer and, at the end, as he were an ideological operator. Ultimately, this is a rare work in the Latin American filmography 1970s and after: the representation of a passion for an ideal.

Keywords

1. Mexican cinema 2. Mexican Revolution 3. Cinema and war 4. John Reed

Introdução

Para Jorge Nóvoa, Robert Rosenstone e John Dunning.

Estive, ao todo, quatro meses com os exércitos constitucionalistas do México. Quando atravessei pela primeira vez a linha de frente, o medo mais mortal se apoderou de mim. Tinha medo da morte, da mutilação, de uma terra estranha e de um povo estranho, do qual eu não entendia a língua nem o pensamento. Mas uma terrível curiosidade me instigava; sentia que precisava saber como reagiria sob fogo cerrado, como conviveria na guerra com aquela gente primitiva [sic]. E descobri que as balas não são tão assustadoras, que o medo da morte não é grande coisa e que os mexicanos são maravilhosamente simpáticos [...]. Fiz um bom papel com esses selvagens [sic] combatentes e comigo mesmo. Eu os amo, como também amava aquela vida. Encontrei-me novamente. Escrevi melhor do que nunca.

John Reed, *Eu vi um novo mundo nascer*, p. 201, [1917].

O filme *Reed, México insurgente* é uma adaptação de alguns capítulos do livro *Insurgent Mexico*, publicado pelo jornalista norte-americano John Reed (1876-1920) ao final do primeiro semestre de 1914, e de elementos autobiográficos do seu artigo “Quase trinta” (1917). Toda a sua narrativa transcorre entre os quatro meses (novembro de 1913-fevereiro de 1914) que o citado repórter de guerra esteve ao lado dos revoltosos na fase armada da Revolução Mexicana (1910-1917). Quando Reed chega a El Paso (Texas) na intenção de cruzar a fronteira para cobrir essa guerra irregular para um jornal e uma revista de Nova Iorque, Pancho Villa (1877-1923) e Emiliano Zapata (1879-1919) - este no Sul- estavam lutando contra o general golpista Huerta, que havia destituído Francisco Madero e mandado fuzilá-lo. Reed era apenas mais um jornalista norte-americano, cobrindo esse conflito, que, desde o seu início, obteve amplo interesse da mídia norte-americana. No entanto, o modo como soube captar o “espírito” dos insurgentes em livro tornou-o famoso.

John Reed/Juanito (Claudio Obregon) começa a rigor a sua correspondência de guerra quando chega a pé a uma localidade na área rural do Estado de Chihuahua, procurando pelo general Urbina (Eduardo Rojas), que se encontra ferido (na cabeça). Reed diz-lhe que quer se juntar às suas tropas, o que é ironizado pelo

comandante: “Muitas balas”. Todos riem. Na verdade, um pouco antes, enquanto o jornalista norte-americano se dirigia para aquela localidade, a bordo de um carroção, cheio de dinamite (o que ele desconhecia), ele havia ouvido a história de Dom Luís, um soldado villista que havia ficado louco após o estrondo perto dele de um tiro de canhão. Ao tentar fotografar esse ex-combatente, o repórter é alvo de um olhar questionador do comerciante, que estava lhe dando carona e se justifica: “Preciso tirar fotos como prova do que vi”. Ao que este lhe adverte: “Tenha cuidado para que você não tenha uma bala em sua barriga como prova”. Temos aqui a primeira recorrência de um recurso argumentativo utilizado pela instância narradora ao longo do filme: uma cena de ação é retomada brevemente em diálogo ou uma conversa é ilustrada em seguida – ou mais espaçadamente – com a finalidade de produzir algum tipo de aprendizado. Aprendizado do “periodista gringo”.

No primeiro encontro com alguns dos principais comandantes do destacamento de Urbina, como uma forma de introduzir a sua aproximação, Reed toma um tema abstrato, a liberdade, como peça de conversação. É claro que, quando ele se dirige para El Paso, visando entrar no México, ele já sabe por qual motivo a Divisão do Norte, a de Villa, está brigando, mas solta a pergunta: “Pelo o que vocês estão lutando?” Talvez ele esperasse ouvir o que já era sabiamente divulgado: derrubar o general golpista Huerta para que a revolução caminhasse no sentido do atendimento de uma das principais reivindicações dos revoltosos: a reforma agrária. No entanto, surpreendentemente, um desses convivas do seu almoço responde que estava lutando pela liberdade. Reed insiste: “E o que é liberdade?” Aquilo que, em outro universo de referências culturais, poderia sinalizar para um debate filosófico – ou retórico – é encerrado pelo soldado villista com uma blague, que provoca sorrisos entre seus camaradas: “Se você não sabe o que é, então, o que é que está fazendo aqui?” Reed não se dá por satisfeito e insiste: “O que é liberdade para você?” A resposta é taxativa: “É o que é para todos”.

Como esse filme trabalha a sua argumentação dialógica com o recurso da duplicação, em conversa com outro revoltoso, Reed volta a tocar no tema da liberdade. Agora, a resposta é bem diversa daquela anteriormente pontuada: “Liberdade é fazer o que eu quero, quando eu quero”. O correspondente rebate: “E se isso prejudicar o próximo?” O fecho do soldado villista não floresce mais diálogos: “Vou derrubá-lo”. Essa última frase é apenas uma das muitas referências que os combatentes produzem na associação entre liberdade, violência física e virilidade. De certa forma, esse discurso é adiantado verbalmente pelo coronel Silveira que, ao apresentar o forasteiro a um dos oficiais, lhe diz que ele tinha as

marcas de cinco balas em seu corpo. Por sinal em muitas culturas, cicatrizes de combates também são simultaneamente prova de virilidade (LORAUX, 1984).

Em suma, o fato é que, entre outras coisas, as duas curtas sequências em torno do tema liberdade e conceitos afins mostram que a instância narradora está trabalhando com personagens e não com tipos fixos ou estereótipos em que o discurso de um poderia ser tomado como o discurso de todos. Além disso, mostra-se que, nesse filme, assim como há tempo e espaço para os generais Urbina e Villa e para o líder político Carranza, os soldados quase anônimos também têm vez e voz. Como se sabe, nos filmes de correspondentes de guerra *mainstream* norte-americano ou europeu, por exemplo, apenas comandantes militares de alta patente têm destaque.

Onde estão as batalhas?

Reed se aproximara das tropas do general Urbina como um meio de ter acesso a Pancho Villa, que se encontrava no Estado de Chihuahua, do qual era seu “governador militar”. Com o primeiro, Reed tem que amargar 10 dias de espera até algum combate: o avanço das tropas em direção a Torreón. Durante essa espécie de quarentena, o correspondente norte-americano exercita a sua capacidade de interação com nativos e tem a primeira lição sobre o cotidiano de uma guerra: não há batalha o tempo todo. Nesse aspecto, esse filme dramatiza um dado presente na memória de vários correspondentes da realidade imediata, como a norte-americana Martha Gellhorn (2009, p.27; 35), tecendo considerações em torno de sua passagem pela Espanha em julho de 1937, cobrindo a Guerra Civil: “[...] e ficamos ali no saguão escutando. A única coisa que se podia fazer era esperar. Nos últimos 15 dias, por toda a Madri, tudo o que as pessoas faziam era esperar. Esperavam o início do bombardeio e o seu fim e, depois, esperavam que recomeçasse”. E dessa situação, Gellhorn extraía um aprendizado: “A espera é um aspecto importante da guerra, e é difícil esperar”.

A presença da espera a que se refere Gellhorn é algo inusitado para se encontrar na quase totalidade dos filmes de ficção sobre guerra, preocupados majoritariamente com encenações de batalhas, ou seja, com ação. Por sinal, essa angústia da espera do combate também está registrada na correspondência do norte-americano John Steinbeck (1965, p. 51; 88; 251): “É que ele [o artilheiro de uma torre do Exército dos Estados Unidos], mal a missão começar, recuperará a calma necessária. O tempo de espera é que os arrasa. E esta noite tem sido particularmente difícil”; “os homens andam excessivamente tensos. [...]. Estar sem fazer nada é péssimo. Esperar é o pior de tudo”. Steinbeck busca atribuir essa

sensação, entre outras coisas, ao fato de que “não há talvez neste mundo coisa mais elástica do que o tempo subjetivo”. Com essas remissões a duas correspondências de guerra, de outros tempos e de outros espaços, buscamos salientar o fato de que, mesmo se tratando de um evento e de um livro da segunda década do século passado, esse filme de 1972 incorpora em seu roteiro alguns temas presentes na literatura jornalística pós-Revolução Mexicana.

O baile noturno que as tropas de Urbina realizam improvisamente serve como uma oportunidade para se beber muito e também para que Reed se aproxime mais de Longino (Hugo Velásquez) e de todos. Em determinado momento, ele bebe quase um litro de tequila de um só gole para espanto dos presentes. Longino, na ânsia de ver o jornalista norte-americano aceito por seus colegas de armas, observa: “Quem já viu um huertista virar uma garrafa de tequila de um só gole?” Espera Longino que, por trás dessa prova de virilidade – para a cultura deles –, Reed deixe de ser alvo de desconfianças, como se ele fosse um espião do governo dos Estados Unidos ou do general golpista Huerta. Essa desconfiança, em guerras irregulares como foi a Revolução Mexicana, é frequentemente relatada na literatura da correspondência de guerra, como se pode depreender desse trecho do despacho “O pracinha e o general” (Itália, 1944), de Ernest Hemingway (1969, p.153):

- Me diga uma coisa, correspondente – interpelou um outro soldado: Há uma coisa que não entendo. Você vai me explicar, não é? O que é que você está fazendo aqui, se não precisa estar aqui? É só pelo dinheiro?

- Claro, respondi. Dinheiro graúdo. Montes de dinheiro.

- Isso, para mim, não faz sentido [...]. Compreendo que um cara faça aquilo que tem de fazer. Mas por dinheiro...hum, não faz sentido, não. Não haveria dinheiro no mundo que me pagasse para fazer isto que ando fazendo.

O fato é que a desconfiança do combatente villista com relação ao “gringo” Reed tem cabimento, pois o desempenho investigativo do correspondente estrangeiro, especialmente em coberturas de guerras regulares ou irregulares, como no caso desse filme, parece ser muito semelhante ao dia-a-dia de um espião. Em ambas as atividades, requer-se que ele entre em contato com pessoas de várias ocupações, frequentemente em lados opostos, requer que ele se desloque para locais improváveis para entrar em contato com uma fonte e para que também fotografe; Reed porta uma câmera fotográfica até metade do filme. Por sinal, essa ambiguidade apontada aqui tem um ponto de partida muito nítido, no cinema de ficção, na caracterização do misto de repórter investigativo e espião Johnny Jones (Joel McCrea), no papel-título de *Correspondente estrangeiro* (Foreign correspondent, EUA, 1940, dir. A. Hitchcock).

O Medo Do Repórter

Reed quer ir para a frente de batalha (*front*), mas isso o angustia, confia a Longino. O protagonista, então, conta-lhe uma história de sua infância com a participação de seu irmão. Eles haviam cavado um túnel atrás da casa deles, indo do seu quintal na direção da escola em que estudavam. Pensavam em utilizar essa escavação como uma espécie de pasto para a criação de carneiros e ovelhas, que eles roubariam e, a partir do nascimento dos cordeiros, iriam comercializá-los. Achavam que essa ideia, secreta, era uma grande ideia. No entanto, o tempo foi passando, e os dois irmãos jamais concluíram essa obra. Por outro lado, o narrador dessa história diz não se lamentar muito pela não conclusão do feito, uma vez que, mesmo se o túnel tivesse sido finalizado, ele provavelmente jamais teria ousado roubar as ovelhas. Certamente não foi por acaso que a narrativa-mor de um medo atávico por parte Reed seja relacionada à sua infância, pois, na leitura psicanalítica, as crianças sempre procurariam o medo: “As histórias infantis sempre incluem elementos assustadores, que ensinam os pequenos a enfrentar o medo. Curiosos e excitados, os pequenos exigem que os adultos repitam várias vezes as passagens que os amedrontam nos contos de fadas” (KEHL, 2007, p. 89).

Voltando a Reed, ele associa o seu eterno medo a uma peculiaridade, com que a ocupação momentânea de correspondente de guerra teria uma forte afinidade, concluindo melancolicamente: “Planos, sonhos e, então, nada! Estou sempre cavando túneis, tentando enfrentar o medo. Eu não encaro meu próprio perigo, somente encaro o perigo dos outros”.

Por sinal, em suas memórias de repórter de combate, o húngaro Robert Capa (2010, p.182-83) estabelece uma comparação interessante entre o cotidiano e o poder de escolha de profissionais da especialidade dele e os combatentes em geral e que bem se aplicaria como um fecho para essa longa conversa entre Reed e Longino. Em um trecho importante de suas memórias, Capa se pergunta qual seria a diferença entre o repórter de combate, que vinha sendo há décadas, e “qualquer outro homem fardado”. Em seu entendimento, esses profissionais da comunicação enfrentam crises de consciência – mais grave ainda tortura – pelo fato de eles poderem escolher entre cobrir ou não determinado combate, ou seja, agir como um “covarde”, sem ser levado à corte marcial: “O correspondente de guerra tem sua aposta (sua vida) nas próprias mãos e pode colocá-la neste ou naquele cavalo, ou pode colocá-la de volta no bolso no último minuto”. Como uma forma de ilustrar o que afirma mais acima, Reed relembra para Longino a sua cobertura de uma greve de operários em Paterson (EUA), quando ele mesmo também acabou sendo preso,

mas por apenas quatro dias. Por outro lado, os grevistas enfrentaram anos de encarceramento, incluindo mulheres grávidas e menores de idade. Ele achou que a sua curta permanência por trás grades deveu-se ao fato de ele ser um jornalista.

A despeito daquela experiência de solidariedade com pessoas de uma classe social que não era a sua – um dos qualificativos do “intelectual orgânico”, como conceituado por Gramsci-, Reed se lamenta de não ter estado, naquele momento, em sua terra natal, “lutando contra os ricos”, como o pai dele havia feito, no Oregon, e “não apenas vendo coisas e falando como um mero espectador. Sou um fracasso”. Nesse ponto, o argumento desse filme retoma um velho tema sobre a presença do correspondente de guerra como um *voyeur*, fato que se registra em vários livros de despachos ou de memórias:

Todos nós usávamos, nos nossos trabalhos, de certos ardis, filhos da timidez ou da modéstia [...]. Jamais eu admitia que fosse o próprio a ver o que fosse. Ao descrever uma cena, punha-a invariavelmente na boca de uma terceira pessoa. Talvez achasse que o caso se tornava mais verossímil quando contado por outrem. Também é possível que, na guerra, eu me considerasse um intruso, um leva-e-traz e me sentisse um bocadito envergonhado por nela me encontrar. Talvez me envergonhasse o saber que, em qualquer altura, poderia voltar para a pátria enquanto tal não acontecia com os soldados (STEINBECK, 1965, p. 13).

Como Longino se mostra uma escuta sensível em meio ao baile e à beberagem geral, Reed sente-se à vontade, com ajuda de vários goles de tequila, para confessar a origem (infantil) de seu medo: “Às vezes, eu, em meu medo, achava que iria morrer. Mas, quando brigava, não era tão ruim, mesmo que tivesse sido surrado. Medo, isso era o pior. Se esconder, fugir. Isso sempre acontecia. Não sei por quê. Eu era um covarde [...] estou com muito medo [...] A frente de batalha me amedronta”. Ao que rebate o combatente villista: “Você está aqui para contar a verdade, e isso é bom”. No entanto, mostrando-se solidário em sua escuta de um Reed bêbado, Longino conforta o amigo americano, afirmando que “o segredo é lutar contra o medo. Isso é que ser um homem”. A fala desse combatente mexicano reverbera, de uma certa forma, um consenso terapêutico: “Onde existe medo há desejo nas imediações. Portanto, tratá-lo é sempre fazer um ajuste de contas entre essa emoção e o desejo, do qual é sempre testemunha” (PINTO; DUNKER, 2010, p. 78-79).

Numa postura pouco comum em representações ficcionais de correspondentes estrangeiros enquanto repórteres de combate, Reed subestima a função social de seu trabalho na cobertura da Revolução Mexicana ao passo que reafirma o valor do cotidiano de Longino e de outros combatentes contra as forças de Huerta, o general golpista [que governara ditatorialmente o México por 17 meses entre 1913 e 1914]: “Estou com medo, posso ser morto, mas são vocês que se encontram em perigo. Vocês estão lutando por suas terras e por seu país. Eu,

não. Talvez [esteja aqui] apenas para experimentar o medo, para me sentir bravo. Não tenho que lutar ou carregar um rifle". Frases que retomam, por sinal, a confissão acima das memórias de Robert Capa.

No mesmo local do citado baile, Reed conhece um maduro combatente, chamado de Professor, que se tornara voluntário, cujo discurso é mais uma mensagem de convocação. Ele começa lamentando que, após lutar três anos com as tropas maderistas, ao retornar ao seu Estado – Durango – encontrou as mesmas pessoas mandando, "mais ricas e mais gordas". O repórter indaga-lhe por que, diante disso, ele continuava lutando, mesmo mal remunerado: "Em minha terra, há um ditado que diz 'não tente ser o salvador para não ser sacrificado', porém, acredito que alguém tem que carregar a cruz. Tenho dois filhos. Eles terão suas próprias terras ou, finalmente, os filhos dos filhos deles as terão". Essa fala é importante porque, tempos depois, quando Reed se encontra com um padre – que é reticente quanto ao atendimento das principais reivindicações dos revolucionários -, ele lhe responderá, baseando-se no testemunho do citado combatente, que aquela luta era para as "futuras gerações".

Enfim, chega o momento em que Reed aparentemente terá oportunidade de acompanhar uma batalha quando o coronel Urbina é informado que os colorados (milícias armadas por grandes fazendeiros) estão vindo atacando. Ninguém quer a companhia do forasteiro nessa empreitada, negando-lhe até um cavalo. A movimentação é frenética, e ele acaba ficando sozinho em um precário acampamento nas ruínas de um convento. Deambula por áreas devastadas, munido apenas de uma singela câmera fotográfica. Explosões, gente passando correndo a pé e colorados a cavalo. Reed sai correndo atrás da tropa de Urbina, mas não a alcança durante essa batalha. Depois, perde a câmera. Ele corre em meio à poeira por quase um minuto numa das raras sequências em *travelling* de todo o filme, porém sem o recurso – que seria de se esperar – de uma música não-diegética. Reed chega enfim a um vilarejo abandonado, com poucas casas e uma igreja. Senta-se para descansar.

Argumentação Pelo Exemplo

Tempos depois, ao se reencontrar com alguns dos homens de Urbina, Reed terá esse feito rememorado como uma atitude de muita coragem e muita sorte. Alguém diz que o correspondente "não tomou nenhuma bala". Na verdade, o modo como esse feito é contado faz com que Reed torne-se para alguns o detentor de algumas das virtudes do coronel Urbina, que era capaz de atravessar tiroteios sem se ferir. Dado contraditado na imagem. Quando Reed o encontra pela primeira vez,

o miliciano estava com a cabeça enfaixada. No entanto, acreditamos que um dos aspectos importantes da correria do jornalista norte-americano acabou sendo uma equiparação com o citado comandante. Assim, voltamos à funcionalidade aqui do recurso da duplicação na argumentação pelo exemplo. Por sinal, isso nos remete a uma observação de Ernest Hemingway (1969, p. 130) sobre a participação da Resistência na Batalha de Paris, em setembro de 1944:

O tenente Krieger era atarracado, extremamente robusto e jovial. Pude apreciar que os guerrilheiros ficaram favoravelmente impressionados com ele e, logo que o viram trabalhando na localização e remoção de minas, passaram a dedicar-lhe uma cega confiança. Quando se trabalha com tropas irregulares, só o exemplo pode conseguir uma disciplina real. Enquanto acreditarem no chefe, bater-se-ão sem quebra de ânimo, se forem bons elementos. No mesmo instante em que deixarem de acreditar nele ou na missão a cumprir, desaparecem (1969, p. 130).

A correria de Reed, entre outras coisas, teria feito com que ele perdesse o medo, medo esse tão discutido por ele com Longino durante a sequência da festa. Abordagens psicológicas mais contemporâneas sobre o medo observam que “a verdade é que quem não é capaz de sentir medo é tolo, e não corajoso. A coragem de que se trata aqui é a de enfrentar o desejo, que se articula no medo. O que seria do frio na barriga, do sentimento de que perdemos o chão e do afeto que nos desorienta, se não a expressão maior diante do medo diante da paixão?” (PINTO; DUNKER, 2010, p. 78-79). Tanta referência ao medo até aqui talvez se justifique para contrabalançar a relevância que é dada, no cinema norte-americano, por exemplo, à exaltação da coragem pessoal e também do combatente em narrativas desse gênero. E há muitos filmes de repórter de combate em que a coragem é um dos atributos mais destacados de sua caracterização a exemplo de *Em plena batalha* (I cover the war, 1937), do citado *Correspondente estrangeiro*, além de *Um punhado de bravos* (Objective, Burma!, 1945) e *Os boinas verdes* (The green berets, 1968), todos norte-americanos, entre outros.

A sequência abordada acima, em que a câmera quase que corre a pé com o protagonista, talvez seja um dos momentos mais significativos de *Reed, México insurgente* para acentuar a sua política de baixos valores de produção: não há espaço para paisagens contrastando ao por do sol (o filme é em sépia), contraplanos de grandes explosões pirotécnicas nem para grandes movimentos de massa. Nesse aspecto, esse filme contraria, mais uma vez, uma tônica nas representações cinematográficas da Revolução Mexicana, mesmo nativas, procedimento que “remonta às estruturas miméticas das narrativas do romantismo, buscando a elevação moral por intermédio de imagens exuberantes” (ALBANO, 2011, p. 95). Por falar em “imagens exuberantes”, vale ressaltar que esse filme marca a sua excepcionalidade nas representações cinematográficas da Revolução

Mexicana também por se recusar a tomar elementos da paisagem como referentes de uma identidade cultural, ao contrário do que Oroz (1991) denuncia nos filmes fotografados pelo celebrado Gabriel Figueroa.

Antes de se encontrar com Villa, Reed tenta entrevistar Venustiano Carranza, o comandante civil da Revolução Mexicana e que assumira o governo de um importante Estado. Pouco obtém de interessante desse político, a não ser que ele não quer se pronunciar sobre a redistribuição de terras, sobre eleições diretas para presidente nem sobre o esperado direito ao sufrágio pelos camponeses. Aqui se registra a mesma decepção que um ex-professor revelara com Madero sequências atrás. A primeira imagem de Pancho Villa (Heraclio Zepede) – motivação principal da aproximação de Reed com o general Urbina – somente surge decorridos mais de uma hora de filme e precedida por uma legenda: “VILLA ASISTE AL ENTIERRO DE DON ABRAHAM GONZALEZ, CHIHUAHUA, FEBRERO DE 1914”. Essa é uma das várias cartelas com que a instância narradora pontua o início de algumas sequências. O modo como ela está inserida na narrativa busca sugerir que um trecho de um cinejornal de atualidades estaria sendo aproveitado nesse filme de ficção biográfica. No entanto, isso não ocorre, como também nas vezes anteriores em que há legendas. Cremos que, nesse ponto, esse filme mexicano retoma um procedimento, com finalidades semelhantes que se tem em outro filme latino-americano, com um jornalista como protagonista, que é *Terra em transe*, notadamente na sequência introduzida por legendas “Encontro de um líder com o povo” em que a câmera é tomada quase como uma participante-figurante, durante as caminhadas da campanha de um candidato a governador. Em ambos os filmes nessas sequências específicas, o tom documental encontra-se no uso de elementos do modo observativo, assim caracterizado: “O documentário observativo reduz a importância da persuasão para nos dar a sensação de como é estar em uma determinada situação, mas sem a noção do que é, para o cineasta, estar lá também [e] mostra uma força especial ao dar uma ideia da duração real dos acontecimentos” (NICHOLS, 2005, p. 149-153).

O tom documental na sequência acima mencionada do filme *Reed, México insurgente* não se reduz à presença de cartelas (como no cinema silencioso e em vários filmes de J.-L. Godard, por exemplo), mas, principalmente, ao uso de câmera na mão – onde poderia estar um *travelling* horizontal -, luz natural e com a câmera “caminhando” entre os participantes desse evento. Villa vai à frente entre aqueles que estão levando o caixão. Essa seria a primeira oportunidade que Reed teria para agendar uma eventual entrevista com o líder revolucionário da “Divisão do Norte”, o que não acontece. Um pouco mais tarde, Villa mostra-nos o que fazem os seus soldados nos intervalos entre as batalhas, trabalhando para a comunidade,

e o exemplo é o de uma panificadora. À primeira tentativa de entrevistá-lo, o general responde com uma ponta de ironia: “Vocês, jornalistas, estão sempre a fazer perguntas e – o que é pior – fazem sempre os mesmos questionamentos”.

A Entrevista Com Villa

Enfim, Reed consegue a sua entrevista com Villa, a qual envolve uma sequência de aproximadamente sete minutos com 11 tomadas, sendo poucos os contraplanos. Logo no começo, Villa nos informa da importância de quem acabara de ser enterrado: tratava-se de uma pessoa que conhecera antes de ele se inserir nas lutas revolucionárias a partir de 1911. Nas palavras desse general revolucionário, ele mesmo era um “bandido barato, um assassino”, aos 16 anos, e o encontro com Don Gonzalez o fizera entender que ele deveria procurar “ir até a raiz das coisas”, ter mais consciência:

- Quando começamos, éramos tão somente um grupo sem uma bandeira, éramos bandidos mesmo. Naquela época, era difícil conduzir as pessoas porque éramos poucos, como uma família, correndo aqui e ali e se escondendo. Como mosquitos, picávamos e saíamos, mordendo e enfraquecendo o inimigo. Então, a oposição aconteceu: o inimigo cresceu fraco, e nós crescemos fortes.

Pode-se deduzir, pelo exposto acima, que caberia à influência de Don Gonzalez mais mudanças no perfil público de Villa: “Mais tarde, as coisas mudaram, e tivemos que usar a disciplina e estabelecer regras, táticas e estratégias. Seria mentira se eu dissesse a você que estudei essas coisas, mas, quando se trata de onde lutar, eu vejo com precisão”.

Em nosso entendimento, dados do perfil de Gonzalez e o modo e os argumentos que esse senhor usa para conscientizar politicamente Villa talvez nos remetam, grosso modo, no cinema brasileiro mais à esquerda, às personagens do Professor (Othon Bastos), em *O dragão da maldade contra o santo guerreiro* (RJ, 1969), dir. G. Rocha) e da professora Madalena (Isabel Ribeiro), em *S. Bernardo* (RJ, 1972), dir. L. Hirzsmann), entre outros filmes. Ou seja, uma pessoa, que é ou se sente, digamos “de fora” do ambiente da “minoridade”, em termos socioeconômicos ou culturais, se identifica com “o explorado” e, com argumentos ou até com armas (caso da personagem de Bastos), procura conscientizá-lo, em menor medida, lutar com ele e até mesmo, de certo modo, morrer por ele, como se pode conjecturar para o fim do calvário da citada Madalena. Como o filme de Leduc trabalha com uma estratégia de duplicação, os ecos dessa conversa serão retomados próximo ao final da narrativa.

A entrevista que Villa concede a Reed mais parece uma palestra, discorrendo com exemplos dinâmicos sobre o que entende por talento ou vocação (“[há] alguns

pássaros bons para longas viagens, e outros bons apenas para cantar. Desde o dia em que eles nascem, sabe-se o que eles vão fazer”) e o aprendizado, entre outras coisas (“o pássaro novato tem a noção de como voar, mas ele precisa aprender...”). No afã de se fazer entender mais claramente sobre o que ele entende por aprendizado – ou, quem sabe, sobre a sua própria passagem de bandido a bandido social ou a revolucionário, o entrevistado faz uma comparação:

- O general Angeles me contava outro dia que, quando uma bala de canhão é lançada, ela sai em velocidade e fica ainda mais rápida até que, por fim, ela perde a sua força. O homem é da mesma maneira. Ele pode se iniciar com grande entendimento e, na medida em que sua compreensão aumenta, ele avança rapidamente.

Villa toca ainda em vários temas suscitados por Reed, como a Convenção de Haia sobre crimes de guerra, insinuando que, na guerra dele, não se aplicam determinadas “regras”, e faz ironia: “Por exemplo, é dito nesse livro [sobre a citada convenção] que balas de chumbo não devem ser usadas na guerra. Eu me pergunto: qual é a diferença entre ser morto por balas de chumbo ou por uma bala feita de qualquer outra coisa? Igual, igual. A morte é sempre uma coisa triste”.

Um Mexicano Sem Estereotipia

O trecho mais longo das falas de Villa é uma resposta a uma pergunta de Reed sobre o assassinato de um inglês, Mr. Benton, proprietário de terras no México, cuja morte estava incomodando o governo norte-americano quando ele, para justificar para o correspondente aquela execução, detém-se numa classificação minuciosa de quem contra ele estava lutando: “Há dois tipos de homens: os filhos-da-puta e os outros. Entre os filhos-da-puta, você tem três tipos: os colorados, os oficiais de carreira e o soldado comum”. Com relação aos colorados, tropa composta por camponeses armados, incorporados voluntariamente ou forçados a isso por seus patrões, Villa diz que, quando se depara com eles, trata-os com justiça: “Eles são camponeses como nós e sofrem o mesmo que meus rapazes, mas eles atiram para nos matar. E, dessa forma, não há escapatória para eles”. E continua a sua aula de introdução a execuções sumárias: “O segundo tipo são os oficiais de carreira, que saem das academias, que são educados e percebem que a justiça está do nosso lado e que é injusto lutar contra a gente. Eles devem ser mortos também”. Com relação ao último dos três tipos diz Villa: “Quando surge um soldado comum, para as tropas, sempre envio um advogado, que possa falar bem, que possa explicar a eles porque estamos lutando e, como de fato, eles estão livres para sair. E você sabe, muitos deles têm passado para o nosso lado porque eles viram a luz”. E finaliza rapidamente: “Benton era os três tipos juntos”.

Essa entrevista de Villa a Reed é o recorte que os roteiristas desse filme (Emilio Carballido, Carlos Castañón, Paul Leduc e Juan Tovar) fizeram dos oito capítulos que compõem a segunda parte - "Francisco Villa" – do livro homônimo de John Reed, o qual, por sua vez, condensa, na maior parte em estilo direto, sete entrevistas que tivera oportunidade de fazer com esse autointitulado "Centurião do Norte" nos quatro meses em que ele permanecera com suas tropas. Um aspecto importante das duas únicas sequências em que Reed interage com Villa é que esse último, finalmente, é representado sem a estereotipagem negativa, que faz dele uma figura cômica como se tem na película norte-americana *Viva Villa* (Idem, EUA, 1934), dir. J. Conway), entre dezenas delas. Em obras como essa citada por último, ocorria o que Köthe (1987, p.82), a partir de outro *corpus*, observa que, anteriormente, o "herói social de extração social baixa tinha de ser ridículo para aparecer", eles tinham que ser "picarescos" para serem "literariamente elevados". Tanto Villa como os demais combatentes nesse filme estão livres das estereotípias com que o cinema norte-americano, principalmente, buscava caracterizar os mexicanos, segundo Orellana (2009): covarde, selvagem, estuprador, lascivo, traiçoeiro, alcoólatra, preguiçoso, bandido, a bela *señorita*, simplório e seboso (*greaser*).

As imagens de Villa nessa sequência da entrevista bem como nos breves encontros anteriores dele com Reed e na sequência do enterro também se associam à política de representação desse filme em seu tom documentarizante. Essa postura, sinteticamente, poderia ser traduzida pelo uso da câmera na mão, como se tem em reportagens televisivas hoje, pelo uso do som direto, sem um posterior refinamento em estúdio, pelo uso de uma montagem simples, direta, valorizando o contraponto. Esses elementos, nos anos 1970, estavam muito próximos ao que se fazia no telejornalismo brasileiro, por exemplo, antes do advento das transmissões a cores e, de certa forma, colocam esse filme dialogando com um estilo de representação que se consolida no pós-guerra, via Neorrealismo italiano com seus desdobramentos tropicalizados no cinema político brasileiro, desenvolvido principalmente entre os anos de 1959 e 1968. Segundo Hennebel (1978), alguns dos principais elementos estilísticos do Neorrealismo seriam: montagem sem efeitos particulares, a recusa de efeitos especiais, a filmagem fora de estúdios, valorizando a luz natural, a utilização constante dos planos de conjunto e dos planos médios com posicionamento da câmera assemelhado àquele usado em atualidades e baixos valores de produção.

Com relação à caracterização do repórter de combate John Reed, *Reed, México Insurgente* também se distancia das representações mais comuns de heróis masculinos no cinema mexicano, nas quais, segundo Oroz (1992, p.88), "[ele]

possui uma luz com contrastes acentuados – dependendo da carga dramática -, cujo objetivo é produzir um efeito de masculinidade. É frequente o uso de uma luz crua para destacar as imperfeições da pele, acentuando-se, assim o caráter”. A propósito, filmes de guerra também servem para distribuir qualificativos de virilidade aos seus repórteres de combate, como aponta Venayre (2013, p. 418-19), ao discorrer sobre a figura do “grande repórter”:

Sabe-se que a grande reportagem [...] foi imediatamente uma coisa ligada à aventura. Por um lado, repórteres partiam para longe, para lugares exóticos e perigosos, frequentemente para os campos de batalha [...]. A assunção da grande reportagem foi também aquela do sensacionalismo: celebrando as aventuras dos seus repórteres, os jornais de autoglorificavam [...]. A história das figuras do repórter é assim mais complexa do que parece. Sem dúvida, os correspondentes de guerra puderam se colocar como modelos de virilidade.

Complementando de certa forma ao que Venayre observa acima, De Orellana (2009), ao analisar como Hollywood formatou (*shaped*) a Revolução Mexicana, chama a atenção para o fato de que, desde o início daquela guerra, os filmes, tanto reportagens, pequenos documentários e de ficção, procuravam sempre associar a narrativa das batalhas daquela guerra de guerrilha à perspectiva do repórter de combate com a finalidade de tornar os filmes mais excitantes.

Doutrinando Colegas

Reed se aproxima de dois repórteres-fotográficos mexicanos numa das paradas do trem que conduz as tropas de Villa. Talvez como um resultado do assédio que tivera de um dos combatentes, antes do desabafo com Longino, ele lhes diz que, naquele momento dos embates, era necessário “participar”, palavra entendida no contexto com o ato de tomar um partido naquela guerra ou, em último caso, lutar nela do lado da Divisão do Norte. Um desses fotógrafos rebate que, quando se narra para um público distante o que estaria acontecendo, os jornalistas estariam “passando a dimensão dessa luta”. Reed diz que a produção daquele tipo de informação não bastava, ao que o debatedor contrapõe: “Nossa obrigação é sermos objetivos”. “Você pretende ser objetivo, mas porque não está com os huertistas? Você poderia ser objetivo lá também”, polemiza o protagonista. Aquele mexicano que estava calado defende-se, por sua vez, dizendo a Reed ser um profissional independente e o fato de ter estado cobrindo a Revolução Mexicana na perspectiva dos revoltosos já sinalizaria na direção de uma tomada de partido. Esse profissional não vê o debate se encerrar uma vez que lhe Reed pergunta se ele teria certeza de que suas fotos – dos villistas – seriam publicadas ao que

rebate: “Precisamos lutar por esse direito, pelo direito de nossas fotos e nossos artigos serem publicados no jornal pelo qual trabalhamos”.

Reed, enfim, busca convencer os seus colegas mexicanos que a luta pelo direito de publicação, na verdade, seria parte de uma reivindicação mais ampla, de uma maior “participação”, “porque não estamos completamente certos de que nossos artigos serão publicados”. Em nosso entendimento, nesse ponto, o filme *Reed, México insurgente* encaminha-se para o seu final, aproximando-se de alguns outros, de outra fatura e outro comprometimento ideológico, no aspecto da convocação. Esse diálogo de Reed é um dos momentos em que a sua caracterização mais se aproxima daquilo que Gramsci (1989, p. 135) conceituou como o “intelectual orgânico”, que se descolaria da imagem clássica do indivíduo eloquente – “orador puro” – dirigindo-se para a “vida prática” com uma nova configuração existencial, um “novo intelectual” construindo, organizando, enfim, um “persuasor permanente”.

Ao passo que o protagonista do filme em discussão parte de uma posição inicial de puro repórter de combate norte-americano, finalizando como um operador ideológico, o filme que lhe narra também busca o seu vínculo com a causa dos revolucionários, um Outro étnico para Reed. Isso é feito através das “mediações”, que lhe são intrínsecas, como estrutura narrativa – em ordem direta, com diálogos elucidativos, elementos de entretenimentos. Por outro lado, a narrativa não se descuida da discussão de ideais pertinentes com um certo cuidado com uma dramaturgia da conversão (ideológica e a favor dos revolucionários), seguindo as convenções do gênero filme de guerra. Isso tudo considerando a peculiaridade de dramatizar uma guerra irregular - guerrilha – como foi a fase armada da Revolução Mexicana e estilo cinematográfico. O argumento, o roteiro, a montagem, a direção de fotografia e a direção de Reed, *México Insurgente* certamente respondem afirmativamente ao seguinte elenco de questões colocadas por Stam e Shohat (1995, p.80), quando tratam das relações entre estereotipia, realismo e representação racial, partindo da premissa de que questões de tratamento (incluindo enquadramentos) são tão cruciais quanto questões de representação:

Para falar da ‘imagem’ de um grupo social, nós devemos fazer perguntas precisas sobre imagens. Quanto espaço os representantes desse grupo ocupam na tela? São vistos em *close* ou somente em tomadas à distância? Com que frequência aparecem e por quanto tempo? São personagens ativos, atraentes ou suportes decorativos? A técnica cinematográfica nos faz nos identificar mais com um olhar do que com outro? Quais olhares são recíprocos ou ignorados? Como o posicionamento dos personagens transmite distância social ou diferenças de status? Quem é frente e centro? [...] Quais homologias informam a representação artística e étnica/política?

A Câmera-Personagem: Um Solo De Tomada

O filme *Reed, México insurgente* segue em direção ao seu final com o seu segundo conflito armado em mais de 100 minutos: a evacuação de Gómez Palacio, vila próxima a Torreón, após 11 dias de batalha. Batalha é uma força de expressão, pois temos apenas a entrada de tropas do general Urbina na pequena vila. A propósito do fato de este filme não se destacar pela representação mais bombástica de cenas de combate ou de execuções – uma vez que se trata de uma guerra civil com os oponentes usando táticas de guerrilha, até que seus roteiristas e direção filme teriam um eventual apoio documental a essa opção nas memórias de Martha Gellhorn (2009, p. 157; 158) em sua cobertura da Segunda guerra mundial na Itália:

Você não consegue absorver tudo o que acontece durante uma batalha, você nem mesmo consegue ver o que acontece e, muitas vezes, não consegue entender o que está vendo [...] Tanques passam serenamente sobre a crista de um morro, depois a formação é desfeita, você perde a maiorias deles de vista e, em seguida, no que era um vale tranquilo, você inesperadamente vê outros tanques disparando por detrás de árvores [...]. Uma batalha é um quebra-cabeça de homens lutando, civis aterrorizados e confusos, barulhos, cheiros, piadas, dor, medo conversas inacabadas e altos explosivos.

Talvez a fonte para o que se argumenta aqui tenha se originado mesmo do livro-fonte de Reed (2000, p. 272-72):

Um súbito resplendor surgiu no céu, e ouviram-se depois as retumbantes detonações da dinamite [...]. Um repentino brilho surgiu no alto e depois outro [...]. Assim estivemos naquele infernal tiroteio e no meio da maligna refrega, que vinha de cima [...]. Durante todo este tempo não cessou o infernal estrondo do tiroteio nem desapareceu a claridade avermelhada sobre o curral[...]. Regressei ao acampamento, cansado e cheio de tédio. Uma batalha é a coisa mais fastidiosa deste mundo se se prolonga por muito tempo. É tudo sempre igual...

Na tomada final em Gómez Palacio, Reed é visto em frente a uma loja de móveis. Tropas passam por ele velozmente. Agora, ele desiste de segui-las. Olha em direção à vitrine da citada loja, envolve o seu punho direito em um casaco e quebra a vidraça. Um plano tomado do interior do estabelecimento é congelado por segundos.

A sequência seguinte transcorre no deserto com a câmera em *travelling* horizontal por quase um minuto sem que se tenha nenhuma pessoa ou animal em cena. Essa singular tomada, configurada como um plano-sequência, inevitavelmente nos remete às imagens finais de *Deus e o diabo na terra do sol*. Detalhemos a nossa leitura dessa proposta de influência, de interlocução. Nos últimos minutos do filme glauberiano, morto Corisco, ferida Dadá, e Antônio das

Mortes tendo cumprido a sua missão, Rosa e Manuel são vistos correndo em meio ao semiárido nordestino. Essa sequência também é filmada em *travelling* horizontal. Na trilha sonora, o canto de Sérgio Ricardo diz, entre outras coisas, que “a terra é do homem/ não é de Deus nem do Diabo” e que “o sertão vai virar mar/ e o mar virar sertão”. Alguns segundos, e Rosa cai. Ela é deixada por Manuel, que continua correndo. Subitamente, o canto em *off* vai sendo mixado e ficando em segundo plano diante de uma música sinfônica, associada a um canto coral. Manuel sai de cena, e é a câmera, como “personagem”, que chega ao mar, espaço de utopia na trama. Aproximamos os finais dessas duas obras latino-americanas, estimulados por essa observação de Ismail Xavier (2007, p. 111):

Se o tempo acumula energias, e cada momento pode instaurar a brecha ou a crise por onde ache caminho e transborde a força transformadora, a corrida de Manuel tem no mar sua consequência lógica dentro das regras desse discurso. Diante da injustiça, da realidade que solicita a violência como condição de humanidade, a insurreição está sempre no horizonte. Não importa se consciente, passivo ou mergulhado na franca alienação, o oprimido traz uma disponibilidade para a revolta, mesmo que subterrânea.

Ou seja, em *Reed, México insurgente*, não é com a imagem do protagonista que se encerra a narrativa, mas, da mesma forma como em *Deus e o diabo na terra do sol*, é a câmera, enquanto “personagem”, que prossegue correndo, provavelmente na direção de outro combate (a invasão de Torreón), sinalizando talvez a predisposição dela – como antropomorfização do diretor Leduc – para acompanhar mais lutas na mesma direção, a da liberdade. Esse protagonismo insólito da câmera dura quase um minuto, tempo em que uma voz em *off* discorre sobre os passos seguintes de Reed até a sua morte precoce. O citado procedimento no filme mexicano sugere que a revolução de que trata, bem como a sua cobertura, prossegue além da permanência de Reed no Norte do México. Como se sabe, em fevereiro de 1914, ele voltara para os EUA, e a fase armada dessa rebelião somente se encerraria em 1917. Em nosso entendimento, só podemos evitar um julgamento de gratuidade no procedimento final da película de Leduc se o tomarmos como uma citação-homenagem ao filme glauberiano. Afinal, a propriedade da terra para os que nela labutam é o tema central de ambas as obras.

Considerações Finais

Por fim, o nosso balanço da pertinência de tamanho investimento nosso, no ano de 2017, em um filme de baixos valores de produção, filmado em tom sépia e com circulação restrita ao circuito de cineclubes no Brasil, em 1974, pode ser mais explicitamente justificado por dois prismas: a) a sua singularidade como uma narrativa de correspondente de guerra, ou repórter de combate, alguns anos antes

do início de uma espécie de *boom* desse subgênero de filme de aventura na esteira da memória cinematográfica da invasão norte-americana do Vietnã; e b) o elenco de mensagens que uma leitura alegórica poderia remeter na direção do contexto da maioria dos países *latino*-americanos naqueles anos 1970. Além disso, em termos de estética cinematográfica, destacamos a presença em *Reed, México insurgente* de traços que o vinculam a uma vertente do Cinema Novo brasileiro mais direcionada ao drama político, entre os anos de 1961 e 1969 a qual, grosso modo, tinha como características formais/estéticas a utilização frequente dos planos de conjunto e dos planos médios, enquadramento semelhante ao dos filmes de atualidades (de que a sequência do enterro, como já expusemos, é bom exemplo), principalmente nesses traços: temas de crítica social, montagem sem efeitos particulares, câmera e montagem discretas, simplicidade dos diálogos, a filmagem em cenários reais e utilização de baixos valores de produção. Traços esses, por sinal, reelaborações de algumas das matrizes mais difundidas – especialmente na cinematografia do Terceiro Mundo - do Neorealismo italiano, segundo Borde (1959).

Se, por um lado, *Reed: México Insurgente* reelabora, décadas depois, alguns dos principais elementos daquele movimento cinematográfico do imediato pós-guerra, por outro lado, dele se distancia por não ser melodramático (como *Mamma Roma*, dirigido por Pier Pasolini), não ter dado espaço para cenas de piedade (como se tem, por exemplo, em *Ladrões de bicicleta*, dirigido por Vittorio de Sicca), entre outras distinções. Talvez os aspectos mais significativos do diálogo intergeracional proposto aqui estejam numa busca comum por uma “postura ética”, uma “ética como estilo”, uma “instância ética de solidariedade”, um “interesse agudo pelos deserdados da sorte”, a “descoberta do próximo”, um “impulso moral”, conforme levantamento de Fabris (1996). O comportamento de Reed ao longo de toda essa narrativa pauta-se pela crescente empatia com os villistas, com quem, pontualmente, deixa de ter problemas com o seu medo, toma a causa deles como se fosse a sua e, resumidamente, amadurece. Talvez não fosse muito temerário apostar-nos na ideia de que a permanência do protagonista por aproximadamente quatro meses com os revolucionários mexicanos tenha sido o seu romance de formação, processo de constituição e consolidação, em termos culturais, psicológicos e sociais, de uma personalidade.

Do ponto de vista das representações da Revolução Mexicana, esse filme de Leduc se distingue de dezenas deles, desde as primeiras ficções da década de 1910, os quais, em geral, se caracterizariam pelos seguintes aspectos, arrolados por Albano (2011, p. 104; 121: a) “produções pródigas em batalhas sangrentas, em antagonismos malvados e em mortes inverossímeis” – por sinal, nesse filme não há nenhuma morte em cena; e b) “desmandos de autoridades rurais,

campesinos acuados e exaustos". Com relação ao primeiro item, há que se notar que a adaptação do livro de Reed lhe é bem fiel, especialmente naquilo que é destacado por Silva (2011, p. 135; 150): "Ele foi o primeiro a romper com a perspectiva glamorosa da guerra, que prevalecia sem contestação [...]. Em vez de louvar implicitamente o conflito, com a glorificação dos combatentes [...], ele – pela primeira vez que se tem registro – questionou a guerra com a descrição de seus horrores e as intervenções críticas do narrador".

O fato é que *Reed, México insurgente*, a despeito de suas qualidades relativas ao gênero filme de guerra, também tangencia o que se denomina de cinema político ao alegorizar vários temas de uma cultura latino-americana da primeira metade dos anos 1970. Por isso, cremos não ser muito temerário buscarmos uma alegorização dos principais temas veiculados pelo filme *Reed, México insurgente*, com relação a um contexto na realidade mais imediata da América Latina, tomando como limites temporais o seu ano de produção (1972) e o ano de sua exibição no Brasil (1974), apenas em cineclubes: sublevação revolucionária, ditadura militar, luta pela reforma agrária, intervenções norte-americanas na sustentação de ditaduras e militância do intelectual, em suma. Dados esses que talvez tivessem inviabilizado a sua exibição comercial em nosso país. E haja Estados totalitários em que essa alegorização poderia ser materializada. Com relação ao Brasil, restringiremos um possível diálogo de *Reed, México insurgente* principalmente à citada conversação que o protagonista mantém com dois repórteres mexicanos. Como lembramos, na sequência da discussão de Reed com dois colegas mexicanos, solidários aos villistas, ainda se discutia sobre a luta na direção da publicação de artigos e fotos na grande imprensa, que, de certa forma, Reed representava. No caso de nosso país, apenas nos anos de 1970, mesmo diante da ditadura militar, tivemos uma busca de alternativas ao que se colocou acima, não mais se querendo "golpear" as redações, mas, sim, partindo para a fundação dos chamados "alternativos", com mais de uma centena de periódicos, fundados e extintos entre 1969 e 1979.

Referências

ALBANO, Sebastião G. **A imaginação revolucionária**: política, literatura e cinema no México. São Paulo: Annablume, 2011.

BORDE, Raymond. **Le Néoréalisme Italien**. Lausanne: Claire Fontaine, 1959.

CAPA, Robert. **Ligeiramente fora de foco**. São Paulo: Cosac Naify, trad. J.R. Siqueira, 2010.

DE ORELLANA, Margarita. **Filming Pancho**: how Hollywood shaped the Mexican Revolution. London: Verso, 2009.

FABRIS, Mariarosaria. **O Neo-realismo cinematográfico italiano**. São Paulo: EDUSP, 1996.

GELLHORN, Martha. **A face da guerra**. Rio de Janeiro: Objetiva, trad. P. Lemos e A. Araújo, 2009 [1993].

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio: Civilização Brasileira, trad. C.N. Coutinho, 1989.

HEMINGWAY, Ernest. **Tempo de morrer**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, trad. Álvaro Cabral, 1969.

HENNEBELLE, Guy. *Os cinemas nacionais contra Hollywood*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

KEHL, Maria R. Elogio do medo. In NOVAES, Adauto (org.). **Ensaio sobre o medo**. São Paulo: SENAC, 2007, p.89-112.

KOTHE, Flávio. **O herói**. São Paulo: Ática, 2ª ed., 1987.

LORAUX, Nicole. Blessures de virilidade. In CORBIN, Alain et al. (dir.) **História da virilidade 3**: a virilidade em crise? Petrópolis, RJ: Vozes, trad. N. Melo Sobrinho, 2013.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao documentário**. Campinas, SP: Papyrus, 2005.

OROZ, Sílvia. **Melodrama**: o cinema de lágrimas de América Latina. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1992.

PINTO, Graziela; DUNKER, Christian. **Medo**. São Paulo: Duetto, 2010.

REED, John. **Eu vi um mundo novo nascer**. São Paulo: Boitempo, trad. L. B. Pericás, 2001 [1917].

SILVA, Carlos E. Lins. **Correspondente internacional**. São Paulo: Contexto, 2011.

STAM, Robert; SHOHAT, Ella. Estereótipo, realismo e representação racial. **Imagens**, Campinas, n.5, ago. / dez. 1995, p. 70-85.

STEINBECK, John. **Correspondente de guerra**. Lisboa: Livros do Brasil, trad. Virgínia Motta, 1965.

VENAYRE, Sylvia. A virilidade ambígua do aventureiro. In COURTINE, Jean - Jaques (dir.) **História da virilidade 3**: a virilidade em crise. Séculos XX-XXI. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013, p.394-423.

XAVIER, Ismail. **Sertão Mar**: Glauber Rocha e a estética da fome. São Paulo: Cosacnaify, 2007.

“Gosto de inovar, topo desafio”: cotidiano, identidade e inovações nas formas visuais do telejornal Bom Dia São Paulo

“I like to innovate, I accept the
challenge”: everyday life, identity and
innovations in the visual forms of
television news Bom Dia São Paulo

FERNANDA MAURÍCIO SILVA

Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Brasil. E-mail: fernandamauricio@gmail.com.

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

SILVA, Fernanda Maurício. “Gosto de inovar, topo desafio”: cotidiano, identidade e inovações nas formas visuais do telejornal Bom Dia São Paulo. Contracampo, Niterói, v. 36, n. 02, pp. 61-80, ago. 2017/ nov. 2017.

Enviado em 27 de junho de 2017 / Aceito em 24 de agosto de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.1047>

Resumo

O presente artigo tem como objetivo refletir sobre as inovações propostas pelo telejornalismo local a partir da análise dos elementos audiovisuais do *Bom Dia São Paulo*. Tomamos como recorte dois aspectos que configuram a identidade do programa: o uso do ao vivo como recurso preferencial para a divulgação das informações, e os elementos visuais dispostos na cena de apresentação. Nos dois casos, percebe-se que o telejornal mostra-se inovador por buscar uma autêntica experiência da cidade, ao mesmo tempo em que mantém uma continuidade com formas do passado. A partir dos Estudos Culturais, considera-se a inovação numa relação com os contextos culturais que dão condições de existência para o novo e, ao mesmo tempo, permitem ver as transições sociais que o envolvem.

Palavras-chave

telejornalismo local; inovação; gênero televisivo.

Abstract

This article aims to reflect on the innovations proposed by local television journalism based on the analysis of the audiovisual elements of *Bom Dia São Paulo*. We take as a cutout two aspects that configure the program's identity: the use of live as a preferred resource for the dissemination of information, and the visual elements arranged in the presentation scene. In both cases, it can be seen that the newscast is innovative because it seeks an authentic experience of the city, while maintaining a continuity with forms of the past. From Cultural Studies, innovation is considered in relation to the cultural contexts that give conditions of existence to the new and, at the same time, allow to see the social transitions that involve it.

Keywords

local television journalism; innovation; television genre.

Introdução

“As pessoas pedem mudança”. As palavras do apresentador do telejornal *Bom Dia São Paulo*, Rodrigo Bocardi, expressam a interseção entre os objetivos editoriais de sua emissora, a TV Globo, e a expectativa da audiência com relação às alterações propostas pelo programa no início desta década. A ênfase que o apresentador dá ao “novo” – que também se nota no título deste artigo – alinha-se com um conjunto de estratégias da emissora, que periodicamente efetua uma renovação em seus telejornais em busca de maior modernização, expressa seja nos equipamentos, seja na linguagem audiovisual.

Quando observamos a história da televisão brasileira, é possível perceber que a inovação é um critério frequentemente empregado para sua avaliação e de seus produtos desde as primeiras décadas. Novos formatos e nova linguagem misturam-se a novos discursos sobre o televisivo ampliando as gramáticas de visualidade. Se a inovação se apresenta como desejo dos produtores, ela também se mostra como um horizonte de expectativa no âmbito da audiência, que, por sua vez, demanda uma constante renovação da linguagem.

No cenário contemporâneo, em que a televisão disputa com outras mídias para manter-se hegemônica (JOST, 2011), a aposta na inovação de produtos e linguagens é notoriamente acelerada pelas possibilidades tecnológicas, pelos novos espaços para produção televisiva e pelos novos mercados.

Embora muitos críticos, consumidores e pesquisadores mostrem-se animados com as novas possibilidades televisivas, é preciso pensar que as novas formas aparecem numa relação de disputa com as anteriores, buscando consolidar certas práticas ao invés de outras. Tratando das inovações em séries de TV, Jason Mittell (2015) afirma que complexidade televisiva diz respeito às mudanças nas expectativas de assistir TV, na forma de criação das histórias e nas formas de distribuição, que trazem novas práticas culturais. Assim, a inovação na configuração acompanha uma transformação contextual. Para Mittell (2015), as inovações são nexos de inúmeras forças históricas que transformam normas e possibilidades.

Se as narrativas ficcionais são espaços profícuos para inovações, as narrativas jornalísticas na televisão parecem possuir um ritmo mais lento, com as possibilidades de criação reduzidas a alguns subgêneros¹. Acreditamos que um desses espaços para experimentação é o telejornal local. Enquanto os telejornais de rede, exibidos em cadeia nacional, especialmente os de horário nobre, apresentam

¹ Neste artigo, consideramos o telejornalismo como um gênero televisivo que se desdobra em diversos subgêneros: programas de entrevistas, telejornal, programas de debate, programa de grande reportagem, entre outros.

elementos inovadores com cautela – geralmente sendo explicados para o telespectador – nos telejornais locais os recursos jornalísticos são empregados em função de um pacto marcado pela visualidade da cidade e daquilo que o telejornal pauta como cotidiano daquela comunidade. Com isso, os programas locais provocam continuidades e rupturas com relação às práticas do telejornalismo de rede que, em alguns casos, podem vir a ser incorporadas no futuro². Tais rupturas, muitas vezes, se apresentam como inovações das formas e também do discurso legitimador do telejornal.

Neste artigo, propomos uma análise do telejornal *Bom Dia São Paulo*, produzido e exibido pela TV Globo paulista. Procuraremos entender de que forma os elementos audiovisuais empregados no programa propõem inovações em seu modo de se relacionar com a audiência, buscando uma marcação espaço-temporal que ganha força no cotidiano. Acreditamos que o programa segue determinações gerais da emissora ao apresentar certas inovações como um esforço de modernização, mas que nem sempre implicam uma nova concepção do jornalismo ou da cidade com a qual ele dialoga. Nossa análise concentra-se em doze edições do telejornal exibidas ao longo do ano de 2016, tomando como objeto os dois locais preferenciais explorados pelo telejornal: o estúdio, com sua composição cênica, e a rua, quando os repórteres, ao vivo, distribuem-se em diversos pontos geográficos da capital paulista. A partir desses locais, o programa procura exibir elementos audiovisuais inovadores que ancoram-se nas gramáticas televisivas. Antes da análise, porém, abordaremos a inovação, atrelando-a a um processo da cultura. Isso significa afirmar que as novas formas não resultam apenas do arbítrio da emissora e de suas possibilidades técnicas, mas de uma trama de significados que ela assume na relação com a cultura e a sociedade. Recorremos às formulações dos Estudos Culturais a fim de colocar a inovação numa perspectiva que escape ao produto, mas permita ver as configurações sociais ali incidentes. No nosso caso, a modernização apresenta-se como um marco da identidade da cidade que o programa busca acompanhar ao exibir suas novas formas³.

A inovação numa perspectiva cultural

“O novo quadro”, “o novo cenário”, “a nova equipe” são expressões recorrentes dos produtores de televisão para descrever seus produtos, inserindo-os

² É o caso da análise que Yvana Fachine (2002) realiza sobre o papel de apresentadores, inicialmente dedicando-se à performance de Chico Pinheiro na apresentação do SPTV que, posteriormente, se espalhou para os telejornais.

³ Uma versão abreviada deste texto foi apresentada no Seminário Comunicação e Cultura Visual, realizado em dez. 2016, na Universidade Federal de Minas Gerais.

em uma lógica de permanente renovação. Entretanto, quando uma mudança formal é apresentada à audiência, ela muitas vezes é precedida de transformações sutis ocorridas no programa para que as novas formas sejam mais facilmente aceitas e façam sentido no interior do produto. Para compreendermos como se dá o processo de inovação no telejornalismo, nossa abordagem aproxima-se da formulação dos *cultural studies*, o que nos leva a pensar que uma nova forma televisual não emerge pura e simplesmente da vontade das lógicas de produção, mas de um processo permanente de negociação com esferas da cultura e da sociedade. De modo mais específico, buscamos entender as inovações apresentadas pelo telejornal *Bom Dia São Paulo* e seus significados a partir de uma dimensão contextual. Deste modo, reconhecemos que, embora certas convenções do jornalismo televisivo – valores do jornalismo, a centralidade dos jornalistas na apuração dos acontecimentos, o uso da visualidade para autenticar a realidade – sejam comuns aos diversos subgêneros, cada um deles utiliza dispositivos distintos para estabelecer sua relação com a audiência.

Para apresentar algo como inovador, os produtos convocam a memória, o reconhecimento e os hábitos de audiência dos telespectadores com o objetivo de confrontar uma forma nova com práticas dominantes vigentes. Por isso, neste artigo é relevante reconhecer como as convenções se estabelecem nos gêneros televisivos (e em seus correlatos subgêneros), de que modo elas se reproduzem e se perpetuam ao longo do tempo. A noção de gênero televisivo tem sido tratada pela academia como uma categoria cultural (GOMES, 2011a; MITTELL, 2001, 2004; GUTMANN, 2012; SILVA, 2013), o que efetua uma superação da taxionomia de textos televisivos em classificações rígidas passando a incorporar as transformações, hibridizações e reconfigurações dos produtos a partir da relação com o contexto. Sendo assim, considerar o gênero como uma categoria cultural implica tomar em causa os textos televisivos e, também, as definições interpretações e avaliações que ocorrem fora deles (Mittell, 2004). Portanto, o gênero não é algo que está *no* texto, mas que *passa pelo* texto (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 303), o atravessa. Ainda segundo Mittell (2004), os gêneros não se consolidam em um programa isolado, mas em um conjunto deles, que opera a partir de convenções semelhantes – processo denominado pelo autor de reprodução.

Segundo Jason Mittell (2004), a reprodução dos gêneros não ocorre de forma espontânea, como se dos textos ascendessem os elementos que serão reproduzidos. Ao contrário, é no contexto cultural e nas ações da produção e da recepção que são selecionados os elementos que permanecem ativos no gênero, e, portanto, tornam-se convenção. Com fins de exemplificação, cabe-nos destacar

que, no telejornalismo de rede atual, um dispositivo que se encontra em transição é a bancada (GOMES, 2007). Elemento de reconhecimento dos telejornais desde as primeiras transmissões televisivas, a bancada, para além de elemento cenográfico, demarcava os diferentes lugares de fala de produtores e receptores: os donos do saber x os leigos. Atualmente, a bancada, quando está presente no programa, permite a fuga dos apresentadores para outros espaços do cenário, mesmo aqueles que se assemelham a uma sala de estar⁴. Deste modo, hoje, a bancada não é um elemento que necessariamente se reproduz no gênero. Essa opção da produção alinha-se à atribuição de autenticidade e autoridade dos relatos em outros espaços e de outras formas, rompendo com a distância entre especialistas e leigos, e buscando maior aproximação com o campo televisivo.

Ainda de acordo com Mittell (2004), no momento da reprodução dos gêneros, da multiplicação de programas que seguem as mesmas propostas e utilizam convenções semelhantes, acontece a inovação. Segundo o autor, os textos televisivos empregam elementos inovadores – que ele definiu como complexidade narrativa para a ficção seriada – porque estão numa relação direta com as transformações nas práticas da indústria e da audiência. Portanto, o texto não propõe uma nova forma de performatizar espontaneidade e naturalidade, mas age dentro de uma proposta cultural e articulada com o contexto histórico. Por isso, compreender como ocorrem a reprodução e a inovação implica uma visada em fenômenos mais amplos que dão condições para a emergência de novas formas.

Neste momento, a contribuição de Raymond Williams para uma análise da cultura faz-se notável, uma vez que o autor disponibiliza conceitos que nos permitem um aprofundamento da análise em direção a uma compreensão da inovação enquanto fenômeno da cultura, e não como uma simples novidade presa aos produtos da cultura e motivada apenas pelo campo da produção. Em sua proposta de uma teoria cultural, Williams (1979, 2011) dá um foco especial nas novas formas, novas práticas, novos valores da cultura que pudessem oferecer uma alternativa aos modelos hegemônicos. É pensando no novo que o autor efetua uma análise da cultura tomando as diversas temporalidades atuantes num mesmo momento histórico. Um dos autores inaugurais dos *cultural studies*, Williams considera relevante um olhar ao passado para compreender em que momentos e de que modo a sociedade acolhe as transformações nas formas dominantes. Em duas de suas primeiras obras, *Cultura e Sociedade* (1969), publicada em 1958, e *The Long Revolution* (2001), publicada em 1961, a História está presente como

⁴ Em trabalhos anteriores, argumentamos que no telejornal *Bom Dia Brasil* há uma ambiguidade do espaço da sala de estar que ora funciona como local de descontração entre os medidores, com conversas leves, ora é o espaço de acesso a um saber especializado, com os comentaristas de político, economia ou segurança pública (SILVA, 2010).

eixo que lhe permite olhar para o presente e suas dinâmicas. Para a análise dessa dimensão processual da cultura que encontra-se em permanente transformação, Williams elaborou uma hipótese cultural por ele denominada de estrutura de sentimento. Sobre a produtividade da noção de estrutura de sentimento para a análise da cultura, Itania Gomes afirma que:

[...] estrutura de sentimento se refere a uma experiência social que está *em processo* ou *em solução*. [...] O problema da análise da cultura é reconhecer como novas convenções surgem e se consolidam, no processo contínuo de mudança cultural (GOMES, 2011b, p. 40, grifos da autora).

Williams (1979) aponta três outros conceitos atrelados à noção de estrutura de sentimento que dão conta de distintas formas culturais: os elementos dominantes são aqueles que se estabeleceram hegemonicamente no presente através de uma série de disputas com as formas resistentes e alternativas; os residuais são as formas do passado que permanecem em uso no presente; e os emergentes dizem respeito àqueles elementos que atuam no presente como tendências para novas práticas culturais futuras. O emergente, portanto, traz uma situação inovadora, mas com o objetivo de sobrepor-se ao dominante e estabelecer uma nova prática. Assim, o residual é uma forma cultural do passado engendrada no presente, do mesmo modo como o emergente aponta para novas formas culturais que procuram avançar nas formas culturais dominantes e suas relações sócio-formais. O processo de reprodução cultural se dá no dominante, que pode absorver ou tentar absorver o residual e o emergente.

Segundo Williams (2011), as novas formas demonstram que a ordem social estabelecida está em transformação, agregando novas práticas. Como Mittell, Williams também acredita que a inovação se torna evidente no momento da reprodução: é ali que novas práticas podem ser incorporadas no processo da cultura. Assim, o sentido de reprodução não pode ser o de réplica, uma vez que os processos estão ativos e em transformação. Deste modo, o autor dá especial atenção não apenas aos elementos de continuidade, mas aos rompimentos, às contradições, ou seja, às configurações do que ele denomina como emergente. Essas formas novas podem se manifestar tanto na relação interna/externa (ou seja, são novas as formas culturais e também a ordem social em que se inserem⁵), quanto apenas nas características internas, sendo a relação com a ordem social fraca ou insistente.

⁵ Uma boa análise dessa relação entre transformação interna das obras e transformação da ordem social encontra-se em Örnebring (2003), que efetua uma análise histórica dos *talk shows* na Suécia mostrando que as mudanças nas configurações dos programas seguiam alterações nas relações sociais.

Para Williams, essas inovações não acontecem abruptamente, mas na maioria das vezes são decorrentes de longos períodos históricos. Quando afirma que há algo radicalmente novo nas formas culturais, o autor não quer dizer que esse novo surgiu espontaneamente, mas que ele “foi-se fazendo” novo, trouxe contribuições de diversos lugares.

Para o autor, porém, há uma distinção entre o emergente – novas formas com potencial efetivamente transformador da cultura – e inovações que representam a reconfiguração do dominante – que precisa renovar-se para manter-se hegemônico. De acordo com Williams:

[...] o emergente é correlato mas não idêntico ao inovador. Alguns tipos de inovação (o expressionismo subjetivo, por exemplo), são movimentos e ajustamentos dentro do dominante e tornam-se suas novas formas (WILLIAMS, 2011, p. 202).

Com o autor, podemos compreender, portanto, que há inovações de diversos tipos: aquelas que possuem profunda relação com a ordem social; as que pouco dizem sobre a ordem social e voltam-se para características internas dos produtos da cultura; as que destroem a ordem social (WILLIAMS, 2011, p. 202); e ainda as que se apresentam como uma reconfiguração do dominante.

Acreditamos que, embora as propostas inovadoras dos telejornais locais se deem num importante momento de transição da sociedade – que está transformando diversas práticas culturais, inclusive o consumo televisivo – muitas delas representam uma renovação de práticas hegemônicas. No telejornal *Bom Dia São Paulo*, as inovações no âmbito visual parecem obedecer a um desejo de permanente modernização da televisão, que a acompanha pelo menos desde os anos 1970. A crítica televisiva do período destaca a ideia de progresso da televisão como algo a ser perseguido pelas emissoras, e a maneira mais evidente de perceber esse progresso era por meio dos elementos audiovisuais e tecnológicos. Daí o determinismo tecnológico dar o tom de boa parte das críticas ao telejornalismo nos anos 1970 e após (SILVA, 2014).

Os críticos de TV falavam em nome de um contexto cultural no qual a modernização queria se implantar apressadamente em diversos setores da sociedade brasileira, mesmo em décadas anteriores ao surgimento da televisão. Segundo Renato Ortiz (2006), desde os anos 1920 há, por parte das elites nacionais, uma intenção de tornar o Brasil um país moderno, o que se observou com a industrialização, o crescimento dos centros urbanos, os avanços tecnológicos e o aviltamento da indústria cultural. Todas essas transformações foram fomentadas por uma ideologia que se fortaleceu desde a era Vargas até a ditadura

militar. A televisão em si mesma já era sinônimo de progresso, e assim também deveria ser sua programação, sempre em busca do refinamento técnico.

A cidade de São Paulo teve papel muito relevante nos planos de modernização do país, de modo que o ser moderno tornou-se um traço da identidade cultural da cidade, fomentando novas práticas, nova linguagem, nova arquitetura (SEVCENKO, 1993). Não por acaso, os telejornais locais da TV Globo paulista são pioneiros em muitas mudanças efetuadas pela emissora, buscando uma adequação entre os discursos televisivos e um traço da identidade da cidade, que tenta tomar para si o lugar de receptora das principais tendências internacionais e disseminadora do mundo moderno para o restante do Brasil.

O discurso da modernização, porém, oculta as contradições de uma cidade que pulou diversas etapas para tornar-se megalópole. A crescente violência, os conflitos pelo espaço urbano, a pobreza e inúmeros outros problemas tencionam a impressão de modernidade que a cidade aspira construir. Não é objetivo deste artigo analisar o conteúdo do telejornal em busca das contradições entre moderno/atraso, mas tomar as inovações propostas pelo *Bom Dia São Paulo* como marca de uma intenção de modernidade. Na análise que procedemos a seguir buscamos responder de que forma o telejornal paulista convoca certas estratégias audiovisuais para estabelecer distinções com relação ao telejornalismo e, ao mesmo tempo, provoca continuidades com relação ao que já vem sendo praticado nos telejornais.

A inovação em sua dimensão visual: o Bom Dia São Paulo

Como vimos, pensar as inovações do ponto de vista cultural implica considerar as distintas temporalidades que incidem sobre os produtos da cultura. O novo se apresenta na reprodução do dominante, ao mesmo tempo em que convoca as experiências de audiência dos telespectadores para seu reconhecimento. Por conta disso, nossa análise não desconsidera as matrizes históricas que levaram às inovações. As formas apresentadas pelo *Bom Dia São Paulo* podem ser denominadas novas se as consideramos como um encontro entre passado e presente que constrói o repertório dos telespectadores. Assim, esta análise leva em conta as possíveis rupturas e continuidades que envolvem o processo de apresentar algo novo à audiência.

Para esta análise, selecionamos aleatoriamente doze edições do telejornal, uma de cada mês do ano de 2016. A partir das observações realizadas preliminarmente, identificamos dois fortes elementos que constituem a identidade

do *Bom Dia São Paulo*: o ao vivo – enquanto formato de apresentação da notícia – e os elementos visuais na instância de apresentação.

Ao vivo

A importância da transmissão direta para a configuração da linguagem televisiva já foi amplamente discutida em âmbito acadêmico. Retomamos parte dessa discussão para mostrar as estratégias empregadas pelo *Bom Dia São Paulo* para sugerir à audiência um modo de acompanhar o programa a partir de uma forte vinculação com o cotidiano. Assim, referimo-nos ao “vivo” não apenas no âmbito da transmissão, mas aos formatos preferenciais escolhidos pelo programa para exibição de notícias.

Yvana Fachine (2006) afirma que o ao vivo não apenas provoca maior sentido de instantaneidade, como também gera um sentido de presença entre os sujeitos envolvidos na comunicação. A transmissão direta é a maneira do telejornalismo simular uma proximidade temporal entre o acontecimento e sua transmissão. É o chamado tempo atual (Fachine, 2006, p. 140).

De acordo com a autora, há duas possibilidades de uso do repórter ao vivo: 1) ele, presente no local do acontecimento, relata o ocorrido num formato conhecido como *stand up*; 2) ele relata o acontecimento antes ou depois de um material pré-gravado, uma reportagem, feita por ele mesmo ou outro. A presença do repórter marca a transmissão das últimas informações sobre o fato. São raros os momentos em que o repórter flagra o acontecimento em seu desenrolar.

No telejornalismo de rede, quando um repórter entra ao vivo do local para fazer um relato, ele o faz a partir de algo do passado, portanto não concomitante ao tempo presente do telejornal. Deste modo, o “vivo” torna-se uma estratégia de presentificação do acontecimento.

Segundo Fachine (2006), foi a partir dos anos 1990 que os telejornais passaram a investir mais nas transmissões ao vivo. Hoje, ao que parece, o “vivo” funciona como um dispositivo legitimador da experiência televisiva – não é qualquer audiovisualidade (do Youtube, das redes sociais), é a audiovisualidade televisiva, marcada por um sentido de copresença dado pela simultaneidade do tempo real: o tempo televisivo e o tempo do mundo. A aposta do *Bom Dia São Paulo* no ao vivo constrói-se como estratégia de distinção. O próprio apresentador, Rodrigo Bocardi, ressaltou a importância do ao vivo para o telejornal:

Tudo ao vivo. Do jeito que o *Bom Dia São Paulo* gosta de fazer. De trazer para você a informação no momento instantâneo, na hora

que ela tá rolando. É sempre assim aqui no *Bom Dia São Paulo* (Edição de 25 jan. 2016).

Frequentemente, a abertura do programa mostra a dispersão de repórteres em diversos pontos da cidade para revelar o desenrolar dos fatos. Fora isso, câmeras instaladas no topo de altos edifícios e um helicóptero sobrevoando a cidade ao longo de toda a transmissão corroboram para a transmissão de uma ideia de vigilância.

Seguindo as matrizes já estabelecidas no telejornalismo, o *Bom Dia São Paulo* apresenta repórteres ao vivo para ancorar certos acontecimentos, como sugeriu Fachine. Mas, no caso desse telejornal, o ao vivo é o formato preferencial por meio do qual as informações são transmitidas. Esse peso da transmissão direta se torna mais evidente quando o telejornal “cria” certos acontecimentos para que a informação seja mais atual. Deste modo, o noticiário aproveita sua duração para tratar sobre certos assuntos, o que o distingue dos demais programas locais⁶. Assim, os repórteres, em algumas ocasiões, aparecem em diversos momentos no noticiário para atualizar as informações. Por exemplo, para cobrir o tema de mobilidade urbana, o *Bom Dia São Paulo* já colocou um repórter andando na cidade de bicicleta para falar sobre as condições das ciclovias, os riscos, os benefícios, os pontos críticos, entre outros aspectos. Como o “mundo lá fora” produz diversas narrativas que ocorrem simultaneamente, a dispersão dos assuntos em pequenas cápsulas ao longo do telejornal, além de funcionar como uma estratégia de atualização dos assuntos para o telespectador que não acompanhou o programa desde o início, permite ver os múltiplos acontecimentos enquanto se desenrolam. Este uso do ao vivo busca enfatizar uma simultaneidade entre o tempo do telejornal e do cotidiano da cidade, o que amplia o efeito de autenticidade dos relatos, como no caso do repórter Felipe Guedes, em frente a uma creche na cidade de Guarulhos, para falar da paralização das atividades. Com o horário do telejornal coincidente com o início das aulas matutinas, o repórter informou: “A gente sabe como fica rua onde tem escola, creche. Olha essa rua aqui. Não tem ninguém” (24 nov. 2016). Deste modo, o telespectador pode testemunhar o fato por compartilhar o mesmo tempo presente. De modo geral, as ações do *Bom Dia São Paulo* para valorizar a cobertura ao vivo buscam realçar o sentido de simultaneidade entre mundo, produção e recepção, todos partilhando um mesmo aqui-agora.

A análise do programa revelou ao menos três formas de emprego do ao vivo. Na primeira, o objetivo é mostrar algo que está acontecendo durante a transmissão do programa. Nesse caso, o ao vivo ganha um atributo testemunhal.

⁶ Essa estratégia não é comum a todos os telejornais regionais da TV Globo. O *Bom Dia Minas*, por exemplo, traz pouca presença do repórter ao vivo no local do acontecimento. Prevalece o uso de material pré-gravado.

No dia 24 de novembro de 2016, o *Bom Dia São Paulo* fez uma ampla cobertura de um incêndio ocorrido na região central da capital. A repórter, ao vivo do local do incêndio, fez três entradas no telejornal. Na primeira, ela mesma relatou o acontecimento, informando que o incêndio tinha se iniciado na noite anterior e que desde a madrugada as equipes do telejornal estavam cobrindo o evento. Em outro momento, ela entrevistou um representante do corpo de bombeiros para que explicasse as dificuldades da operação, os procedimentos, além de dados sobre o imóvel incendiado. Por fim, a repórter mostrou novamente o trabalho dos bombeiros no controle do fogo, desta vez destacando que, ao longo do programa, os agentes trabalharam muito e as chamas já não estavam tão altas. O uso do material pré-gravado como imagem de cobertura serviu para autenticar o relato da repórter, recuperando as primeiras imagens exibidas no início do telejornal como forma de compará-las com as imagens atualizadas do acontecimento. Assim, o que se tornou notícia foi a ação dos bombeiros no controle do incêndio.

O aproveitamento da duração do programa para salientar a simultaneidade entre o tempo televisivo e o tempo do cotidiano ficou marcado também nas palavras do apresentador Rodrigo Bocardi. Também no dia 24 de novembro de 2016, ele relatou a cobertura de outro caso de incêndio no bairro do Brás, ocorrido no dia anterior. Para apresentar uma reportagem pré-gravada, Bocardi afirmou: “Ontem no *Bom Dia São Paulo* nós falamos também de um grande incêndio na região do Brás. O trabalho dos bombeiros, inclusive, foi *evoluindo durante o nosso jornal. Nós mostramos tudo ao vivo*”.

Em segundo lugar, o ao vivo valoriza a ação do repórter de modo que ele mesmo, por sua performance, torna-se notícia. No dia 24 de outubro de 2016, a repórter Alessandra Cunha está divulgando um serviço do metrô para agilizar a cobrança dos bilhetes dos passageiros. Ela faz a explicação da mudança, e também se torna personagem utilizando o serviço diante da câmera, passando pela catraca do metrô e caminhando até o responsável do metrô que concedeu uma entrevista. Deste modo, o telejornal ampliou o uso do ao vivo: normalmente seria feita apenas a entrevista, mas no *Bom Dia São Paulo* a repórter torna-se cidadã – compra o bilhete e testa-o.

Juliana Gutmann (2012) afirma que o repórter representa a presença simbólica da TV no local do acontecimento. Na polifonia do telejornal, o repórter é uma das vozes mais importantes. Ao olhar para a câmera, ele nos constitui como primeiro interlocutor, estabelecendo uma relação dialógica. O repórter se constitui em um “não-eu”, uma figurativização de uma suposta imparcialidade do telejornal. Se antes a norma era que o repórter se apresentasse de forma sóbria para enfatizar a neutralidade da cobertura, a prática hoje sinaliza para o corpo do

repórter como lugar de personificação do acontecimento narrado. Ele se coloca na narrativa e constrói outra posição para o telespectador. Assim, a autora distingue duas posturas de repórteres de televisão: a primeira guarda maior relação com práticas do passado, e busca constituir a autenticidade de seu relato a partir de marcadores como “aqui” e “agora”, atestados pela presença no local do acontecimento. Seguindo esse parâmetro, o telespectador é posicionado como sujeito-testemunha. No segundo caso, o repórter não é um relator do fato, mas torna-se seu sujeito, insere-se no acontecimento e solicita do telespectador uma postura de cúmplice que partilha daquilo que é vivido pelo repórter. O repórter vive e interpreta o dito, assume uma persona. O repórter corporifica um sujeito social (no caso, um cidadão comum que usa serviços de transporte). Assim, a dimensão de presença ganha maior peso por meio do corpo do repórter, que partilha um aqui-agora do fato, presentificando-o para a audiência. Na reportagem de Alessandra Cunha, a dimensão de co-presença e cumplicidade ganhou ainda mais destaque por ocorrer ao vivo, incorporando um agora partilhado entre produtores e receptores.

Um último caso acontece quando o telejornal aproveita sua duração para absorver o processo de apuração. Na edição de 24 de novembro de 2016, a jornalista Jaqueline Brasil, responsável pelas informações de clima e trânsito no telejornal, utilizou essa estratégia para transformar o processo de apuração em informação para o telespectador. Na ocasião, a repórter, olhando para a tela que transmitia imagens aéreas da marginal Pinheiros, afirmou: “Olha, tem alguma coisa acontecendo ali. Depois da ponte da Cidade Universitária tem alguma lentidão. Vamos depois tentar descobrir o que é”. Pouco depois ela informa que a lentidão é provocada por um caminhão quebrado, mas afirma: “A gente está tentando apurar mais informações”.

Sendo assim, o telejornal não cria algo necessariamente novo, mas busca dar novos usos a uma prática jornalística que pode vir a configurar-se como hegemônica no futuro. Apesar dos desafios técnicos de dispor diversas equipes em múltiplos espaços da cidade, a presença no local atrelada ao tempo presente compartilhado durante a transmissão ratifica uma vinculação com o cotidiano do telespectador, que afere maior autenticidade aos relatos. Assim, o ao vivo está fortemente vinculado aos valores do jornalismo – atualidade, vigilância, apuração, transparência – e por isso oferece grande potencial para tornar-se marca dominante.

Os elementos visuais na instância de apresentação

Além de repórteres e fontes, apresentadores e comentaristas compõem as vozes autorizadas dos telejornais para transmitirem as informações. A cena de apresentação é cuidadosamente pensada pelas emissoras, que buscam inserir os sujeitos num cenário que favoreça tanto o cuidado com a informação quanto os espaços geográficos e simbólicos de onde elas provêm. No início da televisão, era o patrocinador do telejornal que estava presente como cenário da instância da apresentação. Foi substituído por um estúdio onde os temas podiam ser vistos por meio de telas e infográficos. Hoje, os telejornais de rede são apresentados – majoritariamente – de dentro da redação, afirmando uma relação de contiguidade com a produção noticiosa. A isso, aliou-se a prática de colocar jornalistas como apresentadores de notícias (após os anos 1990). Sendo assim, se nos telejornais de rede há um sentido de contiguidade entre a produção de notícias e sua apresentação – levando a entender que o telejornal possui maior agilidade para sua transmissão, podendo ser atualizado a qualquer instante –, nos telejornais locais, e mais especificamente no *Bom Dia São Paulo*, esta contiguidade se dá em relação ao “mundo lá fora”, à possibilidade de estar em muitos lugares ao mesmo tempo, ao cumprimento de um papel de vigilância e, simultaneamente, de partilha de um mesmo estar no mundo. E esse estar no mundo se traduz na tentativa de estabelecer uma “perfeita simetria”, uma exata simultaneidade entre o tempo do telejornal e o tempo do cotidiano. Mais do que nos telejornais de rede, *Bom Dia São Paulo* nos transporta para o tempo dos acontecimentos (muitos deles criados pelo próprio telejornal) de modo que, como pretende o jornal, não apenas recebemos informações para o dia, mas podemos experimentar o mundo lá fora ao acordar.

Essa proximidade com o mundo lá fora pode ocorrer de diversas maneiras. Em alguns casos, podemos ver, além da bancada onde se posicionam os jornalistas e das telas que se configuram em “janelas para o mundo lá fora” (onde aparecem os repórteres ao vivo, as imagens em planos gerais que informam sobre clima e trânsito, entre outros fatores), imagens de pontos conhecidos e muitas vezes turísticos das cidades. Em forma de painéis, essas imagens buscam promover o reconhecimento dos lugares que o telespectador porventura frequente ou conheça. O objetivo é aproximar o jornalismo da cidade, como se quisesse dizer ao telespectador que o envolvimento com o cotidiano urbano na produção do jornal é semelhante ao da recepção do mesmo. Ao fazê-lo, porém, as emissoras recortam e congelam certos momentos e espaços, privilegiando estereótipos estabelecidos sobre o local, preterindo alguns espaços ao invés de outros⁷.

⁷ Para exemplificar, uma das imagens que compõem o cenário do *Jornal da Manhã*, exibido pela afiliada da TV Globo em Salvador, é uma fotografia da Baía de Todos os Santos num belo dia ensolarado, de onde podemos ver parte do Elevador Lacerda. Um ponto turístico, portanto, que mostra apenas uma face da cidade. O *Bom Dia Minas* não possui nem mesmo isso. É um estúdio fechado com duas telas que

Buscando uma renovação na linguagem audiovisual, a TV Globo alterou a proposta dos telejornais locais, que deveria ser mais informal e mais voltada para a comunidade. O primeiro a sofrer essa alteração foi o *Bom Dia São Paulo*, em abril de 2007, seguido pela sede no Rio de Janeiro em 2011. A proposta era buscar maior interação com a cidade e seus cidadãos, o que levou a um aumento da participação dos telespectadores – que podiam enviar vídeos ou mesmo elaborar reportagens para serem transmitidas no telejornal.

A isso somou-se uma mudança no estúdio. Aproximando-se de uma tendência internacional, os telejornais de São Paulo e Rio de Janeiro⁸ passaram a contar com um estúdio panorâmico, posicionado no alto de um prédio, com uma ampla janela de vidro de onde podemos ver pontos estratégicos das cidades. Na ocasião da estreia do cenário no Rio de Janeiro, o diretor regional de jornalismo da Rede Globo, Erick Bretas afirmou:

Nada melhor para falar da nossa cidade do que ter a própria cidade como cenário. Neste novo estúdio, estaremos ainda mais integrados com o Rio de Janeiro (GLOBO, 31 mar. 2011).

Diferentemente do telão, que nos transporta para diversos locais da cidade, e dos painéis, que congelam o tempo vivido, do estúdio panorâmico temos um vislumbre da “cidade acontecendo”: o passar das horas, a mudança de clima, o trânsito, o movimento. Deste modo, os dispositivos provocam sentidos distintos e complementares: o telão traz um efeito de dispersão e vigilância, o estúdio panorâmico, de partilha e participação.

Para a concretização do novo cenário em São Paulo, foi necessário um deslocamento do estúdio e do setor comercial da emissora das proximidades da Avenida Paulista para o Brooklin, bairro de classe média alta da capital, situado numa avenida de grande peso empresarial. O estúdio panorâmico, porém, manteve o princípio dos painéis ao privilegiar a presença de um cartão postal ao fundo⁹. A estreia do estúdio panorâmico de São Paulo coincidiu com a inauguração de seu cenário principal: a ponte Otávio Frias que atravessa o rio Pinheiros e suas marginais, conhecidas (mesmo fora da cidade) pelos frequentes engarrafamentos e acidentes. Curioso notar que tanto na estreia do cenário no Rio quanto em São

levam as imagens do “mundo lá fora” para o estúdio, mantendo-se em um paradigma bastante tradicional.

⁸ Mais recentemente, Brasília também ganhou uma versão do estúdio panorâmico, voltado para o Planalto.

⁹ A mesma postura foi adotada pelos telejornais cariocas. Na estreia do estúdio carioca, a apresentadora Ana Luíza Guimarães ressaltou: “Todas as manhãs vamos estar aqui nesse estúdio panorâmico, com essa vista deslumbrante do Rio, em que você vai poder acompanhar minuto a minuto o amanhecer na cidade” (4 abr. 2011). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=VgL1OPR-aH4>>, acesso em 1 dez.2016.

Paulo, as apresentadoras (Ana Luíza Guimarães e Mariana Godoy, respectivamente) ressaltam o “cenário deslumbrante”¹⁰.

O estúdio panorâmico não possui o objetivo de apenas mostrar a cidade, mas de propor ao telespectador uma forma de viver a cidade simultaneamente com a produção. Assim, o telejornal pretende dar ao telespectador uma experiência, e não apenas um noticiário. A temporalidade do telejornal acentua essa função: pela manhã, é possível ver o dia amanhecer, o trânsito se intensificar, o movimento dos aviões, conferindo um mesmo “estar no mundo”, provocando um sentido de partilha.

Essa dimensão ganha força em noticiários corriqueiros, como a previsão do tempo. Certamente o telejornal não abandonou a cobertura com mapas e gráficos, mas a redundância em dizer “vai chover hoje na capital paulista” ganha maior peso quando vemos o céu nublado. Apesar de ter o objetivo de prestar um serviço e informar os diversos telespectadores que não acompanham o programa desde o início, as múltiplas entradas da previsão do tempo no telejornal acentuam a possibilidade do mesmo atualizar-se com o passar das horas¹¹.

Tal dimensão de compartilhamento, como se o telejornal quisesse fornecer ao telespectador uma experiência de estar na cidade, ganhou um reforço na edição de 25 de janeiro de 2016, aniversário da capital paulista. Naquela ocasião, o pacto pautado pela partilha acirrou-se ainda mais quando a ancoragem saiu do estúdio e foi para a Avenida Paulista, um dos principais espaços da cidade, para, dali, dar a dimensão de compartilhamento de um mesmo estar no mundo.

A abertura do telejornal flagra o apresentador Rodrigo Bocardi chegando de metrô na estação Trianon-Masp e caminhando na Avenida Paulista com o seguinte texto:

Muito bom dia! São Paulo. Segunda-feira. Dia 25 de janeiro de 2016. Temperatura na capital paulista de 19 graus nesta manhã. Eu estou chegando. Estou chegando. Estou de volta e de metrô. Aqui na estação Trianon-Masp da Paulista. Chegando para um *Bom Dia São Paulo* super especial depois deste período fora. Agradeço demais à Monalisa Perroni, que tocou com todo carinho esse *Bom Dia São Paulo* nesse período. Pude dormir, dormir e muito, até acordar. A gente está aqui na Avenida Paulista nessa manhã ainda escura. Eu digo que é um *Bom Dia São Paulo* especial porque é o aniversário da capital paulista. São 462 anos que se comemoram nessa segunda-feira. E vamos percorrer a Paulista, a região central da cidade de São Paulo. Tudo ao vivo. Do jeito que o *Bom Dia São Paulo* gosta de fazer. De trazer para você a informação no momento instantâneo, na hora que ela tá rolando. É sempre assim aqui no *Bom Dia São Paulo*.

¹⁰ No Rio de Janeiro, o cenário panorâmico fica no Jardim Botânico, com vista para a Lagoa Rodrigo de Freitas.

¹¹ A crítica televisiva avaliou negativamente o *Bom Dia São Paulo* pela ênfase na previsão do tempo. Ver FELTRIN, 2016 nas referências bibliográficas.

Abandonando o terno e vestindo uma camiseta, o apresentador, durante a escalada, convoca o telespectador para estar com ele e vivenciar São Paulo juntamente com o telejornal. A marcação espaço-temporal do apresentador (“A gente está aqui na Avenida Paulista nessa manhã ainda escura”) põe um relevo na empreitada inovadora de sair do estúdio e viver a cidade.

Tais escolhas, embora episódicas, sugerem uma tentativa de inovação proposta pelo telejornal. Não é a primeira vez que apresentadores de um telejornal deslocam-se do estúdio para a rua. O jornalismo em rede já fez essa experiência, mas, geralmente, dividindo o espaço de autoridade da bancada com a rua, já que normalmente são dois apresentadores. O *Jornal Nacional* usou essa estratégia para cobrir ataques do PCC em 2006, na Copa do Mundo, no enterro do Papa João Paulo II entre outros, mas o sentido provocado era acompanhar de perto um acontecimento. No caso do *Bom Dia São Paulo* não há acontecimento. O telejornal vai para a rua para “ser mais paulistano”, gerar maior identificação com o público que ali aparece nos intervalos comerciais, dividir a cidade com quem nela vive, viver experiências (como tomar café da manhã numa padaria e andar de ônibus, atividades que o apresentador realiza ao longo da edição). De relator e comentarista dos fatos, Rodrigo Bocardi assume maior protagonismo, encarnando o papel do paulistano. É por mostrar esse pertencimento que ele possui autoridade para noticiar a cidade. Naquele dia, mais do que nos demais, ele se torna “um de nós” – não alguém que apurou, checkou informações. Ele está ali e merece nossa credibilidade porque quer se parecer com sua audiência.

Considerações finais

Como podemos notar, o telejornal paulistano esforça-se para mostrar-se inovador e moderno, o que é parte da estratégia de sua emissora e da identidade da cidade. Ele se constrói como um local pioneiro em formas visuais e discursivas nos modos de fazer telejornalismo na atualidade. Foi para dar destaque a esse lugar de distinção que efetuamos breves comparações com outros telejornais locais do mesmo grupo, exibidos no mesmo horário. Se, por um lado, Rio de Janeiro e São Paulo mostram-se alinhados com um novo momento, explorando novas possibilidades, telejornais locais de outras redes mostram-se ainda seguindo convenções bastante tradicionais. Temos, portanto, no desenvolvimento do subgênero telejornal local, distintas temporalidades, passado e presente, que se confrontam e sugerem apostas de *uma* modernidade e *uma* tradição.

Assim, seguindo os pressupostos de Williams (2011), o telejornal apresenta formas inovadoras com uma vinculação rasteira com as transformações sociais. O

Bom Dia São Paulo pode pautar futuras transformações nos telejornais, mas pouco se apresenta como uma nova forma de fazer jornalismo. Assim, o telejornal é inovador, mas não emergente.

No que diz respeito à tentativa de propor inovações, *Bom Dia São Paulo* parece querer dar relevo ao cotidiano não apenas na formulação de suas pautas, mas no direcionamento do ver, na proposição de formas de olhar e usar o telejornal. Assim, procura fazer interagir os espaços e tempos midiáticos e da vida cotidiana – que Martin-Barbero (2009) denominou ritualidade – por meio de uma gramática audiovisual que ressalta os modos de vida da cidade. Nesse sentido, as inovações parecem buscar alcançar essa ritualidade e configurar uma nova forma de pensar o telejornal local.

No entanto, ele se mostra como uma continuidade com o que é praticado em telejornais que usam os painéis como cenário, uma vez que privilegiam o turístico e a classe média alta como lugar preferencial de onde se fala. As contradições da cidade de São Paulo pouco aparecem em suas estratégias visuais, mantendo as convenções estabelecidas no subgênero.

Referências

AMENDOLA, Beatriz. "Muito do que você vê sou eu". **TV e Famosos**, 30 nov. 2016. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2016/11/30/muito-do-que-voce-ve-sou-eu-diz-bocardi-sobre-apresentar-o-bom-dia-sp.htm>>, acesso em 30 nov. 2016.

FECHINE, Yvana. Estratégias de personalização dos apresentadores de TV: um estudo em um telejornal brasileiro. **Revista DeSignis**, Barcelona, n.2, 2002, disponível em <<http://www.pucsp.br/pos/cos/cps/pt-br/arquivo/Biblio-Yvana2.pdf>>, acesso em 17 jun. 2009.

_____. Tendências, usos e efeitos da transmissão direta no telejornal. In: Elizabeth Duarte e Maria Lília Castro (Orgs.). **Televisão: entre a academia e o mercado e a academia**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 139-154.

FERLTRIN, Ricardo. "Bom Dia São Paulo" gasta 30% do tempo para falar só de temperatura. **TV e Famosos**, 16 abr. 2016. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/oops/2016/06/15/telejornal-da-globo-gasta-30-do-tempo-para-falar-so-de-temperatura.htm>>, acesso em 30 nov. 2016.

INVESTIMENTO: Estúdio panorâmico em São Paulo será cenário de telejornais da Globo. **Portal Imprensa**, 19 abr. 2007. Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/7730/binvestimento+b+estudio+panoramico+em+sao+paulo+sera+cenario+de+telejornais+da+tv+globo>, acesso em 30 nov. 2016.

GLOBO inaugura estúdio panorâmico para telejornais cariocas. **UOL**, TV e Famosos, 31 mar. 2011. Disponível em:

<<http://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2011/03/31/globo-inaugura-estudio-panoramico-para-telejornais-cariocas.htm>>, acesso em 30 nov. 2016.

GOMES, Itania. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesus Martin-Barbero. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 111-130. 2011a.

_____. Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento. In: GOMES, Itania; JANOTTI JUNIOR, Jeder (Orgs.). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: Edufba, 2011b. p. 29-48.

_____. Questão de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. *E-compós*, 2007, vol. 2.

JOST, François. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias? **MATRIZES**, São Paulo, n. 2, p. 93-109, jan.-jun. 2011.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MITTEL, Jason. A general approach to television genre theory. **Cinema Journal**, Texas, vol. 40, n. 3, primavera 2001.

_____. **Genre and Television**. From Cop Shows to Cartoons in American Culture. London: Routledge, 2004.

_____. **Complex TV**: The Poetics of Contemporary Television Storytelling. New York e London: New York University Press, 2015.

ÖRNEBRING, Henrik. Televising the Public Sphere. Forty years of current affairs debate programmes on Swedish television. In: **European Journal of Communication**, v. 18, n. 4, p. 501-527. 2003.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

REIS, Fernanda. "Bom Dia São Paulo" estreia novo formato e novo âncora. **Folha de São Paulo**, F5, 06 maio 2013. Disponível em: <<http://f5.folha.uol.com.br/televisao/1273942-bom-dia-sao-paulo-estreia-novo-formato-e-novo-ancora.shtml>>, acesso em 30 nov. 2016.

SEVCENKO, Nicolau. Transformações da linguagem e advento da cultura modernista no Brasil. **Estudos históricos**, Rio de Janeiro, vol. 6, n. 11, p. 78-88. 1993.

SILVA, Fernanda Mauricio. Quando a crítica encontra a TV: uma abordagem cultural para a análise da crítica televisiva. **Revista Famecos** (Online), Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio ago. 2016.

_____. Em busca de um telejornalismo legítimo: critérios de qualidade nas críticas de Artur da Távola dos anos 1970. **Significação**, São Paulo, v. 41, n. 41, p. 57-78. 2014.

_____. Convenções históricas do talk show brasileiro: de 1950 a 1990. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 191-204, maio-ago. 2013.

_____. **A conversação como estratégia de construção de programas jornalísticos televisivos**. Tese (doutorado) defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas – UFBA, 2010.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2011.

_____. **The Long Revolution**. London: Encore Editions, 2001.

_____. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.

. **Cultura e sociedade: 1780-1950**. São Paulo: Editora Nacional, 1969.

A fama da máquina televisiva: análise estilística do programa do SBT¹

The fame of the tv machine: stylistic analysis of the SBT's show

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

JOÃO PAULO HERGESEL

Doutorando em Comunicação pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM) e bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (PROSUP/Capes). Membro dos Grupos de Pesquisa Inovações e Rupturas na Ficção Televisiva Brasileira (UAM/CNPq) e Narrativas Midiáticas (Uniso/CNPq). Brasil. E-mail: jp_hergesel@hotmail.com

ROGÉRIO FERRARAZ

Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP), mestre em Multimeios (Unicamp) e graduado em Jornalismo (UNESP-Bauru). Foi pesquisador visitante na UCLA Los Angeles, com bolsa de doutorado-sanduiche (Capes). É professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Brasil. E-mail: rferraraz@anhembibr

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

HERGESEL, João Paulo; FERRARAZ, Rogério. A fama da máquina televisiva: análise estilística do programa do SBT. Contracampo, Niterói, v. 36, n. 02, pp. 81-99, ago. 2017/ nov. 2017

Enviado em: 22 de maio de 2017 / Aceito em: 14 de julho de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.987>

Resumo

O *Máquina da Fama* é um programa de auditório que consiste na competição entre *covers* e na transformação de artistas convidados em fenômenos do cenário musical. Fechando o ano de 2015 na vice-liderança em audiência e iniciando 2016 com constantes vitórias sobre Xuxa, o formato é responsável por momentos marcantes na história contemporânea do SBT. Levando isso em consideração, questionou-se como os recursos expressivos utilizados por essa narrativa sugerem atingir a sensibilidade do telespectador. Para tentar responder a essa indagação, analisou-se um trecho do programa em que a apresentadora Patrícia Abravanel estabelece diálogo com ela própria, como se fossem personalidades distintas, antes de executar a tarefa de imitar a cantora Beyoncé.

Palavras-chave

Audiovisual; Televisão; SBT; Narrativas midiáticas; Estilística.

Abstract

Máquina da Fama (Fame Machine) is a reality show about the competition between artists performing cover versions and the transformation of guest artists onto music scene phenomena. By the end of 2015 the show was the second most seen by the audience and in the beginning of 2016 it beat Xuxa's TV show several times. The format is responsible for notable moments in TV channel SBT's contemporary history. As *Máquina da Fama* has become a hit on Brazilian television, this research sought to understand how the expressive resources used by this narrative appeal to the sensibility of the viewer. To answer that question the paper analyzes one episode in which the hostess Patrícia Abravanel establishes dialogue with herself, as if they were distinct personalities, before performing Beyoncé

Keywords

Audiovisual; Television; SBT; Media Narratives; Stylistics

¹ Uma versão prévia deste artigo foi apresentada no Grupo de Trabalho Comunicação, consumo e identidade: materialidades, atribuição de sentidos e representações midiáticas, do 6.º Encontro de GTs – Comunicon, realizado de 13 a 15 de outubro de 2016, e publicada nos anais do evento sob o título “Entra a filha do Silvio Santos e volta a Patrícia Abravanel: estripulias expressivas no programa do SBT *Máquina da Fama*”.

Considerações Iniciais

Toda noite de segunda-feira, pouco depois das 23 horas, a tela do SBT se despede da bagunça liderada por Ratinho, na atração diária que leva seu nome, e se preenche com o roxo e o rosa-choque de visualidade multicromática, além de batida rápida e ritmada de sonoridade festiva. Trata-se do *Máquina da Fama*, programa de auditório apresentado por Patrícia Abravanel e dirigido por Michael Ukstin desde 2013, que compreende uma competição entre anônimos que são transformados em *covers* de seus ídolos.

Cada participante se apresenta, inicialmente, como pessoa não midiática e, após passar por um tratamento de maquiagem, cabelo, voz e coreografia, interpreta o artista escolhido, em cenário exclusivamente montado para tal. Até 2016, plateia era responsável por escolher as melhores performances da noite, premiadas com valores que vão de R\$ 2 mil a R\$ 5 mil. Em 2017, o programa sofreu leves alterações, deixando de lado a votação e as premiações e priorizando as apresentações musicais independentemente de avaliação crítica.

É relevante ressaltar que o *Máquina da Fama* se derivou da versão brasileira de *My Name Is*, produto criado pela FremantleMedia e que recebeu o nome no Brasil de *Famoso Quem?*². O programa, formado por um repórter e três jurados, além dos preparadores artísticos, era veiculado nas noites de sábado e oscilava entre 4 e 5 pontos de audiência – abaixo da expectativa da direção artística da emissora (SANTO, 2013, [e]) – durante os quase dois meses em que ficou no ar.

Diante da constatação de que o estranhamento foi causado por o formato original não conter as marcas de estilo da emissora (utiliza-se, aqui, o termo “emissora” desvinculado da ideia clássica de emissor/receptor, mas como um sinônimo para “estação de televisão”, assim como “canal” e “grupo televisivo”), o SBT sugeriu modificações para a segunda temporada, as quais foram rejeitadas pela criadora do programa.

Com base nisso, o canal resolveu romper contrato e desenvolver sua própria competição de *covers*, trocando o repórter por uma apresentadora e os jurados por uma plateia – configurando, de fato, um programa de auditório, principal característica do SBT –, além de realocar o horário de exibição para as noites de segunda-feira. O resultado foi que, logo no primeiro mês, a audiência subiu para 7 pontos no IBOPE, contra apenas 4 da Rede Record (PORTAL, 2014 [e]).

Foco e escopo

² Famoso Quem?. **SBT**. Disponível em: <<http://goo.gl/9dnEeH>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

Como *reality show*, o *Máquina da Fama* une características da realidade com nuances do universo fictício; suas estruturas narrativas tendem a se movimentar para imprimir verdade, autenticidade e naturalidade no que é expresso. Enquanto formato televisivo e seu impacto sociocultural, Rocha (2009, p. 14) comenta que a televisão, na busca pela realidade do espectador, “vai simular o mundo vivido no mundo midiático e, se tudo der certo, a simulação conseguirá persuadi-lo de que entre ambos não há diferença”.

Deriva-se, desse formato, o *talent show*, por meio do qual as pessoas do convívio cotidiano adentram a atmosfera midiática e se convertem em famosos por alguns minutos, exibindo parte de seu suposto talento artístico. Nesse gênero oriundo do *reality*, “o talento, no entanto, não é o único requisito analisado, elementos como carisma e uma história de superação podem garantir sobrevivência na competição”, como sugere Baptista (2014, p. 1)

Trazendo essa visão para os *covers shows*, subgênero de *talent show* no qual se enquadra o *Máquina da Fama*, a pessoa precisa convencer a plateia de que consegue construir a personalidade que se propôs a imitar. Isso ocorre porque, nesse tipo de programa, “ao reproduzir a música de seu ídolo almeja chegar a tal posição de astro”, gerando o conceito de “proto-astro”, segundo Novaes (2010, p. 6).

Novaes ainda propõe uma justificativa para o sucesso desse tipo de programa, tanto em sua produção (o fato de haver participantes dos mais diversos costumes) quanto em sua recepção. Para o autor (NOVAES, 2010, p. 10), “a visibilidade é o que garante o existir, para um sujeito diante outro sujeito, logo temos a necessidade da aparência sobre qualquer essência”. Novaes (2010, p. 10) complementa que “o primordial para os candidatos, nessa busca pela visibilidade, [é] apenas a aparição no meio televisivo, sem nenhum conhecimento musical que extrapole as barreiras da imitação”.

Recorte eleito

Além das apresentações com anônimos, no entanto, o programa também recebe artistas convidados, que participam de um quadro denominado *Desafio da Máquina*. Nele, o participante – geralmente, cantor conhecido nacionalmente ou alguma personalidade do elenco da própria emissora – gira uma roleta virtual para descobrir qual fenômeno do cenário musical terá de encenar. Em seguida, o participante dirige-se à Máquina e, no final do programa, retorna trajado e maquiado tal qual a celebridade que terá de performar e executa seu espetáculo em um cenário que imita o do videoclipe da canção apresentada.

A Máquina é basicamente a personagem central da narrativa. Mesmo sendo um mecanismo que se assemelha a uma porta giratória e apenas leva o participante do palco para os bastidores, ela assume a função de ser a responsável pela transformação do anônimo em famoso. Seria como um portal mágico que, num giro de 360 graus, prepara uma megaprodução, tanto na pessoa como no cenário.

O sucesso do quadro pode ser percebido não apenas nos índices de audiência – após sua estreia, o programa, que vinha oscilando entre o segundo e o terceiro lugar, consolidou-se na vice-liderança e acumula vitórias consecutivas sobre o *Xuxa Meneghel*, da RecordTV (FERNANDES, 2016, [e]) – como também na TV on-line³. No canal oficial do *Máquina da Fama* no YouTube⁴, os quatro vídeos mais assistidos são do *Desafio da Máquina*, estando, em ordem de maiores visualizações: *Chiquititas* imitando Fifth Harmony⁵; Maisa Silva imitando Lady Gaga⁶; *Carrossel* imitando One Direction⁷; e Sophia Valverde imitando Dorothy d’O *Mágico de Oz*⁸.

Visto que os vídeos mais benquistos são aqueles em que os participantes pertencem ao elenco do SBT, propõe-se, neste trabalho, uma análise sobre o programa de 14 de dezembro de 2015, quando a própria apresentadora, após estabelecer um diálogo inicial com ela mesma, como se fossem personalidades distintas⁹, executou a tarefa de imitar a cantora Beyoncé¹⁰. Considera-se, para isso, que o *Máquina da Fama* é um *reality show*, imerso no grupo dos *talent shows*, dentro do subgrupo dos *covers shows*.

Objetivos e justificativa

Não tendo como objetivo primário o de compreender os embates sociológicos que esse tipo de programa pode provocar, mas sim o de averiguar o

³ Utiliza-se o termo “TV on-line” no sentido de “extensão de apenas uma emissora”, isto é, “no sítio das emissoras off-line na internet, encontram-se basicamente imagens de arquivo dos programas, e, eventualmente, imagens de arquivo de vídeos relacionados feitos exclusivamente para exibição on-line [...] diferentemente da TV off-line (em que é preciso aguardar o início de um programa), na TV on-line o usuário é quem decide ao que quer assistir e quando e em qual sequência (a não ser quando, também mais raramente, a emissora oferece assistir a uma transmissão simultânea)” (KILPP, 2015, p. 2).

⁴ Canal Máquina da Fama. **YouTube**. Disponível em: <<https://goo.gl/dXuyj>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

⁵ Máquina da Fama (29/06/15) – Meninas de Chiquititas cantam Fifth Harmony. **YouTube**. Disponível em: <<https://goo.gl/jDSVN>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

⁶ Máquina da Fama (17/08/15) – Maisa Silva vira Lady Gaga no “Desafio”. **YouTube**. Disponível em: <<https://goo.gl/uiuszp>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

⁷ Máquina da Fama (06/07/15) – Desafio: Meninos de Carrossel cantam One Direction. **YouTube**. Disponível em: <<https://goo.gl/uW2YOA>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

⁸ Máquina da Fama (22/06/15) – Desafio: Sophia Valverde interpreta Dorothy. **YouTube**. Disponível em: <<https://goo.gl/KfiUCr>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

⁹ Máquina da Fama (14/12/15) – Patricia vira Beyoncé no Desafio da Máquina. **YouTube**. Disponível em: <<https://goo.gl/IUK8Ut>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

¹⁰ Máquina da Fama (14/12/15) – Patricia recebe a própria Pati no Desafio. **YouTube**. Disponível em: <<https://goo.gl/Ow7sLb>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

que ocorre no intermeio que limita sua poética de sua estética, optou-se pela análise estilística como metodologia. Acredita-se que verificar as marcas de estilo, tanto em caráter sonoro como imagético, é fundamental para compreender parte do êxito do programa enquanto atração popular.

Metodologia

A estilística pode ser verificada por quatro grandes vertentes: a linguística (BALLY, 1909), a literária (SPITZER, 1968), a cinematográfica (BORDWELL, 2008) e a televisiva (BUTLER, 2010). Enquanto os estudos audiovisuais tendem a se voltar às duas últimas, as análises de comunicação verbal se utilizam das duas primeiras. Acredita-se, no entanto, que a televisão, por ser uma mídia que condensa, em suas linguagens sonora e visual, elementos das modalidades oral e escrita, uma combinação de todas essas subáreas é bem-vinda.

Para Charles Bally (1909), a estilística tem como objeto de investigação a afetividade manifestada por meio da linguagem e os elementos de linguagem manifestados por meio da afetividade. Para Leo Spitzer (1968), a estilística tem a missão de detectar os recursos utilizados nos textos que os fazem sobressair e atingir o estado de poético. Com o tempo, verificou-se que essas duas visões mais se aproximavam do que se distinguiam e passou-se a considerar a análise estilística um processo pelo qual se identifica aquilo que se destaca na linguagem para que se criem laços afetivos entre os interlocutores.

Para David Bordwell (2008), o estilo tende a ser a perceptividade de marcas características de um cineasta e/ou uma produtora com base nos elementos narrativos e de *mise-en-scène* que se repetem nas obras fílmicas. Para Jeremy Butler (2010), o estilo também é identificado pelas técnicas de produção e pela estética apresentada, mas considera também o contexto cultural da realização do produto e, portanto, as significações que ele pode apresentar. Outros autores que tomam por base essas definições encontram, entre elas, um grande paralelo, o que faz com que a metodologia adotada para o cinema coincida com os pressupostos metodológicos para televisão.

Neste estudo, o que se propõe é uma união entre as esferas apresentadas. Mesmo com ciência de que existem estudos pertinentes na área do estilo televisivo, encabeçadas por seguidores de Butler, verifica-se que eles se dedicam mais às séries televisivas norte-americanas e europeias do que às produções brasileiras. Ao investigar quais são os recursos expressivos que se manifestam tanto na camada sonoro-imagética como na retórico-discursiva, propõe-se entender um pouco mais como se molda o estilo em uma narrativa construída em um programa de auditório.

Análise estilística do *Máquina da Fama*

Oferece-se, aqui, uma leitura da cena em que Patrícia Abravanel convida ela própria para subir ao palco e, diante de si enquanto outra, faz uma breve entrevista, fortalecendo a ideia de haver duas personalidades distintas: a apresentadora (A) e a participante (P). Tanto os registros visuais (técnicas utilizadas para enquadrar e estabelecer os cortes) como a sonoridade (representada pelo diálogo e pelas falas simultâneas) contribuem para personificar cada uma das Patrícias, chegando a confundir o telespectador mais desatento¹¹.

Câmera alta. A apresentadora, de camisa e calça brancas brilhantes, está caminhando na passarela, dirigindo-se para o palco, com a plateia nas laterais. Dá meia volta. Mudança de câmera. Plano americano. Ela está com o olhar direcionado para a câmera, centralizada no plano e com luzes de holofote sendo lançadas atrás de seu corpo, do centro para as laterais do enquadramento. Enquanto fala, em companhia de uma sonorização de música latina, o gerador de caracteres mostra seu nome de usuário no Instagram e o logotipo da emissora, com a menção “closed caption” logo acima, em caixa-alta.¹²

Nesse início, a figura de Patrícia Abravanel é tratada como estrela (nos dois sentidos da palavra: tanto no de personalidade famosa como no de astro sideral). No momento em que anda sobre a passarela, ela é ovacionada de forma ritmada e incansável pelas pessoas do auditório. Também é observável certa alusão da cor de sua roupa perolada à luz emitida pelas constelações, além da iluminação em faixas, ao fundo, remetendo às pontas de uma estrela real.

A música latina¹³ sugere a atmosfera de alegria do programa, um fenômeno característico do SBT¹⁴. E a combinação de todos esses elementos descritos demonstra que “as qualidades expressivas podem ser transmitidas pela iluminação, pela cor, pela interpretação, pela trilha musical e por certos movimentos de câmera” (BORDWELL, 2008, p. 59), como é perceptível nos demais momentos ao longo desta análise.

¹¹ Na página do vídeo no YouTube, existem diversos comentários de usuários se perguntando quem seria a atriz que interpretou a segunda Patrícia ou até mesmo se questionando se a apresentadora teria uma irmã gêmea. Neste trabalho, optou-se por desconsiderar a discussão acerca da troca de informações realizadas na página virtual, uma vez que tal proposta desviaria o foco desta pesquisa.

¹² Para mencionar os tipos de plano, adotou-se a nomenclatura apresentada por Francis Vanoye e Anne Goliot-Lété (2002).

¹³ A trilha sonora, de certa forma, contribui “para que o Brasil se reconheça e se aproxime cada vez mais da América Latina de língua hispânica, cujas matrizes históricas e culturais, conflitos sociais e políticos, formam um terreno comum de vivências e compartilhamentos” (ROCHA, 2016, p. 11).

¹⁴ “[...] a alegria se mostra como um sentimento chave na relação de mútua dedicação: o SBT sente-se alegre em poder compartilhar sua programação com o telespectador, que, por sua vez, também sente alegria ao se ver no SBT e fazer parte dessa família” (MARTINS, 2014, p. 14).

A: E esse mês de dezembro continua superespecial. Tá vindo aí uma artista que eu conheço ela há muito tempo. Ela é da família e já esteve várias vezes aqui no nosso palco. Com vocês, Patrícia Abravanel!

Há uma demarcação de tempo/espaço e também de afinidade. Primeiramente, é ressaltado que a exibição do programa ocorreu no mês de dezembro, o que prejudicaria reprises em outro mês, fato recorrente na emissora. Em seguida, antes de mencionar o nome do participante, cria-se um vínculo de afetividade e autoexaltação, destacando que, além de ser “da família”, isto é, alguém próximo da apresentadora, ainda é “artista” e “já esteve várias vezes no palco”. O pensamento do telespectador tende a se limitar: dos artistas da família Abravanel, ela é a única que marca presença semanalmente no programa.

A adivinha desenvolvida para quem está assistindo (e não consultou previamente as chamadas do programa ou a sinopse de seu conteúdo) é, portanto, facilmente solucionada. Ao pronunciar o próprio nome, no entanto, espera-se gerar um gatilho para o sentimento de surpresa: afinal, como ela entraria na *mise-en-scène*, se ela já está em cena? O questionamento se soluciona apenas depois de um rápido *flashback*, retomando, em pequenos momentos, algumas apresentações artísticas de Patrícia.

Nesse momento, ocorre uma breve exibição de trechos de covers já realizados por Patrícia, iniciando em Whoopi Goldberg e passando por Carmen Miranda e Jennifer Lopez, em microexcertos sem o áudio da apresentação, seguido de fragmentos sonorizados de Carmen Miranda, Shakira, Jennifer Lopez e Pequena Sereia. Um foco de luz encerra o vídeo e a imagem da apresentadora é novamente visualizada.

A retomada de tais performances realizadas ao longo da carreira de Patrícia ajuda a endossar a ideia de ela ser uma “artista”, uma estrela, alguém transformado pela Máquina, personagem fundamental dessa narrativa. Os telespectadores não assíduos tendem a assimilar a desenvoltura da apresentadora e seus aparentes multitalentos; já aos mais fiéis cabe relembrar cada um dos momentos e aproximar da ideia de Silvio Santos, ícone principal da estação, já ter elogiado o desenvolvimento da filha enquanto fenômeno midiático¹⁵.

A: E pode entrar, Patrícia.

¹⁵ Mais pai do que apresentador, Silvio usa Teleton para promover Patrícia. **Blog do Maurício Stycer**, 25 de outubro de 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/oYUeLg>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

Mudança de câmera. Câmera alta. Patrícia entra com camiseta vermelha e calça azul, também sob aplausos da plateia. A partir desse momento, ocorre a alternância de câmeras: ora, a apresentadora é posicionada em plano americano; ora a participante é registrada, também nesse tipo de plano; ora as duas são enquadradas em plano conjunto. Os holofotes projetam inúmeras estrelas no chão do palco.



Figura 1 – Patrícia (apresentadora) e Patrícia (participante) dividem o mesmo palco.
Fonte: Registro via *print screen* do vídeo do programa.

Torna-se evidente que, embora o percurso realizado pela participante tenha sido o mesmo que a apresentadora tomou alguns segundos antes, a que acabou de entrar ainda não está pronta para ser considerada famosa. Suas roupas cotidianas e visual básico, sem muita maquiagem ou penteado caprichado, levam a crer que será necessária a ajuda da Máquina para que ela se prepare e brilhe no palco. O figurino e a maquiagem, recursos apontados por Bordwell (2008) como alguns dos denotadores de estilo, mostram-se fundamentais para o funcionamento desse programa.

A: Ë, Patrícia! Finalmente você veio.

Nessa fala, a apresentadora distorce a ideia sugerida inicialmente: a de que está toda noite de segunda-feira à frente do programa e, com isso, sendo admirada por meio desse canal. O efeito provocado é de que a participante, enquanto pessoa distinta da apresentadora, já havia sido convidada outras vezes para estar ali (não necessariamente pela primeira vez, visto o que foi mencionado anteriormente, mas como uma visita que faz bastante tempo que não aparece), mas só então resolveu aceitar.

P: Boa noite, Patrícia. Boa noite, pessoal de casa. Eu tô feliz de tá aqui.

A partir daqui, não existem apenas dois interagentes; o público que assiste pela televisão se torna o terceiro participante do diálogo, um personagem coletivo, ainda que não venha a interagir ou modificar o trajeto previsto para a narrativa. Ao cumprimentar o telespectador, a participante cria um vínculo não apenas com a apresentadora à sua frente, mas com todos que estão atentos à sua fala. Em outras palavras, cria-se um convite para o público participar da obra, outra particularidade comum nos programas de auditório do SBT, incentivada por Silvio Santos¹⁶.

A partir de uma perspectiva que se aproxima dos estudos de Bordwell (2008), pode-se inferir que a tendência é que o espectador se concentre nos rostos dos personagens em cena, nos diálogos que vão se construindo e nos gestos que são executados, atentando-se em como esses elementos se justificam para o desenrolar da narrativa. Os rostos e os corpos que os completam, as palavras e os efeitos que elas produzem, os gestos e a coreografia a que obedecem, tudo propõe uma abordagem ora informativa, ora apenas encantadora, criando laços afetivos com a audiência sem que esta tenha plena consciência do que ocorre.

A: Como você se descobriu cantora?

Inexiste a possibilidade de ela não ser cantora; a função é automaticamente designada a ela. Mesmo assim, o ato de cantar não é proposto como dom congênito, nem como resultado de um esforço contínuo, mas como descoberta derivada de uma experiência.

P: Foi aqui que eu me descobri cantora. (Risos.) Na verdade, teve uma vez que eu fui lá atrás, na Mara Maravilha, que eu acho que eu tinha muita vontade de cantar. E daí eu fui lá, e 'ranquei o microfone da mão dela, e dancei pra caramba. Acho que ali já tinha uma coisa assim de eu querer se cantora.

Ao indicar o local em que a função de cantora lhe foi outorgada, Patrícia assume que participar do *Máquina da Fama* é um processo para qualquer pessoa manifestar seu talento. Ainda na fala, ela relembra seu passado, já conhecido pelos

¹⁶ Nos programas de auditório do SBT, a personalidade que está em cena “[...] dirige-se diretamente ao público que assiste ao vivo e, ao se posicionar em frente à câmera, ao telespectador que está em casa. Dialogar é, então, uma qualidade essencial a esse gênero, ajudando a fazê-lo ser reconhecido como tal” (SOUSA, 2011, p. 35).

fãs, quando saiu do auditório do *Show Maravilha*¹⁷ e invadiu o palco, ganhando atenção das câmeras e dividindo o destaque. Seu entusiasmo é percebido pelo polissíndeto¹⁸ adotado, além de a coloquialidade – registrada, sobretudo, com uma aférese¹⁹ – a aproximar de um nível de linguagem popular, outro elemento que permeia o SBT²⁰.

(A apresentadora acena com a cabeça, sorrindo, como que consentindo em tempo real o que a participante comunica.)

P: Daí na hora que me deram um programa assim... (Chacoalha a mão, para os lados, como que indicando a proximidade com a apresentadora.) Cê sabe, né? Tipo *Máquina da Fama*. Aí eu me realizei, era tipo coisa de infância. (Risos.)

A: E até hoje foram quantos shows?

P: Foram vários shows. Foram... O primeiro que eu fiz foi o da Carmen Miranda, foi sensacional. Shakira. Foi Frozen, depois foi Ivete. Depois foi a Whoopi, que foi superdivertido. A J-Lo, megaprodução, máximo. Aí foi a Xuxa. Aí começou aquela coisa assim, de eu voltar à infância. Xuxa, Pequena Sereia, e aí depois... Eu tô aqui hoje.

(O auditório aplaude.)

É visível que, enquanto a apresentadora assume uma postura mais formal, com frases curtas e dentro da norma-padrão da Língua Portuguesa, a participante demonstra-se mais solta, expressando-se em nível coloquial. A quebra de paralelismo²¹ na oratória da participante é a maior representação de seu estilo popular, levando a crer na inexistência de um roteiro – o que fez com que ela tivesse de responder às perguntas com base na espontaneidade e no improviso – ou, até mesmo, de um roteiro pautado nesse cuidado estilístico. A ovação da plateia corrobora a aceitação do público.

¹⁷ *Show Maravilha* foi um programa infantil apresentado por Mara Maravilha e exibido pelo SBT no final dos anos 1980. A participação de Patrícia Abravanel, ainda criança, ocorreu em 1987, segundo informações do arquivo do SBT. Verificar vídeo em: “Cante Se Puder – Patrícia Abravanel relembra sua participação no programa da Mara”. **YouTube**. Disponível em: <<https://goo.gl/C1786h>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

¹⁸ Polissíndeto é a figura de construção que consiste repetição de uma conjunção coordenativa no início de cada oração e que tende a resultar numa “sugestão de movimentos, estados ou ações que se sucedem rápida ou ritmicamente” (HENRIQUES, 2011, p. 114). No caso, tem-se a repetição constante do “e”.

¹⁹ Aférese é a figura de harmonia, também considerada um “metaplasmo”, gerada pela “supressão de fonema ou sílaba no início de palavra” (MONTEIRO, 2005, p. 64). No caso, tem-se o neologismo “ranquei”.

²⁰ “O SBT, fundado sobre um conceito de popularidade, apropria-se categoricamente desse estilo neotelevisivo [...] O SBT é um canal que espelha o cidadão comum e se apoia na estratégia de identificação e aproximação com o público” (SOUSA, 2011, p. 46).

²¹ Paralelismo “é a repetição de ideias mediante expressões aproximadas” (BECHARA, 2009, p. 644). No caso, Patrícia não segue uma mesma estrutura em suas frases: enquanto algumas são completas, formadas por adjetivação e explicações mais aprofundadas, outras se limitam apenas a mencionar o nome da pessoa imitada, seguido ou não de um verbo de ligação.

A: Me fala qual desses você gostou mais.

P: Todos tiveram uma coisa diferente. Eu amei fazer Xuxa. (Exibe-se um trecho mudo da apresentação, em concomitância à fala dela.) Eu acho que realizei o sonho de várias pessoas na hora em que eu desci daquela nave lá, sensacional. (Exibe-se um trecho da apresentação como J-Lo.) Amei J-Lo, ficou lindo. (Exibe-se um trecho da apresentação como Shakira.) Shakira, que eu dancei. Ai, todos tiveram um... (Volta para Patrícia no palco.) Um sabor assim, bem gostoso. Eu amei fazer... Eu amo... Por mim, eu apresentava toda semana aqui.

Percebe-se que, ao interrogar a participante a respeito de seus shows anteriores, a apresentadora abre espaço para retomar, novamente, as performances de Patrícia, inicialmente exibidas em tentativa de analepse²². Essa constante aparição das realizações reforçam a ideia de que a participante fez um trabalho admirável em edições anteriores e poderá repetir no êxito no desafio presente. Tal sentido é resgatado na fala seguinte da apresentadora.

A: Bom, já deu pra perceber que você é corajosa. (Direciona o olhar para a câmera.) Mas será que ela tá preparada pra encarar o *Desafio da Máquina*? Vamos ver!

(Exibe-se a vinheta do *Desafio da Máquina*.)

O layout utilizado para ilustrar o quadro é semelhante à adotada pelo SBT nos sorteios do consagrado *Pião da Casa Própria*²³, que se acoplou à imagem de Silvio Santos. Nota-se que a constituição do círculo fatiado é distinta: enquanto o Pião é envolto por um painel de madeira que lembra a imagem das pétalas de uma flor, a Máquina é formada por faixas de luzes que partem do centro e se destinam às bordas. Ainda assim, é importante observar a possível intenção de associar à imagem da filha a forma vinculada, por tantos anos, à imagem do pai²⁴.

²² Analepse é a figura de construção que, mais conhecida como retrocesso ou *flashback*, é “um recuo na linha do tempo a um evento que ocorreu anterior ao tempo do discurso” (HERGESEL, 2015, p. 60).

²³ O *Pião da Casa Própria*, ou *Pião do Baú*, ou ainda *Pião da Felicidade* foi um objeto cenográfico do programa *Festival da Casa Própria*, a partir de 1986, e que consistia em dar prêmios ao participante que obtivesse números iguais ou maior número após girá-lo. De 1994 a 2002 e de 2007 a 2009, o Pião ganhou um quadro no Programa *Tentação*. Posteriormente, o Pião integrou o programa *Pra Ganhar É Só Rodar*. Após um período fora do ar, o programa voltou à grade da emissora em 2016, reformulado e exibido nas noites de quarta-feira.

²⁴ Aqui, a análise estilística incorpora a segunda dimensão proposta por Butler (2010), retomada por Rocha (2016, p. 31), de examinar o funcionamento do estilo dentro do sistema textual.



Figura 2 – Comparação entre o design do *Desafio da Máquina* e o do *Pião da Casa Própria*.
 Fonte: Registro via *print screen* de vídeos dos programas.

A: Vamos lá, girando a roleta, então, para o Desafio da Máquina da Patrícia. Vamos ver quem tá aí pra você. É uma diva, mas qual diva?

(A roleta começa a girar. Todas as imagens são da Beyoncé.)

A roleta, peça central do *Desafio da Máquina*, que indicará o artista que deverá ser imitado, é notavelmente uma versão digital do icônico Pião. O inusitado, no entanto, está no fato de todas as imagens, nesse programa com a Patrícia, serem de uma única celebridade: Beyoncé. Não há, portanto, possibilidade de outro artista ser escolhido; ainda assim, ocorre uma euforia por parte da participante, que torce para a roleta parar em Beyoncé e, quando consumado o fato, comemora festivamente.

Como apontado, o diálogo não cessa enquanto a roleta gira; a linguagem sonora, sobretudo verbal, adquire uma forte significância para a narrativa. Esse fenômeno retoma, de certa forma, a ideia registrada por Simone Maria Rocha (2016, p. 48) de que “a experiência de assistir [à] televisão é igualmente uma experiência de ouvir televisão”. Além disso, privilegiar o som é uma estratégia para garantir a manutenção da atenção do espectador e, conseqüentemente, do sentido daquilo que se cria na tela. Ao enfatizar o som, o produto televisivo preenche a lacuna deixada pela imagem carente, a fim de evitar a redução de seu valor transformador.



Figura 3 – Roleta do *Desafio da Máquina*.

Fonte: Registro via *print screen* do vídeo do programa.

P: Beyoncé! Beyoncé!

A: Beyoncé!

P: Diva, diva, diva... Muitas divas! Uhu! Beyoncé! Beyoncé!

A: É tudo Beyoncé?

P: Que isso, meu Deus do céu!

A: Não é possível. Tem esquema com a produção. (Direciona o olhar para a participante.) Você pediu Beyoncé? (A fala ocorre enquanto a participante continua gritando: “Beyoncé! Beyoncé! Muitas divas...”.)

P: Beyoncé!

A: Não é possível.

P: Olha que linda. Olha como ela tá linda.

A: Ela ali também é a Beyoncé!

P: Diva máster! Diva mega!

A: Gente, como ela se transforma. Tem várias versões de Beyoncé aqui.

(A roleta para.)

P: Beyoncé! (Interjeição festiva alongada.)

Em questão de segundos, a palavra “Beyoncé” é mencionada, pelo menos, doze vezes. A epanode²⁵ gerada pela repetição incessante do nome da artista e a epizeuxe²⁶ da adjetivação “diva” frisam a ideia de que a participante é uma grande fã da cantora norte-americana e que fazer seu *cover* será uma forma de se transformar em alguém ainda mais glamorosa. Trata-se, portanto, de uma homenagem, mais do que um desafio ou uma competição.

Vale ressaltar que a figura de Beyoncé é evidenciada, sobretudo em assuntos acadêmicos, uma vez que ela representa o empoderamento da mulher afrodescendente e a luta contra o preconceito racial. Como pontua Mateus (2016, p. 14), “a partir do momento em que ela [Beyoncé], como mulher negra, toma para si um discurso identitário, as arestas do racismo institucional se tornam mais evidentes”. A força imagética da personalidade é um elemento-chave para justificar a euforia de Patrícia.

A: Parabéns! Beyoncé. Eu só tô impressionada que cê deve ter... Ela deve ter esquema, não é possível, com a produção. Só tem Beyoncé aí. Agora, será que

²⁵ Figura de construção que “se presta à exploração cômica, retórica ou lírica pelo seu caráter obsessivo [...], consiste em repetir sem cessar uma palavra” (SUHAMY, 1994, p. 70).

²⁶ Figura de construção que “se caracteriza pela repetição seguida do vocábulo” (HENRIQUES, 2011, p. 141).

tem esquema também no show do Desafio? Vamos ver qual é o Desafio que a Máquina preparou para você.

(Exibe-se um trecho do clipe que deverá ser imitado.)

P: Muito, muito difícil. Mas eu amo desafio. Eu tava louca pra fazer uma diva, eu tava louca pra fazer a Beyoncé e eu acho que ninguém acredita que eu dou conta do recado, nem eu mesma acredito.

(A apresentadora sorri.)

P: Mas eu tô muito querendo ver se eu encaro. E eu tava conversando com o pessoal lá atrás, a Lu, que ela faz os ensaios, ela falou que a mulher muda depois que faz Beyoncé, fica mais... (Mostra, com a mão, seu corpo de cima a baixo.) Entendeu?

Sustentando a brincadeira de a participante não ser a mesma pessoa que a apresentadora, esta insinua que aquela negociou com a produção antes de girar a roleta. E mantendo a postura de surpresa por supostamente não saber que faria um *cover* da Beyoncé, a participante relata quão difícil será o desafio e, em anáforas²⁷ que destinam à restrição (de todas as divas, a Beyoncé; de todas as pessoas, ela própria), desabafa sua vontade de interpretar a cantora.

A comunicação imagética tem sua relevância amplificada nesse ponto. À medida que a comunicação sonora vem se centrando quase que totalmente na linguagem verbal, a visualidade oferece complemento indispensável à mensagem, sobretudo em dois momentos. O primeiro é a insistência de enquadrar a apresentadora consentindo calada com o que a participante fala, resgatando a ideia de conversa em tempo real e da existência de duas pessoas diferentes; o segundo é o gesto que a participante faz para informar, em elipse²⁸ verbal, que interpretar Beyoncé deixa as mulheres mais seguras e atraentes.

A: Dá pra falar que esse vai ser um desafio... vai ser um dos desafios mais ousados da sua carreira. Cê tem que segurar figurino, aquele cabelo, fazer carão... Cê acha que cê vai conseguir mesmo?

P: Com certeza! Não tenho nem dúvida. Não sei nem se eu consigo fazer, mas eu tô aqui. Vamos lá. Que medo.

²⁷ Figura de palavra (tropo) que "consiste em começar vários versos, frases ou partes de frases sucessivas pela mesma palavra ou grupo de palavras" (SUHAMY, 1994, p. 72).

²⁸ Figura de construção em que "a palavra subentendida não foi empregada anteriormente, pois sua presença é percebida com nitidez no contexto ou situação" (HENRIQUES, 2011, p. 147).

A apresentadora se utiliza de uma gradação em clímax²⁹ para intensificar a dificuldade de fazer uma imitação de Beyoncé, cantando e dançando simultaneamente. A hipérbole³⁰ gerada pela pergunta deixa a participante em conflito, fazendo com que se expresse em paradoxo³¹: logo após dizer que se considera capaz de se transformar em Beyoncé e realizar um espetáculo no palco, mostra-se insegura e assume que não tem certeza de que conseguirá executar a tarefa com sucesso; reconhece que é o momento de encarar, mas confessa estar medrosa.

A: Patrícia... (Chacoalha o dedo para diante de si, como que indicando a proximidade das duas Patrícias.) Te conheço, Patrícia. (Pausa.) Sei não, cê tá pronta?

P: Acho que sim.

A: Então, entra na Máquina a Patrícia Abravanel, a filha do Silvío, e volta diva e poderosa, como a estrela do pop, Beyoncé.

(A participante se dirige para a Máquina, enquanto o auditório aplaude.)

Patrícia Abravanel permanece com a estripulia expressiva de ser duas pessoas distintas, embora esclareça que conhece a outra como sendo ela mesma. A importância da Máquina – enquanto metonímia³² para se referir aos maquiadores, cabeleireiros, figurinistas, coreógrafos e preparadores vocais – para a transformação da participante é ressaltada pelo eufemismo³³ seguido de hipérbole que trabalham juntos. Essa também é uma amostra de como as figuras de estilo, tão caras à linguagem verbal, podem se manifestar na imagem em movimento.

Ao intensificar a ideia de que Beyoncé é “diva e poderosa” e “estrela do pop” e deixar em contraponto a ideia de que Patrícia seria apenas “a filha do Silvío”, como se essa antonomásia³⁴ não caracterizasse uma personalidade midiática relevante, a apresentadora defende a ideia de que a produção do programa é responsável por transformar alguém que só está lá por ser parente do dono –

²⁹ Figura de pensamento que “caracteriza-se pela acumulação sucessiva de palavras ou expressões que intensificam progressiva(mente) [...] uma ideia” (HENRIQUES, 2011, p. 149).

³⁰ Figura de palavra (tropo) que “violenta a realidade, exagerando as ideias, não raro até o absurdo, sem que se encontre qualquer limite” (MARTINS, 2008, p. 265 – primeira edição em 2005).

³¹ Figura de pensamento na qual “conciliam-se duas ideias opostas de modo a contrariar o senso comum” (HENRIQUES, 2011, p. 149).

³² Figura de palavra (tropo) que se baseia “numa relação real e não mentada, portanto, não comparativa [...]”; as relações reais de ordem qualitativa que levam a empregar [...] uma palavra por outra, a designar uma coisa com o nome de outra” (GARCIA, 2007, p. 114-115 – primeira edição em 1967).

³³ Figura de pensamento entendida como “meios expressivos que adoçam a brutalidade ou a inconveniência social” de ideias (LAPA, 1998, p. 21 – primeira edição em 1982).

³⁴ Figura de palavra (tropo) que “consiste na substituição de um nome próprio por um nome comum [...] geralmente constituída por um agrupamento de palavras” (GARCIA, 2007, p. 121-122 – primeira edição em 1967). É uma derivação da metonímia.

jargão que ela própria utiliza em participações no programa do pai – em uma artista multitalentosa.

Após a entrada da participante no que seria um portal especializado em modificações de personalidade, o programa prossegue com a participação de anônimos. Somente no último bloco da atração, quando do fechamento do programa, Patrícia volta transformada em Beyoncé e executa sua performance no palco, com cenário específico e bailarinos a auxiliando.

Apontamentos finais

A alegria é o sentimento predominante no *Máquina da Fama*, caracterizada pelos sorrisos, pela música festiva, pelo movimento da iluminação e, principalmente, pelo discurso verbal estabelecido no palco. A tentativa de levar o povo à TV é outro aspecto observável: cada uma das Patrícias representa um grupo – enquanto a participante veste-se e expressa-se de modo simples, tal qual o a maior parcela dos brasileiros, a apresentadora mantém uma postura mais culta e ética, ilusão criada para as referências da grande mídia.

O jogo de cenas, intercalando a fala da participante com a da apresentadora, e o registro das expressões visuais, feito independentemente de com quem está a voz, são os recursos utilizados para enfatizar a existência de duas pessoas no palco. Rompem, conseqüentemente, com a ideia de tempo presente (afinal, não há duas Patrícias num único momento real) para a construção do tempo do discurso (as personagens se comunicam dentro de uma cronologia criada exclusivamente pela narrativa).

O diálogo, por sua vez, tanto entre quem está na tela quanto com quem está em casa, é um fenômeno indispensável para que a narrativa se desenvolva – outro fator comumente perceptível nos programas do SBT. Além disso, há ludicidade na construção da Máquina enquanto personagem, mesmo com todos cientes de que esta é uma metonímia para indicar todos os profissionais envolvidos na produção – talvez, portanto, possa-se considerar que esta é a figura de linguagem mais relevante para a obra.

Outras figuras de linguagem utilizadas são carregadas de intencionalidade e funcionam como recursos ativadores de sentimentos no público telespectador. O polissíndeto, por exemplo, sugere o entusiasmo da participante; a aférese, seguida da quebra de paralelismo, direciona a fala da personalidade midiática ao nível coloquial de linguagem; a analepse, por si só, assume o propósito de resgate do passado para gerar expectativa, no presente, de algo que será concretizado em um futuro próximo.

As repetições são comumente demarcadas por epanodes e epizeuxes, que colaboram com a criação de uma atmosfera de euforia; já a anáfora, que geralmente ofereceria a sensação de acúmulo, tem o encargo, aqui, de restringir com o propósito vangloriar. A elipse, por sua vez, atua como transformador da modalidade linguística, deixando ao visual a missão de expressar a ideia omitida pelo verbal. Para intensificar o sentimento de dificuldade na missão a ser executada, a gradação em clímax se apresentou em companhia da hipérbole.

Notou-se ainda que o paradoxo ajuda na sensação de insegurança, passando ao público a dúvida de se a realização será bem-sucedida. De volta à hipérbole, ela cumpre outro papel ao se unir ao eufemismo, contribuindo para o destaque na transformação realizada. A antonomásia surge, nesse ponto, como uma tentativa de inferiorizar o “antes” e superiorizar o “depois”. Por fim, é possível dizer que a filha de Silvio Santos entrou na Máquina e voltou a ser Patrícia Abravanel, com personalidade própria, mas respeitando o estilo sbtista de encenar.

Referências

BALLY, Charles. **Traité de stylistique française**. Paris: Klincksieck, 1909.

BAPTISTA, Luiza. Construção da Celebridade em *Talent Shows*: Estudo de Caso do Programa *The X Factor*. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 19., Vila Velha, 2014. **Anais...** Vila Velha (ES): Intercom, 2014, p. 1-15. Disponível em: <<https://goo.gl/awDWbb>>. Acesso em: 21 nov. 2016.

BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BORDWELL, David. **Figuras traçadas na luz**: a encenação no cinema. Trad. Maria Luiza Machado Jatobá. Campinas: Papirus, 2008.

BUTLER, Jeremy G. **Television style**. Nova Iorque: Routledge, 2010.

FERNANDES, Wandreza. “Máquina da Fama” conquista décima vitória consecutiva sobre programa “Xuxa Meneghel”. **Área Vip**, 2 fev. 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/2P1bVt>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna**: aprenda a escrever, aprendendo a pensar. 26. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

GUIRAUD, Pierre. **A estilística**. São Paulo: Mestre Jou, 1970.

HENRIQUES, Claudio Cezar. **Estilística e discurso**: estudos produtivos sobre texto e expressividade. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

HERGESEL, João Paulo. **Estilística aplicada à websérie**. Saarbrücken (Alemanha): Novas Edições Acadêmicas, 2015.

KILPP, Suzana. Sentidos identitários de programação em TVs on-line. **E-compós**, Brasília, v. 18, n. 3, p. 1-17, set./dez. 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/xizhzk>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

LAPA, Manuel Rodrigues. **Estilística da Língua Portuguesa**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

MARTINS, Nilce Sant'Anna. **Introdução à estilística**: a expressividade na língua portuguesa. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2008.

MARTINS, Rafael Barbosa Fialho. Resgate histórico das vinhetas do SBT: a busca por um "estilo sbtista". **CoMtempo**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 1-16, 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/FW4TOC>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

MATEUS, Suzana Maria de Sousa. Okay, ladies, now let's get in formation: o dia em que Beyoncé pautou questões raciais no Super Bowl 50. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 18., Caruaru, 2016. **Anais...** Caruaru (PE): Intercom, 2016, p. 1-15. Disponível em: <<https://goo.gl/SAluUZ>>. Acesso em: 21 nov. 2016.

MONTEIRO, José Lemos. **A estilística**: manual de análise e criação do estilo literário. Petrópolis: Vozes, 2005.

NOVAES, Anderson Lucas. A reprodução da música mercantil nos programas de covers: uma análise dos programas Astros (SBT) e Ídolos (Rede Record). **Espaço Livre**, v. 5, n. 9, p. 5-13, jan./jun. 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/IATm3W>>. Acesso em: 21 nov. 2016.

PORTAL O Planeta TV. Máquina da Fama fecha o mês de janeiro na vice-liderança. **Audiência da TV**, 30 jan. 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/AIX9vY>>. Acesso em: 16 fev. 2016.

ROCHA, Debora Cristine. Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão. **E-compós**, Brasília, v. 12, n. 3, p. 1-16, set./dez. 2009. Disponível em: <<https://goo.gl/akXmgf>>. Acesso em: 21 nov. 2016.

ROCHA, Simone Maria. **Estilo televisivo – e sua pertinência para a TV como prática cultural**. Florianópolis: Insular, 2016.

SANTO, João Paulo Dell. Programas do SBT registram péssima audiência no sábado; "Máquina da Fama" estreia em baixa. **RD1**, 10 nov. 2013. Disponível em: <<http://goo.gl/mfAahD>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

SOUSA, Sílvia Maria de. **Silvio Santos vem aí**: programas de auditório do SBT numa perspectiva semiótica. Niterói: Editora da UFF, 2011.

SPITZER, Leo. **Linguística e historia literaria**. 2. ed. Trad. José Perez Riesgo. Madrid: Gredos, 1968.

SUHAMY, Henri. **As figuras de estilo**. Porto (Portugal): Rés, 1994.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 2002.

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

Empreendedorismo e novas formas de mobilização da subjetividade no mundo do trabalho: implicações possíveis sobre o *ethos* profissional do jornalista

Entrepreneurship and new ways of mobilizing subjectivity in the labor market: possible implications on professional *ethos* of journalists

MICHELLE ROXO DE OLIVEIRA

Professora do Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM Centro Universitário. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Brasil. E-mail: michelle_roxo@yahoo.com.br

LEONARDO MELLO E SILVA

Professor do Departamento de Sociologia da FFLCH-USP. Pesquisador do Cenedic-USP. Brasil. E-mail: leogmsilva@hotmail.com

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

OLIVEIRA, Michelle Roxo de; MELLO E SILVA, Leonardo. Empreendedorismo e novas formas de mobilização da subjetividade no mundo do trabalho: implicações possíveis sobre o *ethos* profissional do jornalista. Contracampo, Niterói, v. 36, n. 02, pp. 100-113, ago. 2017/ nov. 2017.

Enviado em 08 de junho de 2017 / Aceito em 07 de agosto de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.1044>

Resumo

Partindo de uma reflexão sobre o discurso da “nova governamentalidade empresarial” (DARDOT e LAVAL, 2016), o texto discute implicações da noção de empreendedorismo sobre o *ethos* profissional do jornalista e sobre o desenho da figura de um profissional mais ou menos valorizado segundo essa nova racionalidade, em um cenário onde a saída para o autoemprego (criação do “negócio próprio”) é desenhada como alternativa no mercado de trabalho. Argumenta-se que o esforço para conter uma ação orientada explicitamente ao interesse econômico, própria de um cuidado distintivo cultivado pelo campo profissional (a partir de valores éticos, humanistas), é tensionado quando se postula uma espécie de síntese entre a figura do jornalista e do sujeito empresarial. Problematiza-se ainda o processo de “envelhecimento social” experimentado por jornalistas que não estão em conformidade com novas formas de mobilização da subjetividade postas em funcionamento no mundo do trabalho, vinculadas a noções como flexibilidade, inovação, criatividade, polivalência e capacidade de empreender¹.

Palavras-chave

Jornalismo; empreendedorismo; reestruturação produtiva; mercado de trabalho; *ethos* profissional.

Abstract

This paper is based on a reflection about the discourse of “new corporate governmentality” (DARDOT & LAVAL, 2016). It discusses the notion of entrepreneurship in contrast to the professional *ethos* of journalists and how the professional values are influenced by this notion after this new rationality. The paper considers a scenario where the self-employment (the creation of a personal business) is presented as an alternative in the labor market. This work argues that the effort to restrain an action explicitly oriented to the economic interests – characteristic of a thoughtfulness cultivated by the professional field based on humanistic and ethical values – is stressed when there is a presumption of a synthesis between the journalist and the entrepreneur figures. The paper also discusses the issue of social aging experienced by journalists who do not fit to new ways of mobilizing subjectivity in the labor market, linked to notions such as flexibility, innovation, creativity, versatility and entrepreneurship skills.

Keywords

Journalism; entrepreneurship; productive restructuring; labor market; professional *ethos*.

¹ Este texto é uma versão ampliada de artigo apresentado no XIII Congresso Lationamericano de Investigadores de la Comunicación (ALAIC, 2016). É parte de reflexões que vêm sendo construídas dentro de um projeto de pesquisa intitulado “Os sentidos do empreendedorismo segundo atores do campo jornalístico”, desenvolvido em conjunto com Rafael Grohmann.

Introdução

Uma série de transformações que vêm ocorrendo no mundo do trabalho, dentro dos marcos do que se convencionou chamar de paradigma pós-fordista ou “regime de acumulação flexível” (HARVEY, 2014), impacta também o cenário do mercado de trabalho dos jornalistas. A reestruturação e enxugamento dos quadros profissionais por parte das grandes empresas de comunicação, com o conseqüente declínio dos postos de trabalho permanentes e formais, empurram jornalistas para o desemprego, a precarização e formas “alternativas” de emprego. Esse movimento pode ser pensado dentro de um contexto mais amplo de reestruturação produtiva em nível global operado pelo capitalismo a partir dos anos 1970, de modo a recuperar seu padrão de acumulação – movimento que promoveu a expansão do trabalho parcial, temporário, subcontratado, terceirizado e vinculado à economia informal, bem como o “desemprego estrutural” (ANTUNES, 2009).

Um caminho de “salvação” nesse cenário parece ser a saída para o autoemprego na forma de criação de microempresas. O discurso empreendedor traduz tal movimento e amplifica o ideário do mercado e do mérito individual como valores positivos (uma direção possível para garantir a própria empregabilidade e alcançar “sucesso”²). Esse discurso, no Brasil, tem sido inclusive reconhecido por meio de políticas públicas que consagram as chamadas alternativas de emprego e renda, fórmula encontrada pelos agentes públicos para designar o esgotamento do mercado de trabalho baseado na relação salarial, concebida originalmente como estratégia para combater a ampla informalidade existente não apenas no país, mas na América Latina como um todo³. Em meados da década de 2000, segundo Antunes (2009), aproximadamente 60% da população economicamente ativa encontrava-se próxima de uma situação de informalidade no Brasil, seguindo um processo tendencial de instabilidade e precarização estrutural do trabalho.

Parte dos jornalistas tem optado pela via do empreendedorismo, em linha com o que vem acontecendo com outras esferas do mundo do trabalho, mais ou menos qualificadas. Como constituição de um negócio próprio e forma de autoemprego, o empreendedorismo manifesta-se a partir de iniciativas variadas como *startups*, *clusters* de inovação e outras alternativas de emprego e renda. No jornalismo, muitos sujeitos exercem a atividade hoje como *freelances* (GROHMANN, 2012), constituindo-se como empresa, num fenômeno bem caracterizado pela

² A construção de sentido sobre o empreendedorismo como uma das vias para se alcançar “sucesso” no jornalismo tem circulado em sites especializados na cobertura do campo profissional. A esse respeito, consultar o texto de Grohmann e Roxo (2015).

³ Para uma compreensão sobre as modalidades das alternativas de emprego e renda, estimuladas no terreno das políticas públicas no Brasil como parte do diagnóstico de uma crise estrutural do mercado de trabalho, consultar Sanchez (2012).

chamada “pejotização”⁴. Tornam-se comuns, nos últimos anos, situações de trabalho caracterizadas pela realização de tarefas em casa ou em pequenas unidades produtivas, favorecidas pela presença das novas tecnologias de comunicação (FÍGARO, 2013).

O empreendedorismo, contudo, não é apenas uma estratégia de sobrevivência para o mercado de trabalho – especialmente para mercados em crise, como o nosso na atualidade. Ele está também no coração dos empregos formais, ou seja, na organização do trabalho daqueles que se mantêm com vínculos ditos típicos nas empresas de mídia, como uma disposição valorizada pela gestão contemporânea dentro do emprego assalariado formal. Visto dessa forma, pode-se perceber a difusão da noção de que todos os trabalhadores são responsáveis pelo bem-estar da empresa, devendo assim ultrapassar, ou “superar”, o mero estatuto “passivo” de assalariado. Devem demonstrar desempenho, disponibilidade e engajamento pleno⁵, uma espécie de lealdade, cujo efeito é “fazer com que o indivíduo trabalhe para a empresa como se trabalhasse para si mesmo” (DARDOT e LAVAL, 2016, p. 327).

Casaqui (2014) recorre à figura do “intraempreendedor” para lembrar como as grandes corporações englobam esse discurso de um agente engajado em seu posto de trabalho⁶. Para aqueles que ficam empregados (e que não são terceirizados ou demitidos), há um papel estratégico a cumprir no conjunto geral que compõe a produtividade da firma. Assim, mesmo empregado segundo as regras do contrato formal de trabalho, a organização do ambiente das redações pode conduzir o profissional para uma disposição subjetiva de valorização da concorrência e do mérito que é, em muitos aspectos, parecida com a do jornalista que está em situação de subcontratação ou de PJ (Pessoa Jurídica), isto é, fora do mercado formal.

Seguindo essa linha de argumentação, podemos pensar o campo semântico do empreendedorismo como algo genérico, uma noção indeterminada do ponto de vista de sua localização material. Ela expressa um tipo de disposição subjetiva, associada à capacidade de inovação, ousadia, autorealização, criatividade, engajamento do indivíduo como empresa. É uma ideia suscetível a definições abrangentes que parecem designar “certo *ethos* que deve ser encarnado como um

⁴ Estatuto no qual o trabalhador se constitui como pessoa jurídica.

⁵ A “responsabilização” é uma forma contemporânea de mobilização da subjetividade dos empregados diante da exigência cada vez maior por produtividade e resultados (DURAND, 2003).

⁶ A sanha avaliativa que vem junto com as métricas e outros instrumentos de registro de desempenho expressa essa carga pesada de envolvimento requerido pela firma e, portanto, de entrega de si e dos resultados requeridos, de modo a garantir permanentemente a empregabilidade. Como pontuam Dardot e Laval (2016, p. 228), a “gestão por metas, avaliação de desempenhos e autocontrole dos resultados são os métodos empregados por essa gestão dos indivíduos”.

trabalho de vigilância sobre si mesmo”, um modo de empresariamento de si (DARDOT e LAVAL, 2016, p. 332).

No livro “A Nova Razão do Mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal”, Dardot e Laval (2016) definem a “nova governamentalidade empresarial” como um discurso, próprio do sistema neoliberal, capaz de produzir certas subjetividades. Um “universo de concorrência generalizada”, que estimula os próprios indivíduos a se comportarem e se conceberem como empresa. A força deste discurso, que emana de um tipo de racionalidade – qual seja, o neoliberalismo – reside em seu caráter abrangente, capaz de estruturar e orientar condutas, seja na esfera privada, profissional ou pública. “O neoliberalismo pode ser definido como o conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência” (DARDOT e LAVAL, 2016, p. 17). Segundo os autores, a exigência da competitividade e “a generalização da forma-empresa” tornam-se um princípio de conduta, dotado de suposta neutralidade ideológica, que deve comandar reformas em todos os domínios, até o íntimo da subjetividade, segundo o “desenvolvimento da lógica de mercado como lógica normativa generalizada” (DARDOT e LAVAL, 2016, p. 34).

O discurso empreendedor traduz esse movimento, na medida em que se liga diretamente à noção da constituição do indivíduo como empresa, do sujeito que escolhe um objetivo e pretende realizá-lo, a partir de um tipo de conduta atenta à descoberta de novas oportunidades de lucro. Partindo dessas reflexões iniciais, este texto procura discutir algumas implicações possíveis da noção de empreendedorismo sobre o *ethos* do jornalista e sobre o desenho da figura de um profissional mais ou menos valorizado segundo essa nova racionalidade, em um cenário como o brasileiro, em que a saída para o autoemprego é desenhada como alternativa no mercado de trabalho (MELLO E SILVA e OLIVEIRA, 2016).

O tensionamento do *ethos* profissional “desinteressado”

O empreendedor é construído em vários discursos – inclusive aqueles que circulam no campo jornalístico (OLIVEIRA e GROHMANN, 2015) – como o personagem que tem de assumir riscos e velar pelo sucesso econômico das escolhas que fez; ter uma disposição para a inovação, flexibilidade, criatividade e persistência, bem como eficiência do ponto de vista empresarial e de alcance de resultados. O empreendedorismo apoia-se numa concepção empresarial e gerencial, gerente e trabalhador se confundem na mesma pessoa.

Mas como a figura do jornalista, dedicado à coleta e difusão da informação, e do empreendedor, que zela pelo imperativo comercial e sustentável de seu negócio, podem ser conciliadas no mesmo indivíduo? Esta é uma das perguntas lançadas por Carbasse (2015), que chama a atenção para a separação estrutural historicamente constituída entre essas atividades (comercial e jornalística), associando este princípio de distanciamento à própria legitimidade deontológica do campo profissional. “Como as noções de independência, de liberdade de expressão e de respeito ao interesse público – princípios tão fortes da moral jornalística – são apropriadas por esses agentes?” (CARBASSE, 2015, p. 262). Problema importante que aponta para as implicações ou tensionamentos sobre as representações associadas à ética profissional jornalística, a partir de uma aproximação mais direta dos sujeitos-jornalistas com a gramática do mundo empresarial.

Não se quer dizer com isso, é certo, que o campo jornalístico (BOURDIEU, 1997) desenhou-se de maneira autônoma dos imperativos comerciais (ou, até mesmo de outras forças heterônomas, como aquelas provenientes do campo político). O chamado jornalismo moderno, sobretudo a partir da segunda metade do século XX no Brasil, estrutura-se em bases empresariais/industriais, estando claramente sujeito às forças de mercado. No entanto, concomitantemente à condição de trabalhadores dos jornais-empresas, os jornalistas constituíram-se como grupo profissional, reivindicando certo lugar distintivo, ancorado numa série de representações, valores e normas deontológicas – como o ideal da verdade, do esclarecimento, da liberdade, do interesse público – , que buscam marcar alguma separação – ainda que não isenta de tensões – entre, por um lado, o que é próprio da atividade jornalística e, por outro lado, aquilo que é da esfera comercial (interesse econômico *versus* desinteresse da notícia).

Essa separação se vincula, ademais, à construção de um *ethos* que confere certa legitimidade ao lugar social do jornalista (TRAQUINA, 2004). Ela é reforçada, em certo sentido, pelas próprias empresas jornalísticas que, revelando certo “pudor”, evitam a correspondência direta dessas esferas, ao acionar uma série de operadores de sentido no esforço de conter ou “transfigurar” o caráter econômico da atividade jornalística, situando o jornalismo como um ato “desinteressado” (OLIVEIRA, 2005), sob pena de enfraquecer o próprio poder simbólico (BOURDIEU, 2004) da imprensa no conjunto social. “As lógicas empresariais e jornalísticas poderiam ser consideradas *a priori* como antinômicas, cada uma com suas racionalidades próprias e incompatíveis” (CARBASSE, 2015, p. 265).

A partir de perspectivas teóricas distintas, uma série de autores (RIBEIRO, 2001; TRAQUINA, 2004; FÍGARO, 2014; PEREIRA, 2004) chama atenção para tensões historicamente constitutivas do jornalismo moderno, isto é, para as

contradições entre os imperativos mercadológicos dos jornais-empresas e as representações e papéis sociais associados ao jornalismo e aos jornalistas enquanto grupo profissional, que invocam responsabilidades e valores simbolicamente poderosos e “desinteressados” de ganhos econômicos, tais como a noção de interesse público, direito à informação, direitos humanos e defesa da democracia. Traquina (2004) se refere, por exemplo, à tensão histórica entre o “pólo econômico” e o “pólo ideológico do jornalismo”, que identifica a imprensa como serviço público. Fígaro (2014) faz referência aos conflitos entre “valor de troca” (a notícia como mercadoria) e o “valor de uso” (a notícia e seu uso social comprometido com a conquista dos direitos cidadãos e o direito à informação), chamando atenção para os desafios cotidianos enfrentados pelos jornalistas. A acentuação do caráter mercantil da produção jornalística, vinculada a grandes empresas de comunicação⁷, bem como as mudanças no mercado de trabalho e na dinâmica de produção do jornalismo, são fatores que contribuíram, nas últimas décadas, para a adoção de uma postura mais pragmática do jornalista em relação ao próprio trabalho (ADGHIRNI, 2005; FÍGARO, 2014).

Podemos considerar, no entanto, que a figura do jornalista-empreendedor personifica, em certo sentido, um aprofundamento deste processo. A aproximação com a gramática do mundo dos negócios, própria da disposição empresarial requerida desse personagem, tem consequências simbólicas significativas, ao caminhar no sentido contrário do *ethos* profissional do “interesse desinteressado”⁸, desenhado a partir da representação do jornalismo como bem público. A associação mais imediata e direta entre o interesse pelo sucesso de seu próprio negócio e, por outro lado, a informação jornalística como bem simbólico, é problemática para a constituição da representação de autonomia e desinteresse valorizada pelo campo profissional como forma de dar sentido e legitimidade às ações do jornalista no conjunto social. Dito de outro modo, o esforço de contenção de uma ação orientada explicitamente ao interesse econômico – cultivada por um cuidado distintivo no processo de construção do *ethos* profissional do jornalista, a partir de “entraves” éticos e valores humanistas, por exemplo – é flexibilizado, em função das linhas de força da realidade econômica e do mercado de trabalho hoje, quando se postula uma síntese entre a figura do jornalista e do sujeito empresarial.

⁷ Em texto publicado no final da década de 1990, Abreu já sinalizava uma mudança de perfil dos jornalistas situados em grandes redações de veículos impressos, “a concorrência obrigou os jornalistas a produzirem para um mercado cada vez mais competitivo, determinando uma postura menos política e menos ideológica, diante dos fatos e das notícias” (ABREU, 1998, p. 17). A partir de uma série de entrevistas, o estudo aponta para diferenças e deslocamentos de sentidos atribuídos à atividade, comparando os discursos de duas gerações de jornalistas que ocupavam posições de prestígio na mídia, classificados pela autora como “românticos” e “profissionais”.

⁸ Conforme a concepção de Bourdieu (1996).

Neste cenário, a defesa de uma “ação em relação a valores”, para recorrer a uma noção weberiana (WEBER, 2002), pode ganhar, no limite, a alcunha de um idealismo ultrapassado, diante da primazia do pragmatismo orientado para a finalidade do resultado e o sucesso competitivo, a partir de projetos que satisfaçam a necessidades de determinados públicos consumidores. Como afirmam Dardot e Laval (2016, p. 326), a explicitação mais direta do imperativo da eficácia econômica, “do discurso do homem em torno da figura da empresa”, provoca, no mundo contemporâneo, uma homogeneização desse tipo de discurso, “outrora contido por discursos orientados por valores heterogêneos” (éticos e estéticos), cujos motivos da ação não eram relacionados à primazia do interesse econômico.

Possíveis implicações sobre a sociabilidade no trabalho e sobre a figura do “velho” jornalista

Em relação ao ambiente de trabalho, o deslocamento operado pela figura do jornalista-empendedor vai na direção de uma atividade mais individualizada e distante da convivência com os demais colegas de redação. A dinâmica de produção no espaço coletivo da antiga empresa ajudava a criar uma cultura profissional que abrigava experiências de jornalistas de diferentes idades, facilitando um processo de aprendizado do saber jornalístico – do modo de fazer do ofício ao culto das mitologias e valores profissionais. Contemporaneamente, as relações de contrato flexíveis e a saída para o autoemprego situam-se, ambas, no contexto de um movimento de descentralização do local de trabalho, favorecido pela presença das novas tecnologias da informação, com a realização de tarefas no ambiente doméstico ou em pequenas e médias unidades produtivas. Isso tem implicações na própria forma de socialização dos jornalistas. Além do que, esse contexto de individualização das situações de trabalho contribui para o enfraquecimento das defesas coletivas. A perda de protagonismo do sindicato da categoria não é indiferente a todo esse processo. Há que se ressaltar que nas próprias redações, o ambiente profissional, a exemplo do que acontece em outras esferas do mundo do trabalho, pode ser pensado como mais competitivo e individualizado, situação que conspira contra a solidariedade dos trabalhadores.

No cenário fabril, os mais velhos são fortemente atingidos pelo processo de exclusão e dificuldade de reinserção no mercado, conforme Antunes (2009, p. 236). O autor pontua, seguindo a linha de Beaud e Pialoux (2009), que o mundo do trabalho hoje “tem recusado os operários herdeiros da cultura fordista”, enquanto grupo portador de um tipo de saber que sofre desvalorização diante dos

imperativos da polivalência e multifuncionalidade colocados em cena pela empresa pós-fordista⁹.

Também no caso do jornalismo, a condição do “velho jornalista” pode ser pensada como sendo mais vulnerável aos processos de reestruturação produtiva. Pereira e Adghirni (2011, p. 48) apontam que a substituição de veteranos por jornalistas mais jovens é uma prática recorrente nas redações: “o recém-formado é maleável e se adapta mais facilmente às normas político-editoriais e a salários mais baixos”. Diante de um cenário de convergência midiática, Renault (2013) identifica dificuldades experimentadas por profissionais mais antigos, situados nas sucursais de jornais impressos em Brasília, em relação ao uso de ferramentas digitais, quando comparados aos mais jovens, com maior domínio sobre elas. Grohmann (2012), por sua vez, em pesquisa sobre os jornalistas *freelancers* da cidade de São Paulo, revela que, sobretudo, os jornalistas mais jovens apresentam um discurso mais ajustado ao processo de flexibilização e individualização das relações de trabalho. Ainda que estes estudos não dediquem esforços criteriosos para o entendimento da variável geracional na composição da força de trabalho nas redações, eles nos dão algumas pistas sobre a condição de jornalistas que apresentam dificuldades de adaptação à nova ordem produtiva, e que, portanto, seriam mais vulneráveis aos processos de reestruturação produtiva e inovações tecnológicas.

No mesmo sentido, o espírito dinâmico associado ao empreendedorismo direciona-o muito facilmente às faixas mais jovens de profissionais autônomos. Os que ficam nas redações, por seu turno, sentem-se pressionados por esse contingente social, especialmente se são mais velhos. Nesse caso, sobretudo, é a pressão social que funciona como potente fator de envelhecimento daquela camada etária, que desse modo se vê a si mesma como ultrapassada e impotente. Não estariam os velhos jornalistas experimentando a desvalorização de antigos saberes, aliada às dificuldades para incorporar novas disposições, como aquelas próprias da prescrição do empreendedorismo enquanto alternativa à crise do emprego? Aqui, é certo que podemos pensar o “envelhecimento” não simplesmente como uma

⁹ A empresa jornalística pode ser encarada no registro de uma série de outras empresas, de outros ramos e setores de atividade da economia, que se encaixam no que poderíamos chamar de uma reorganização produtiva pós-fordista. Assim como há fábricas que aplicam princípios pós-fordistas, também há as redações de grandes grupos de mídia que se valem desses princípios (FONSECA e SOUZA, 2006). Já havíamos observado o mesmo tipo de serialidade ou de coerência de princípios – dessa feita tayloristas – em um órgão de imprensa escrita do porte da Folha de São Paulo (OLIVEIRA, 2013). Alguns traços salientes de uma empresa que se organiza segundo os princípios pós-fordistas são o emprego massivo de tecnologias de comunicação e informação; nível escolar elevado da força de trabalho; disposição para flexibilidade de horários e jornada de trabalho, bem como para mobilidade interna à firma; e avaliação baseada em competências e forte reatividade à demanda (consumo), levando a uma preocupação constante com a qualidade (DURAND, 2004).

questão etária, mas como uma experiência social vinculada à possibilidade de descarte e obsolescência, em função da dificuldade de reunir competências e disposições valorizadas pela firma (como o domínio de determinadas ferramentas tecnológicas, o manejo de línguas estrangeiras, a posse de títulos etc). Como lembra Bourdieu (1983), juventude e velhice não são dados; a classificação que divide jovens e velhos é um tipo de representação construída socialmente, no bojo dos conflitos em torno da transmissão do poder entre gerações. Nesse sentido, envelhecer socialmente é ser empurrado para o passado pelo “novo”, o que pode significar, no limite, a experiência de uma morte social. “(...) a velhice também é um declínio social, uma perda de poder social e através deste viés, os velhos têm, no que se refere aos jovens, uma relação que também é característica das classes em declínio” (BOURDIEU, 1983, p. 118).

Valorizar no mercado a figura de um profissional vinculada, por exemplo, a noções tais como flexibilidade, inovação, criatividade, capacidade de empreender e a polivalência para a realização de múltiplas tarefas (em contraponto ao traço do modelo fordista, especializado) é tornar “ultrapassados” aqueles que não estão em conformidade com estas novas formas de mobilização da subjetividade postas em funcionamento pela empresa pós-fordista. Nesse sentido, o “velho” jornalista pode ser pensando como um personagem associado a uma série de representações e práticas que já não correspondem a exigências de produtividade do mercado de trabalho e da organização do trabalho hoje. O perecimento social do “velho jornalista” é a vitória do “jovem jornalista” ajustado a uma nova racionalidade, que encontra amplificação na figura do empreendedor, seja ele PJ, terceirizado ou mesmo empregado celetista.

A figura do jornalista-empendedor e o deslocamento do controle sobre o trabalho

A figura do jornalista-empendedor aponta para uma aparente diluição do controle sobre o trabalho, e da própria relação antagonica entre capital e trabalho, na medida em que gerente e trabalhador se confundem na mesma pessoa. Contudo, ainda que o imaginário do empreendedorismo muitas vezes se associe à ideia de liberdade e autonomia, isso não significa dizer que o controle deixou de existir. Ele se apresenta, aqui, como uma prescrição sem rosto: o controle está no próprio fluxo de trabalho. Segundo os termos de Durand (2003, p.148), ao se referir ao trabalho flexível na indústria, “a polícia está no fluxo”, isto é, nas condições de variabilidade e flexibilidade da produção ou dos serviços. A ordem

aparece como impessoal e como que condensada em exigências de prazo, especificação de produto, de performance ou simplesmente de quantidades. Quando se trata da responsabilização individual pelo produto – seja um bem material ou uma notícia –, o controle não surge mais na figura de um supervisor, gerente ou contramestre, isto é, de um grupo ou classe. O jornalista passa a ser ele mesmo o zelador de sua conduta produtiva e muito de sua atividade concreta fica enfeixada na qualidade da interação requerida com o contratante do serviço. Sozinho, em sua plataforma pessoal, – que pode ser a sua própria casa ou um escritório compartilhado, ou ainda no próprio local de trabalho da empresa que o contrata como PJ – o jornalista-empendedor não está imune à exigência por competitividade e por resultados, adicionando à inconstância dos pedidos a instabilidade, ao fim e ao cabo, de seus próprios rendimentos. A situação é de pressão constante, solicitando o engajamento permanente da subjetividade com vistas a alcançar o sucesso de seu negócio, o que está muito próximo à descrição feita por Laval e Dardot (2016).

Sai de cena o “como fazer”, controlado dentro de uma estrutura hierarquizada da firma, para um “como fazer”, deixado ao arbítrio do próprio jornalista. O profissional assume certas metas e tem de entregar a produção dentro de um determinado prazo (que, no caso, pode ser uma matéria, um filme, uma entrevista, um livro etc.). O trabalho tem de ser altamente produtivo, na medida que ganha-se pelo que se faz, pelos projetos que é possível realizar e vender no mercado, o que requer do sujeito, inclusive, uma postura de prospecção frente a novas modalidades de serviços nos quais ele pode se engajar. Os custos do tempo de descanso – de reprodução da força de trabalho, segundo a terminologia marxista – são transferidos ao próprio trabalhador, no caso o jornalista, que parece ter de se colocar numa postura de disponibilidade permanente, já que sua atividade é pensada como empresa particular.

Considerações finais

As transformações no mundo do trabalho dos jornalistas colocam em cena novos desafios para o desenvolvimento de uma pauta de pesquisas. A figura de um profissional que ocupa um posto estável dentro das grandes redações desidratou no século XXI; o trabalho dos jornalistas começa a se desenvolver majoritariamente para além das redações (DEUZE e WITSCHGE, 2015). O emprego dito típico (com carteira de trabalho assinada) é cada vez mais raro, o trabalho subcontratado, ou de tipo PJ (Pessoa Jurídica), se dissemina. Hoje, o destino social possível de um número expressivo de jornalistas aponta para outras saídas de emprego, quando

não para uma condição mais duradoura de desemprego, com o encolhimento das relações de assalariamento formais. Há um deslocamento em relação a formas de emprego tradicionais para formas flexíveis, assim como novas formas de mobilização da força de trabalho para aqueles que permanecem na condição de empregado celetista¹⁰. Neste cenário, a figura do jornalista-empresendedor ganha visibilidade como estratégia de sobrevivência no mercado de trabalho, bem como um tipo de disposição subjetiva valorizada pela gestão contemporânea dentro do emprego assalariado formal.

Está claro que os jornalistas são um grupo social bastante heterogêneo e, nesse sentido, há que se considerar que as mudanças no mundo do trabalho e a própria lógica do empreendedorismo atingem de maneira variada os atores deste espaço de produção. Os que ocupam posições dominadas no campo, os “tarefeiros invisíveis” (BOURDIEU, 1997), parecem estar mais próximos a uma experiência compartilhada enquanto classe trabalhadora sendo, portanto, mais vulneráveis aos processos de reestruturação produtiva, perda ou dificuldade de reinserção no mundo do trabalho. Nestas condições, é bastante plausível que tais saídas empreendedoras possam ser muito mais casos de precarização, aproximando o empreendedor-jornalista de um “virador”, isto é, aquele que recorre a uma série de “bicos” para poder sobreviver.

De toda forma, há que se ressaltar que o espírito do empreendedorismo respira um ar geral que traz consequências significativas sobre as representações simbólicas historicamente constituídas em torno da atividade, ao aproximar a figura do jornalista de um *ethos* empresarial – sem as amarras que um certo cuidado distintivo outrora tentavam conter ou evitar, ao menos em sua dimensão publicamente mais explícita.

Referências

ABREU, Alzira. Jornalistas: de românticos a profissionais. In: **Antropolítica**, n. 5, 1998. pp. 7-19.

ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalista: do mito ao mercado. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 1, 2005. pp. 45-57.

¹⁰ Em relação aos que ainda mantêm seu emprego formal em redações, o diagnóstico de uma série de autores (MORETZSOHN, 2014, RENAULT, 2013; FONSECA e SOUZA, 2006) tem chamado atenção para o fato de que, sob os efeitos da convergência tecnológica, os jornalistas nas redações são pressionados com maior carga de trabalho, maior produtividade e maior compressão de prazos, ao alimentar vários canais de informação, não restritos apenas a um tipo de mídia. O imperativo da multifuncionalidade, da valorização de um perfil profissional apto a operar em várias frentes (da produção de um texto para o jornal à produção de um vídeo para o site da empresa) aponta para mudanças no tipo de habilidades requeridas para a inserção, ou permanência, do trabalhador no processo produtivo.

ANTUNES, Ricardo. Século XXI: nova era da precarização estrutural do trabalho? In: ANTUNES, R.; BRAGA, R. (orgs). **Infoproletários: degradação real do trabalho virtual**. São Paulo: Boitempo, 2009.

BEAUD, S.; PIALOUX, M. **Retorno à condição operária**. Investigação em fábricas da Peugeot na França. São Paulo: Boitempo, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 7ª ed, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre. A "juventude" é apenas uma palavra. In: _____, **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

CARBASSE, Renaud. Tino para os bons negócios e bom jornalismo? A figura do jornalista empreendedor nos debates sobre a profissão. In: **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 1, 2015. pp. 262-283.

CASAQUI, Vander. A invenção de um país de empreendedores sociais: "Imagina na Copa" e seu projeto de Brasil. In: **Anais do XXIII Encontro Anual da Compós**. Belém, Pará: Compós. UFPA, 2014.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**. Ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. Além do Jornalismo. In: **Leituras do Jornalismo**, v. 1, n. 4, 2015.

DURAND, Jean Pierre. A refundação do trabalho no fluxo tensionado. In: **Tempo Social**, v. 15, n1, abril 2003. pp. 139-158.

DURAND, Jean Pierre. **La Chaîne invisible**. Travailler aujourd'hui: flux tendu et servitude volontaire. Paris: Seuil, 2004.

FÍGARO, Roseli. Jornalismo e trabalho de jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI. In: **Revista Parágrafo**, v. 2, 2014. pp.23-37.

FÍGARO, Roseli. Perfis e Discursos de Jornalistas no Mundo do Trabalho. In: _____; NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. **As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013, pp.7-143.

FONSECA, Virgínia; SOUZA, Paulo Henrique. O Pós-Fordismo na Produção Jornalística. In: **Intexto**, v. 2, n. 15, 2006. pp. 1-18.

GROHMANN, Rafael. **Discursos dos Jornalistas Freelancers sobre o Trabalho: comunicação, mediações e recepção**. Dissertação de Mestrado: ECA-USP, 2012.

GROHMANN, Rafael; ROXO, Michelle. Os discursos sobre o jornalista-empendedor em sites especializados na cobertura do campo profissional. In: **Contemporanea – Comunicação e Cultura**, v.13, n. 2, maio-ago 2015. pp. 471-486.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2014.

MELLO E SILVA, Leonardo; OLIVEIRA, Michelle Roxo. O empreendedorismo na atividade jornalística: relatos de uma pesquisa em andamento (Brasil). In: **La Maquila-GEIT** n.3, maio 2016. pp. 130-35.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. "O 'novo ritmo da redação' de O Globo: A prioridade ao jornalismo digital e seus reflexos nas condições de trabalho e produção da notícia". In: **Revista Parágrafo**. n. 2, vol. 2, agosto/dezembro de 2014. pp.59-79.

OLIVEIRA, Michelle Roxo. **Profissão Jornalista**: um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia. Dissertação de Mestrado: Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista (Unesp), Bauru, 2005.

_____. O projeto de reestruturação do trabalho jornalístico na Folha de São Paulo: racionalidade e gerenciamento. In: **Cadernos Ceru**, v. 24, n.2, dez. 2013. pp. 159-179.

OLIVEIRA, Michelle Roxo; GROHMANN, Rafael. O jornalista empreendedor: uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo profissional. In: **Líbero** v. 18, n. 35, jan-jun 2015. pp. 123-132.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. In: **Intexto** v. 1, n. 24, Porto Alegre: UFRGS, jan-jun 2011. pp.38-57.

PEREIRA, Fábio Henrique. Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão. Covilhã (Portugal): **Biblioteca On-line das Ciências da Comunicação**, 2004 (Repositório institucional). Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf>. Acesso em fevereiro de 2015.

RENAULT, David. A convergência tecnológica e o novo jornalista. In: **Brazilian Journalism Research**, n. 2, vol. 9, 2013. pp. 30-49.

RIBEIRO, Jorge. **Sempre Alerta**: condições e contradições do trabalho jornalístico. São Paulo: Olho D'Água, 2001.

SANCHEZ, Fábio José Bechara. **Além da informalidade, quem dos direitos**: reflexões sobre o trabalho desprotegido. Tese de Doutorado: PPGS-FFLCH-USP, 2012.

TRAQUINA, Nelson. **A Tribo Jornalística**: uma comunidade transnacional. Lisboa: Editorial Notícias, 2004.

WEBER, Max. **Conceitos Básicos de Sociologia**. São Paulo: Centauro, 2002.

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

Midiativismo em processos de comunicação ambiental engendrados por organizações ambientalistas: discussões e proposições

Mediativism in engendered environmental communication processes by environmentalist organizations: discussions and propositions

JANE MARCIA MAZZARINO

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Vale dos Sinos (Unisinos). Professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Ambiente e Desenvolvimento e do curso de Comunicação Social do Centro Universitário Univates. Brasil E-mail: janemazzarino@univates.br

KATARINI GIROLDI MIGUEL

Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professora no curso de jornalismo e no mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Brasil. E-mail: katarini.miguel@ufms.br

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

MAZZARINO, Jane Marcia; MIGUEL, Katarini Giroldo. Midiativismo Em Processos De Comunicação Ambiental Engendrados Por Organizações Ambientalistas: Discussões E Proposições. Contracampo, Niterói, v. 36, n. 02, pp. 114-132, ago. 2017/ nov. 2017.

Enviado em: 27 de junho de 2017 / Aceito em: 22 de julho de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.1018>

Resumo

O presente trabalho é um ensaio prático-conceitual que analisa as estratégias midiativistas e suas possibilidades no âmbito da comunicação ambiental, a partir de discussões teóricas sobre o tema e de reflexões sobre as práticas das ONGs ambientalistas, observadas pelas autoras em investigações sistemáticas anteriores. A internet possibilita uma renovação da linguagem, dos recursos técnicos, das propostas de interação e participação, assim como da construção coletiva de informação e opinião. Mas as análises apontam que as organizações ainda ensaiam sua imersão no universo cibernético e reproduzem, na sua experiência comunicativa, a lógica da mídia convencional, perdendo a oportunidade de democratizar e ampliar a discussão ambiental.

Palavras-chave

Organizações ambientais; ONGs; Comunicação ambiental; Midiativismo; Sociedade civil organizada.

Abstract

The present work is a practical-conceptual essay that analyzes media activism strategies and their possibilities in the environmental communication field, based on theoretical discussions and reflections on the practices of environmental NGOs, observed by the authors in previous systematic investigations. The Internet enables a renewal of the language, technical resources, proposals for interaction and participation, as well as the collective construction of information and opinion. But the analysis shows that organizations still rehearse their immersion in the cyber universe and reproduce, in their communicative experience, the logic of conventional media, missing the opportunity to democratize and broaden the environmental discussion..

Keywords

Environmental organizations; NGOs; Environmental communication; Media Activism; Organized civil society

Apresentação

Os movimentos sociais no século XXI são caracterizados pela utilização das TICs (CASTELLS, 2013). Na disputa de sentidos sobre os acontecimentos ambientais, a SCO (Sociedade Civil Organizada¹) usa das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) para dar visibilidade aos seus posicionamentos, fazendo circular informações que buscam engajamento às suas propostas de sentidos de mundo. Neste processo de visibilidade expõem-se conflitos, aderências, saliências, estratégias, influências.

No presente trabalho concebe-se o movimento ambiental como composto por grupos, organizações/representantes da sociedade civil. Entre elas encontram-se as organizações não governamentais (ONGs) ambientalistas, as quais são referências quando o meio ambiente é tema de debate.

Como atores do campo dos movimentos sociais, estas ONGs propõem novos significados para o mundo, criam formas novas de organização e negociação, ampliam os espaços democráticos, dão visibilidade a conflitos, politizam subjetividades, fazem emergir pluralidades identitárias. Suas formas de mobilização a partir da apropriação das mídias e da formação de redes engendram novas formas de mobilização que, quando tratam da questão ecológica, relacionam: os planetas interno e externo, como aponta Melucci, e duas políticas, como afirma Giddens (pessoal, da vida e coletiva, emancipatória), assim como provocam o reencontro com uma metade negada pelo pensamento racional, a subjetividade, como relembra Touraine (MELUCCI, 2001 e 1992; TOURAINE, 1992; GIDDENS, 1991 e 2002).

Para Leff (1991, p. 132), inventar novas estratégias de poder depende da capacidade de burlar o poder tecnoburocrático e de construir uma nova racionalidade social, criando novos sentidos para a existência. O autor vislumbra que o movimento ambiental representa a invenção de um novo futuro, o que inclui o uso das tecnologias de comunicação como instrumentos de luta em defesa dos direitos humanos em um movimento solidário internacional. Os meios tecnológicos convertem-se, assim, em instrumentos de poder que ele denomina como “armas da pós-modernidade cibernética”. Assim, ele ressalta a importância da análise dos novos instrumentos e práticas para a gestão e apropriação dos recursos feita pelos movimentos sociais, entre os quais estão os recursos comunicacionais e midiáticos.

¹ Bobbio (1999) define sociedade civil, em um sentido gramsciano, como um espaço de disputa, lutas e processos políticos, que envolve a esfera das relações entre indivíduos, entre grupos, entre classes sociais, que se desenvolvem a margem das relações de poder que caracterizam as instituições estatais. Para Gramsci, a sociedade civil é sempre organizada, mantém relação intrínseca com o Estado, inclusive atuando como seu conteúdo ético, enquanto o Estado é o reflexo da sociedade civil.

Com a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, a Rio 92, emerge e legitima-se o papel da sociedade civil de todo planeta na busca de soluções para a crise socioambiental global. Apesar da Conferência ter sido considerada um fracasso no plano político-econômico, pela incapacidade na construção de ações transnacionais para a resolução dos problemas ambientais, os movimentos ambientais brasileiros se expandiram e se consolidaram, segundo Viola e Leis (1995). Para estes autores, porém, após o calor do evento, ocorreu um processo de “desorientação” do ambientalismo brasileiro, fruto da rápida perda de seu principal marco de referência simbólico e organizativo na conjuntura. E a sociedade civil, que vinha recebendo informações em grande volume sobre a problemática ambiental, por intermédio dos meios de comunicação, é bruscamente reorientada para outros temas, especialmente o impeachment do presidente Fernando Collor de Mello.

Os autores que estudam os movimentos sociais reconhecem que eles ocorrem dentro do sistema hegemônico, de modo que nunca rompem totalmente com ele, apresentando continuidades e descontinuidades. Seus modos de fazer contraditórios explicitam-se nos usos que fazem das TICs, por meio das quais visam agendar a sociedade a partir de suas ações. Trata-se do que vem se convencendo chamar de midiativismo – o ativismo engendrado em espaços midiáticos.

O ativismo, [...] vem ao encontro de duas premissas dos movimentos sociais: mobilizar os indivíduos e dar visibilidade às suas ações. A visibilidade almejada pelos movimentos, além de justificar a sua causa, legitimando-a, dá subsídios para a sua atuação, possibilitando entender a visibilidade não como a premissa básica dos movimentos sociais, mas como uma forma de legitimação institucional necessária (PINTO e FOSSÁ, 2012, p. 9).

O ciberespaço constitui um ambiente propício ao midiativismo, apesar de, antes mesmo do surgimento da internet, o uso dos meios de comunicação tradicionais pela SCO também se configurar como midiativismo. Ou seja, o termo é novo, mas historicamente, como lembra Castells (2013), os movimentos sociais utilizaram-se dos instrumentos de divulgação tais como panfletos e jornais. Os movimentos no século XXI caracterizam-se pela utilização das TICs, que possibilitam atuar a partir da difusão rápida e viral de imagens e ideias (CASTELLS, 2013). As redes sociais digitais materializam mais intensamente a experiência de comunicação e mobilização. “A tecnologia e a morfologia dessas redes de comunicação dão forma ao processo de mobilização e, assim, de mudança social, ao mesmo tempo como processo e como resultado” (CASTELLS, 2013, p. 158).

Parte das estratégias de comunicação e mobilização em rede caracteriza-se como ciberativismo, que para Ugarte (2007) é uma forma de empoderamento mediado pelas tecnologias, que se realiza por meio do discurso, das ferramentas e da visibilidade, e se instrumentaliza pelo midiativismo. Na visão de Sodré (2010), o ativismo contemporâneo deve ser contemplado na perspectiva das tecnologias como dispositivos geradores de real. Alia-se participação social com interatividade midiática em uma rede técnica de ação direta, que torna a comunicação o agente produtor do acontecimento ativista, e não mais o mero produto. O autor ressalva que é preciso cautela com um recurso que, muitas vezes, transforma a discussão social e política em uma performance meramente imagística, priorizando as imagens como criadoras de cenários ilusórios, mas altamente instantâneos e persuasivos (SODRÉ, 2010).

Observa-se que as TICs ainda desafiam organizações ambientalistas na exploração dos múltiplos recursos possíveis para colocar em circulação seus discursos, informações, modos de dizer, narrativas e posicionamentos sobre os acontecimentos ambientais. E as limitações não se referem apenas a aspectos técnicos e narrativos, já que as possibilidades de interatividade, colaboração e mediação que as novas tecnologias permitem também são subutilizadas.

Assim sendo, pretende-se discutir as possibilidades do midiativismo e referenciar o arcabouço teórico daqueles que debruçam-se sobre esta temática e sobre as práticas dos movimentos sociais, ilustrando as reflexões com investigações, observações e levantamentos realizados pelas autoras no contexto das organizações ambientalistas, na tentativa de reconhecer esse fenômeno, refletir sobre ele e sugerir hipóteses. O principal critério de análise é a apropriação das TICs pelas organizações ambientalistas.

Conceito e prática midiativista

A esfera comunicacional que se cria com as mídias pós-massivas potencializa a ação política, a recriação das formas comunitárias, assim como o imaginário da comunicação livre, democrática e global (LEMOS, 2009).

Ao se explorar as possibilidades para o midiativismo em processos de comunicação ambiental engendrados por organizações ambientalistas, podemos buscar uma aproximação com as teorias do jornalismo (TRAQUINA, 2001) e, rapidamente, constatar que a organização tem autonomia nas decisões do que passa ou não nos portões que levam à visibilidade no espaço midiático, atuando como *gatekeeper*. Portanto, os acontecimentos que seleciona, assim como os ângulos de abordagem são determinados por seus valores de modo autônomo,

prevalecendo a perspectiva definida pela organização, como pressupõe a teoria organizacional. Tem liberdade de escolhas para estruturar as notícias por meio da seleção livre de pautas, fontes, enquadramentos a serem ofertados aos públicos que eleger para interagir. A própria organização é a definidora primária dos acontecimentos. No processo de automidiatização, a organização tem a liberdade que não goza quando precisa seduzir os produtores de notícias das mídias tradicionais. Trata-se de um trabalho situado na visão de mundo da organização, que caracteriza seu processo de comunicação ambiental.

Os públicos das mídias destas organizações sabem o que encontram ao procurá-las como fontes de informação: informação com opinião, posicionamento e crítica. E voltam a estes veículos, agendam-se por meio deles e acabam por replicar sentidos para seus próprios públicos nas redes sociais, gerando uma reverberação infinita, que amplia, relativiza as temáticas e, ocasionalmente, pauta os meios tradicionais comerciais. Esta capacidade de mudar o fluxo de informação a partir da capacidade autônoma de comunicação, reforçada mediante tecnologias digitais de comunicação, realça substancialmente a autonomia da sociedade com respeito aos poderes estabelecidos, diz Castells (2006, p. 231).

Apesar de todas estas possibilidades de circulação de mensagens ambientais (liberdade, aparatos técnicos, elementos simbólicos, etc.) o processo de midiaticização de algumas ONGs ambientalistas é tímido se compararmos ao midiativismo produzido por grupos como a Mídia Ninja. Obviamente este grupo social tem especificidades por colocar a mídia como elemento central de sua ação social, por isso mesmo os modos de uso das TICs são inspiradores para o midiativismo contemporâneo, daí sua contribuição para pensar possibilidades para as organizações ambientalistas.

Bottoni identificou que a Mídia Ninja provoca e cobre os acontecimentos, construindo um espaço de escuta das vozes das ruas, onde “personagens, narradores e leitores se misturam, descrevendo e transformando a realidade”. Nas palavras do próprio grupo eles “são participantes ativos dos acontecimentos”, “prezam pela instantaneidade da informação nas coberturas ao vivo”, “o Facebook é a ferramenta” escolhida para “levar a informação mais rapidamente ao público”, “as produções do grupo têm características do jornalismo móvel, com a utilização de aparelhos que permitem transmissões ao vivo, sem edição”, e sua cobertura é multimídia: utilizam de vídeo, texto e fotos (BOTTONI, 2015, p. 83 e 84).

Bottoni verificou que há oferta de espaços para que o receptor atue como ativo não só por meio de postagens de comentários, mas também de conteúdos no Facebook. O público é instigado a propor pautas e a colaborar na cobertura dos acontecimentos. O ciclo de produção da Mídia Ninja se dá com a promoção de

movimentos, convocação de pessoas, cobertura e divulgação dos eventos de modo colaborativo, apontando para práticas de webjornalismo participativo, jornalismo cívico e ciberativismo. Trata-se de um movimento em rede.

Sobre este tipo de movimento, Castells (2013) destaca o ineditismo na utilização das plataformas tecnológicas e, inclusive, a criação de mídias específicas, como se observou no movimento *Occupy* em Nova Iorque², mas que pode ser lançado para a prática das organizações ambientalistas.

Todos tiram fotos e fazem vídeos, depois carregam-nos no YouTube e nos múltiplos sites de rede social. Esse é o primeiro tipo de movimento que conta todo dia sua própria história, com suas múltiplas vozes, de um modo que transcende o tempo e o espaço, projetando-se na história e alcançando as vozes e visões globais de nosso mundo (CASTELLS, 2013, p. 137).

Os Ninjas, assim como o movimento *Occupy*, fazem uso das mídias como espaço de circulação de informação das manifestações, o que a comunicação ambiental das ONGs teria muito ainda a explorar. Isto porque observa-se que o debate público nos ambientes web das ONGs, por exemplo, carece do uso de equipamentos que permitem explorar os acontecimentos in loco, ao vivo e com imagens que explorem uma linguagem dinâmica (com uso de câmeras digitais, tablets, dispositivos disponíveis nos celulares), que podem tanto agendar diretamente seus públicos como as mídias tradicionais. Perde-se com isso a oportunidade de democratizar o debate ambiental.

Um caso que revela a exploração de aspectos multimídia na cobertura do tema ambiental é o Greenpeace Brasil. Miguel (2014) constatou, em observação sistemática no ano de 2012, a ampla alimentação dos espaços midiáticos, conteúdo autoral e utilização de diferentes mídias, mas pouca atenção aos recursos de interatividade. As atualizações nos sites e redes aconteciam mais de uma vez por dia. No portal, 40% das publicações eram multi e hiper midiáticas, trazendo texto, foto, vídeos e hiperlinks para notícias anteriores ou documentos relacionados. A campanha do Desmatamento Zero, por exemplo, foi contada por textos e notícias, vídeos, documentos, jogo virtual, depoimentos de artistas, desenhos, assim como está no calendário e na camiseta, com cada meio expondo e reiterando uma parte da problemática. Mas a participação do seguidor se restringe a assinar e replicar petições, compartilhar notícias, a partir de uma estrutura previamente concebida, que não atende à concepção de ciberativismo na web 2.0, que requer “a construção de propostas conjuntas, formas de colaborar com as informações disponibilizadas,

² Movimento de protesto contra a desigualdade econômica e social que ocorreu em 2011, no distrito financeiro de Manhattan, na cidade de Nova Iorque, Estados Unidos, e tinha como estratégia a ocupação de *Wall Street*.

nem mesmo há mediação dos debates ou respostas diretas aos questionamentos realizados nas redes e no portal” (MIGUEL, 2014, p. 200). A autora verificou *posts* na rede social Facebook que chegam a 2 mil comentários, por exemplo, e as respostas são escassas e pontuais, sem gerar debate ou captar proposituras.

Para Ugarte (2007) o nó ativista da web é um autêntico repositório de métodos de lutas individuais e coletivas, que faz uso de brincadeiras, cartazes, slogans, para divulgar e convocar seguidores para um propósito comum. Existe, nesse sentido, uma tendência comunicativa que também foi identificada por Castells na sua investigação sobre os movimentos sociais em rede. “Slogans criativos, frases de efeito, palavras significativas e expressões poéticas constituem um ecossistema de linguagem indicativo de novas subjetividades” (CASTELLS, 2013, p. 99).

Esse campo discursivo, próprio do ciberativismo, está presente nos espaços midiáticos das ONGs ambientalistas no Brasil. Em trabalhos em que as autoras deste artigo estão envolvidas, verificou-se a predominância de imagens (fotos, ilustrações, montagens com animais e paisagens) para tematizar campanhas, protestos e garantir maior engajamento às mensagens. No Facebook do Greenpeace Brasil, por exemplo, todas as publicações do ano de 2012 contavam com imagem ou vídeo, reforçando a proposta imagética (MIGUEL, 2014). No que se refere ao investimento criativo, uma das autoras observou nas campanhas do Greenpeace a utilização de slogans, expressões de caráter lúdico ou até mesmo infantil para resumir (ou simplificar) os projetos e ações, tais como ‘Desmatamento Zero Já’, ‘Assine pelo desmatamento zero’, ‘Desliga essa motosserra’, ‘Liga das Florestas’, ‘Heróis das florestas’, ‘Eu, urso polar, preciso de sua força para que minha casa fique a salvo’, ‘Junte-se a nós’, ‘Participe desse desafio’ (MIGUEL, 2014). Certamente essas estratégias de comunicação podem minimizar a complexidade das problemáticas ambientais, mas conseguem difundir a questão para públicos diversos e altamente influenciados pela multidimensionalidade das redes digitais.

Mazzarino (2014) investigou padrões de midiatização das ONGs Greenpeace Brasil, World Wide Found for Nature (WWF) no Brasil, SOS Mata Atlântica e Instituto Socioambiental e verificou que há um padrão entre as ONGs em relação à facilidade de navegabilidade, elemento dificultado apenas no site do Greenpeace quando investe em campanhas. Do mesmo modo, observou um padrão de adaptação das notícias do site para o Facebook, o que é influenciado pela característica da plataforma da rede social. Em relação à quantificação de relacionamento e aprofundamento dado às notícias, a análise demonstrou variação entre as ONGs, com a tendência a restringir-se a uma cobertura informativa. Quanto às imagens

evidenciou-se uma diversidade de tipos em uso: vídeos, ilustrações, fotografias, montagens ou mapas.

Ao comparar as mesmas ONGs quando tratam sobre a problemática das águas no Dia Mundial da Água (março), tendo como base a divulgação nos seus sites e Facebook, Mazzarino (2016) verificou que em geral as quatro ONGs publicaram de uma a duas matérias sobre água por semana. Nestas publicações, com exceção da WWF, todas exploraram o uso de imagens. Quanto às fontes ISA apresentou maior diversidade quantitativa e qualitativa. SOS e Greenpeace utilizaram-se basicamente de si mesmas como fontes e de dados ofertados por fontes oficiais. A WWF utiliza como fonte seus parceiros e a própria ONG. Em comum, todas se incluem como fontes predominantes das suas publicações. Em relação ao gênero, só a SOS não se utilizou de reportagem, o que aponta para uma midiaticização menos interessada em aprofundar a abordagem dos acontecimentos. ISA e WWF exploraram a reportagem e o gênero notícia de modo equilibrado, e o Greenpeace fez uso da reportagem apenas uma vez. Não se encontra aproximação caso se problematize se há um padrão recorrente entre as ONGs, mas evidenciou-se que se autorreferenciam como fontes e reafirmou-se o não aprofundamento da abordagem dos temas como um padrão de aproximação entre as quatro organizações estudadas.

Mazzarino (2016) avalia que a midiaticização pontual tem baixo potencial interpretativo e pouco estimula as conversas cívicas e a comunicação pública. As análises da abordagem do tema da água não demonstraram enquadramentos que dessem conta das múltiplas dimensões da problemática. Isto quando já se anunciava a crise da água em São Paulo. Não se evidenciou o interesse cidadão-comunitário, critério de noticiabilidade proposto no estudo por Mazzarino, o qual se refere a pautas atreladas às demandas sociais e que coloquem o cidadão como corresponsável pelas questões em debate. A comparação com as mídias comerciais mostrou que a prática das ONGs se aproxima neste sentido, assim como na preferência por poucas fontes e geralmente oficiais, o que no caso das ONGs são elas mesmas. Como as notícias não ofertam informações suficientes para um debate público, a autora concluiu que as ONGs não se colocam como agentes de construção do capital comunicacional socioambiental, mas restringem-se ao papel de mediadores da informação ambiental.

Para aproximar o cidadão do debate ambiental seria necessário qualificar o processo de midiaticização com a inclusão de alguns elementos: ampliação de temas e das suas dimensões no que se refere aos enquadramentos; justapor informações de diferentes fontes e veículos, constituindo-se em um banco de dados sobre os temas e, para isto, fazendo uso de links e instrumentos multimídia; explorar possibilidades de interatividade; fazer uso de pesquisa e

investigação a fim de contextualizar, relacionar e explicar o acontecimento; dispor de tempo para cobertura aprofundada; buscar compreender demandas de informação dos públicos de modo a atendê-las; explorar a atualização constante (MAZZARINO, 2016, p. 87).

Outros estudos das autoras deste artigo apontam que as ONGs tendem a uma cobertura fortemente institucionalizada, sem inovações, pouco interativa e que acompanha, muitas vezes, a agenda da mídia convencional. Miguel e Mazzarino (2015) analisaram como as ONGs ambientalistas Greenpeace Brasil, WWF Brasil, Fundação SOS Mata Atlântica e Instituto Socioambiental midiaticizaram a crise da água em São Paulo em suas *fanpages*. “As ONGs mantêm um padrão de critérios de noticiabilidade representado predominantemente pela oferta de postagens sobre ações institucionais (campanhas, datas comemorativas, eventos, mobilizações e protestos) e legislações” (MIGUEL e MAZZARINO, 2015, p. 14). O assunto emerge a medida que surge de fato no cotidiano, onde a mídia massiva, muitas vezes, já entrevi, sem uma abordagem proativa. E recorrem ao interagendamento e compartilhamento de conteúdos entre elas.

No caso de organizações com atuações mais locais, os recursos são ainda menos explorados. Em recente pesquisa com esse escopo, realizado por Miguel e Vilar (2016), notou-se que as organizações Ecoa e Instituto SOS Pantanal, com respectivamente 30 e 7 anos de atuação na região do Pantanal e com profissionais contratados para a comunicação, não chegaram a publicar 20% de conteúdo próprio em suas *fanpages* durante o ano de 2015. Se restringem a compartilhar e editar conteúdo de terceiros, com um engajamento pífio: menos de um comentário por *post*. As publicações obedecem a trama convencional de foto e texto. As autoras sugerem que elas devem fomentar a interação com o público,

[...] não com o objetivo da mera popularidade, mas para estabelecer uma relação mais próxima com os públicos, no sentido dos laços associativos, para gerar interesse pela questão ambiental, conseguir mais apoiadores, voluntários e se legitimar no movimento ambiental (MIGUEL e VILAR, 2016, p. 14).

Portanto, percebe-se que a web oferece possibilidades nem sempre exploradas para a efetiva reconfiguração da paisagem comunicacional, como novo formato de consumo, produção e circulação que permitem a colaboração de conteúdos e pessoas (LE MOS, 2009). Isso quando o ciberespaço aparece como um lugar de ligações rápidas e fáceis (MUSSO, 2006), possibilitando trocas e encontros, um possível lugar de fortalecimento do corpo social (DI FELICE; TORRES; YANAZE, 2012), de comunicação e formatação reticular (MUSSO, 2006), ligando órgãos governamentais, ONGs e sujeitos que estejam disponíveis e dispostos à interação.

Nesta nova esfera conversacional, os instrumentos de comunicação desempenham funções pós-massivas por não terem controle nem do emissor, nem do Estado, e sim conexão mundial e distribuição livre. A própria internet “[...] como arranjo comunicacional de redes digitais, tem uma arquitetura lógica propensa às práticas sociais de desintermediação” (SILVEIRA, 2009, p. 70). Talvez por isso Lemos (2009) entenda que a esfera comunicacional que se cria com as mídias pós-massivas potencializa a ação política, a recriação das formas comunitárias, assim como o imaginário da comunicação livre, democrática e global. As mídias pós-massivas têm enfatizado seu potencial para a comunicação, o diálogo e a conversação, o que requer que haja troca, oportunizando que se repense a “posição do usuário como mero consumidor-espectador”. Ainda para o autor, “a conversa se dá na própria ação midiática, nos espaços eletrônicos do ciberespaço”, ampliando o capital social (LEMOS, 2009, p. 27).

Também Silveira (2009, p. 82) defende “a tendência da rede tem sido a de ampliar o debate e não o contrário”. O autor percebe que com as redes sociais os cidadãos vivenciam uma oportunidade única de produzir, compartilhar e trocar conteúdos. Indivíduos e coletivos podem obter mais atenção que as grandes corporações de mídia sem ter que passar por elas, diz Silveira (2009). Referindo-se a esta autonomia midiática, Castells (2013) cria o conceito de autocomunicação de massa. De massa por processar informações de muitos para muitos e alcançar multiplicidade de receptores, mas de maneira individualizada, horizontal e difícil de ser controlada por governos e empresas, além de multimodal e com possibilidade de ser remixada, reelaborada, reinventada. “A autocomunicação de massa fornece a plataforma tecnológica para a construção da autonomia do ator social, seja ele individual ou coletivo, em relação às instituições da sociedade” (CASTELLS, 2013, p. 12).

Portanto, as mídias pós-massivas permitem a interação mútua, dinâmicas contínuas e contextualizadas pelos agentes envolvidos, mas não limitadas a possibilidades técnicas.

[...] caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada integrante participa da construção inventiva e cooperada do relacionamento, afetando-o mutuamente [...] As interações mútuas apresentam uma processualidade que se caracteriza pela interconexão dos subsistemas envolvidos [...] (PRIMO, 2011, p. 57 e 101).

Com o uso das mídias pós-massivas, as organizações ambientalistas estariam proporcionando o surgimento de sociabilidades mediadas pelo interesse ambiental. O que não ocorre quando os espaços de mediação estão fechados, por se restringir o uso de suas mídias a informar de modo ainda tradicional, semelhante

ao que as mídias comerciais fazem, com mecanismos limitados de interação. Com isso, reduzem-se as alternativas de construção de sociabilidades, mediadas por interesses ambientais. Não se trata aqui de uma visão ingênua ou unilateral das tecnologias e, especialmente, do ciberespaço, mas de reconhecer que apresentam sim alternativas aos controles midiáticos, propostas de autonomização do sujeito comunicativo, espaços para a sociedade civil expandir a visibilidade de suas causas e reivindicações e estabelecer novas formas de atuação. Mas também podem favorecer anonimatos e impunidades, desafiar a privacidade, estimular o individualismo e ficar restritas aos que têm acesso e habilidade para lidar com o emaranhado de ferramentas.

As possibilidades de mobilizar

As mídias usadas pela sociedade civil organizada podem realizar, de modo mais radical, o papel dado à mídia em geral na vida contemporânea. Isto porque, como explica Rudiger (2011), as tecnologias de informação são parte do contexto histórico em meio ao qual a vida se articula. Neste sentido, Orozco Gómez (2006) refere-se à existência de ecossistemas comunicativos complexos, formados por velhos e novos meios, que coexistem, conformando ou não convergências. Para Rudiger (2011, p. 25) “cada meio estimula uma forma de relação social: a mutação oriunda dos meios digitais nos conduz para uma época menos padronizada e mais democrática”, permitindo maior engajamento na vida pública. No entanto, o autor problematiza a visão romântica diante das tecnologias ao citar Stallabras, o qual sugere que diante da abundância de informações e da falta de tempo celebra-se o “potencial emancipatório do pensamento fragmentado, das experiências hipertextuais e do emprego meramente tático da mídia em meio a situações meramente transitórias” (RUDIGER, 2011, p. 38). Mesmo assim, Rudiger sugere que a cibercultura revela o potencial revolucionário das tecnologias na vida cotidiana, quando os aparatos podem ser usados para as pessoas se inserirem no movimento político e social mundial e local.

Para Maia, Marques e Mendonça (2008) a comunicação mediada por computador cria condições para interações comunicativas mais densas e complexas em escala transnacional, possibilita a participação dos cidadãos e a exposição de suas ideias, pluralizando o debate público, transformando as interações corriqueiras em poder comunicativo, capaz de alterar os padrões interpretativos vigentes e influenciar nas decisões, podendo, assim, gerar efeitos democráticos na sociedade civil e no sistema político. Também Martin-Barbero (2006, p. 70) pensa que as tecnologias são “constitutivas de novos modos de construir opinião pública e das

novas formas de cidadania, isto é, das novas condições em que se diz e se faz política". Esse novo ambiente pode escapar ao controle estatal e desafia as elites (jornalistas, políticos, acadêmicos, etc.), pois dá mais espaço ao público, como um ator que pode ser e estar mais ativo na construção de significado social e político, colocando a mídia como espaço de realização de processos de comunicação política (CARDOSO, 2007).

Ao contrário da mídia tradicional, a rede pode ser vista como um território informativo aberto e "imoral", um espaço de inovação e expressão. Essa "periferia", esse novo lugar fora dos "muros da cidade", é um espaço que pode ser usado para questionar as instituições (DI FELICE; TORRES; YANAZE, 2012). Deste modo, as mídias usadas pela sociedade civil organizada podem realizar de modo mais radical o papel dado à mídia em geral na vida contemporânea: ser ator e protagonista dos processos de formação de opinião. Di Felice escreve que a mídia e as redes podem atrair a atenção sobre temáticas e eventos, "[...] sendo, concomitantemente, caixa de ressonância e articuladora de conteúdos" (DI FELICE, 2008, p. 31). A ressonância e a capacidade de articulação podem ser úteis e vantajosas em casos que envolvem e necessitem de engajamento e de participação do social. A rede, por ser multifacetada e comportar as mais diferentes e numerosas ligações, amplia o universo de possibilidades e o número de pessoas atingidas, potencialmente ressignificadoras de suas pautas.

Neste sentido, a estreita relação entre a cultura comunicativa digital e a difusão contemporânea de uma sensibilidade ecológica generalizada é identificada por Di Felice, Torres e Yanaze (2012). Para os autores, esta sensibilidade se expandirá caso se explorem as possibilidades de horizontalidade de informação nos espaços pós-massivos, com oportunidades democráticas de desenvolvimento de capital social.

Ao referir sobre a interrelação entre comunicação e capital social, Matos (2009, p. 28) cunha o conceito de capital comunicacional, definido como "o potencial intersubjetivo de intercompreensão e negociação recíproca de entendimentos e pontos de vista diante de uma situação que exija a ação coordenada para a solução de impasses e problemas". A partir de Matos, Mazzarino (2012) propõe que o capital comunicacional construído a por meio de conversações cívicas sobre problemas socioambientais determina um tipo específico de capital comunicacional, o socioambiental. Para a autora, uma organização da sociedade civil, quando assume a função pública voltada para o bem comum da sociedade e usa suas mídias para estimular a participação cidadã de seus receptores, com aprofundamento na cobertura dos temas socioambientais, potencializa a construção do capital comunicacional socioambiental, o que requer a

abordagem dos temas ambientais em sua complexidade, com enquadramentos que fujam da mesmice e com narrativas recriadas por um observador-comunicador que se situe como cidadão implicado no acontecimento, por meio de uma cobertura interpretativa. Para a autora,

O debate sobre os temas socioambientais tem a força de poder desencadear a criação de capital social pela natureza da sua problemática: atinge a todos os cidadãos de forma global. O debate público em torno desses temas pode gerar: a partilha de valores relativos à cidadania ambiental, a percepção da interdependência entre todas as formas de vida, a formação de laços de pertencimento entre as pessoas e entre elas e o meio, a criação de objetivos comuns para melhoria das condições socioambientais (MAZZARINO, 2012, p. 92).

Mas, além de aspectos políticos, relativos à cidadania, a cultura da mídia oferece material para a fantasia e o sonho, modelando pensamentos, comportamentos e identidades (KELLNER, 2006, p. 119). A cultura da mídia com seus modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e conduta, problematizados por Kellner, são incorporados por organizações como o Greenpeace Brasil que fazem uso de imagens atraentes, produtos diferenciados, personagens reconhecidos, celebridades do mundo do cinema e da televisão buscando gerar o interesse necessário para o cidadão acompanhar a problemática e dar o seu respaldo. Em uma das campanhas contra as alterações do Código Florestal, “Desliga essa Motosserra”, a ONG contratou personalidades como Rodrigo Santoro, Regina Casé e Marcos Palmeira. Além disso, incentivou os internautas a enviarem as fotos com o *avatar* da Campanha para serem disponibilizadas na rede social Facebook, permitindo que integrassem a cultura da mídia (MIGUEL, 2013). Outro exemplo de narrativas criativas, concatenadas à cultura da mídia e que estabelecem relação direta com o cotidiano e o interesse do público foi a campanha internacional “Chega de vítimas da moda”, desenvolvida pelo Greenpeace Brasil em 2013, a partir de uma investigação que encontrou produtos químicos nocivos em marcas de moda. Por ser a maior varejista de moda do mundo e ter registrado resultados mais críticos, a Zara foi o alvo na campanha “Detox Zara”, que em cinco dias conseguiu quase 400 mil assinaturas, fazendo a empresa se manifestar oficialmente e aderir às diretrizes da moda limpa, sob a chancela “Zara aceita lavar roupa suja”. A campanha fez uso de vídeos, ensaios fotográficos, petições, hotspots e infográficos, com uma linguagem persuasiva e imagens atuando como um simulacro das publicidades de moda. As fotos mostravam modelos esqueléticas, corpos esguios, vestuários conceituados, seguindo o padrão glamoroso do mundo da moda para fazer as denúncias (MIGUEL, 2013).

Portanto, por meio de suas múltiplas afetações sociais, políticas, éticas, estéticas e econômicas, a internet é um espaço social amplo e diversificado como escreve Castells.

A era da informação é nossa era. É um período histórico caracterizado por uma revolução tecnológica centrada nas tecnologias de informação e comunicação, concomitantemente, mas não causadora, com a emergência de uma estrutura social em rede, em todos os âmbitos da atividade humana, e com a interdependência global desta atividade. É um processo de transformação multidimensional que é ao mesmo tempo incluyente e excluyente em função dos valores e interesses dominantes em cada processo, em cada país e em cada organização social (CASTELLS, 2006, p. 225).

Certo é que a comunicação exerce um papel basilar na atuação de movimentos sociais, especialmente no caso daqueles que focam a questão ambiental. No caso das ONGs ambientalistas evidencia-se que souberam adentrar no ciberespaço, mas subutilizam seus recursos. As estratégias oferecidas pelo midiativismo poderiam ser estrategicamente exploradas. As organizações contam com espaços midiáticos, profissionais da área, estabelecem seus próprios critérios de noticiabilidade, têm a oportunidade de interagir diretamente com seus públicos e fomentar uma sociabilidade pautada por interesses socioambientais, mas persistem em práticas comunicativas convencionais, que negligenciam recursos de interatividade e colaboração, os quais podem não só estreitar laços com colaboradores, como ampliar e democratizar o debate ambiental. Estudos de Peres e Cortez (2009), Rodrigues e Sinval (2011), Cortez e Roque (2012), Barreto (2008), Cunha (2006), entre outros, apontam limitações das organizações ambientalistas no uso das mídias.

Cardoso (2007, p. 325) percebe que o acesso às novas mídias pelos movimentos sociais possibilita fazer chegar suas propostas “às populações ou recriar novas ligações com os espaços simbólicos tradicionais de mediação da cidadania”. Além disso, a internet possibilita obtenção de apoio, organização de protestos e mobilizações, assim como obtenção de informação. O autor ressalta, no entanto, que a ação e seu objetivo têm que atingir o público, mas também a agenda política. Também Pinto e Fossá (2012), Santos e Aguiar (2012 a e 2012b), Mascarenhas, Azevedo e Tavares (2009) ressaltam possibilidades a serem exploradas estrategicamente na apropriação das TICs pelas organizações ambientalistas.

As mídias do Greenpeace, por exemplo, conseguem atender à dinâmica da cibercultura com mais habilidade, apostam em diferentes linguagens, referências culturais, petições para cobranças políticas e jurídicas, mas mantêm uma estrutura

vertical que vai de encontro às propostas participativas de construção colaborativa. No geral, as ONGs observadas pelas autoras em suas pesquisas nos últimos 10 anos não são proativas, não antecipam problemas, não fundam o acontecimento ativista, não fazem coberturas em tempo real e não são colaborativas. Deste modo, reproduzem, na maior parte das vezes, o modelo convencional de texto e fotos.

Os movimentos complexos, contraditórios, intensos e multilíneares que significam o uso das tecnologias de informação e comunicação da sociedade contemporânea, com as novidades que surgem a cada momento, não nos deixam arriscar conclusões, sob o risco de logo ficarem anacrônicas. Mas entende-se que movimentos em rede devem se apropriar de modo mais empoderado das mídias para garantir a mudança social e a transformação cultural, participando do fenômeno ciber/midiativista enquanto ele se desenrola. Não há como negligenciá-lo.

Referências

BARRETO, Bruno Augusto A. Política nuclear brasileira: o papel das ONGs WWF e *Greenpeace* na questão energética. In: **XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 2008, Natal. **Anais...** Natal: UFRN, 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0555-1.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2014.

BOTTONI, Bárbara Delavald. **Mídia Ninja e os processos produtivos: jornalismo ou ativismo?**. Monografia (Graduação) – Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, Centro Universitário UNIVATES, Lajeado, 19 de março de 2015. Disponível em: <<https://www.univates.br/bdu/handle/10737/684>>. Acesso em: 19 abr. 2016.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CASTELLS, Manuel. Inovação, liberdade e poder na era da informação. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 225-232.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança** – movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013.

CORTEZ, Glauco Rodrigues; ROQUE, Maura Voltarelli. As fontes de informação na comunicação das ONGs ambientalistas. **Revista Lumina, Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação**, Universidade Federal de Juiz de Fora/UFJF, v.6, n. 01, jun. 2012.

CUNHA, Magda. Fatos rompem a moldura dos meios e valorizam papel do Jornalismo. **UNIrevista**, São Paulo, v. 1, n. 3, 2006.

DI FELICE, Massimo; TORRES, Julliana C.; YANAZE, Leandro K. H. **Redes Digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação**. São Paulo: Annablume, 2012.

DI FELICE, Massimo. Das tecnologias da democracia para as tecnologias da colaboração. In: DI FELICE, Massimo. **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008, pp. 17-62.

FREIRE FILHO, João. Moda, estilo de vida e distinção social: quando o brega vira fashion. In: VILLAÇA, Nízia; CASTILHO, Kathia (Orgs.). **Plugados na moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006, pp. 31-41.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

_____. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GÓMEZ, Guilherme Orozco. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 81-98.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade Midiatizada**. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 119-140.

LEFF, Enrique. **Saber ambiental**: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder. Petrópolis: Vozes, 1991.

LEMOES, André. Prefácio: Nova esfera conversacional. In: MARQUES, Ângela; COSTA, Caio Túlio; COSTA, Carlos; COELHO, Cláudio Novaes Pinto; KÜNSCH, Dimas; BUITONI, Dulcília et al. (Orgs.). **Esfera pública, Redes e Jornalismo**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009, pp. 9-31.

MAIA, Rousiley C. M.; MARQUES, Ângela C. S.; MENDONÇA, Ricardo Fabrino. Interações mediadas e deliberação pública: a articulação entre arenas discursivas. In: PRIMO, Alex et al. (Orgs.). **Comunicação e interações**. Porto Alegre: Sulina, 2008, pp. 93-110.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 51-81.

MASCARENHAS, Alan; AZEVEDO, Ana P.; TAVARES, Olga. Ciberativismo: mídias digitais e o ativismo ambiental na rede. In: **XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Universidade Positivo, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2234-1.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2014.

MATOS, Heloiza. **Capital social e comunicação**: interfaces e articulações. São Paulo: Summus, 2009.

MAZZARINO, Jane Marcia. O campo e a construção do capital comunicacional socioambiental. **Revista de Ciências Ambientais - UnilaSalle**, vol. 6, n. 2, 2012. Disponível em: <<http://www.revistas.unilasalle.edu.br/index.php/Rbca/article/view/419/765>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

MAZZARINO, Jane. Midiatização de notícias nas mídias de ONGs ambientalistas no espaço virtual. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0349-1.pdf>> Acesso em: 5 ago. 2016.

MAZZARINO, Jane Marcia. Capital comunicacional socioambiental e educomunicação na midiatização de organizações da sociedade civil: aproximações entre si e com o campo jornalístico. **Revista de Ciências Ambientais - UnilaSalle**, vol. 10, 2016, pp. 75-89.

MELUCCI, Alberto. **A invenção do presente**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

_____. **O jogo do eu**: a mudança de si em uma sociedade global. Editora Feltrinelli. 2. ed. 1992.

MIGUEL, Katarini G. **Pensar a cibercultura ambientalista**: comunicação, mobilização e as estratégias discursivas do Greenpeace Brasil. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, 2014.

_____. O discurso ambientalista pelas vítimas da moda. In: GONÇALVES, Elizabeth M. (Org.) **Práticas Comunicacionais: Sujeitos em (re) ação**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodistas de São Paulo, 2013, pp. 179-198.

MIGUEL, Katarini G; MAZZARINO, Jane Marcia. A crise da água no Facebook: estudo comparativo da comunicação em rede das ONGs ambientalistas. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/busca.htm?query=KATARINI>>. Acesso em: 4 ago. 2016.

MIGUEL, Katarini G; VILAR, Camila. A comunicação ambiental em MS: estudo das possibilidades informativas das ONGs Ecoa e SOS Pantanal. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2016, Goiânia. **Anais...** Goiânia, 2016.

MUSSO, Pierre. Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, pp. 191-224.

PERES, Vanessa B.; CORTEZ, Glauco R. Jornalismo opinativo e informativo nas ONGs ambientalistas: um estudo sob a ótica do espaço mediador cultural. In: **XXXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba: Universidade Positivo, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2824-1.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2014.

PINTO, Rafaela C.; FOSSÁ, Maria Ivete T. Estratégias ativistas do Greenpeace para inclusão e ampliação da visibilidade e da discutibilidade da temática ambiental na esfera pública. In: XI Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación – ALAIC, 2012, Montevideo. **Anais Eletrônicos...** Montevideo, 2012. Disponível em: http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/gt8_caetano_rafaela_0.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2014.

PINTO, Rafaela C.; FOSSÁ, Maria Ivete T. Estratégias ativistas do *Greenpeace* para inclusão e ampliação da visibilidade e da discutibilidade da temática ambiental na esfera pública. In: **XI Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación – ALAIC**, 2012, Montevideo. **Anais...** Montevideo: 2012. Disponível em: http://alaic2012.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/gt8_caetano_rafaela_0.pdf. Acesso em: 05 nov. 2014.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RODRIGUES, Abiglacy; SINVAL, Julianna F. Moura. Ciberativismo: A extensão da militância no espaço virtual. In: **XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 2011, Recife. **Anais...** Recife: UNICAP, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1016-1.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2014.

RUDIGER, Francisco. **A reflexão teórica em cibercultura e a atualidade da polêmica sobre a cultura de massa**. São Paulo: Matrizes, 2011. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/1430/143022280003/>>. Acesso em: 10 mai. 2016.

SANTOS, Iago de S.; AGUIAR, Sonia. Legado e visibilidade na Rede de ONGs da Mata Atlântica. In: **XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 2012,

Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: UNIFOR, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1559-1.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2014.

SANTOS, Sóstina S.; AGUIAR, Sonia. Estratégias de visibilidade e interação das redes ASA e GTA nas mídias sócias. In: **XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, 2012, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: UNIFOR, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-1108-1.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2014.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Esfera pública interconectada, blogosfera e redes sociais. In: MARQUES, Ângela; COSTA, Caio Túlio; COSTA, Carlos; COELHO, Cláudio Novaes Pinto; KÜNSCH, Dimas; BUITONI, Dulcília et al. (Orgs.). **Esfera pública, Redes e Jornalismo**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009, pp. 70-89.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: Uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

TOURAINE, Alain. **Crítica da modernidade**. Lisboa: Piaget, 1992.

TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo no Século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

UGARTE, Davi. **El poder de las redes**. Madrid: Biblioteca de las Indias Electrónicas, 2007.

VIOLA, E.J. LEIS, H.R. O ambientalismo multissetorial no Brasil para além da Rio-92: o desafio de uma estratégia globalista viável. In: **Meio Ambiente, desenvolvimento e cidadania**: desafios para as ciências sociais. São Paulo, Florianópolis: Cortez; UFSC, 1995.

Pagando Para Vencer: Cultura, Agência e Bens Virtuais em Video Games

Paying To Win: Culture, Agency and Virtual Goods in Video Games

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

THIAGO FALCÃO

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor Adjunto do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Coordenador do Laboratório de Pesquisa em Estética e Entretenimento Digital da UFMA e do Grupo de Pesquisa em Games da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - INTERCOM. Brasil. E-mail: falc4o@gmail.com

DANIEL MARQUES

Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor assistente do CECULT - Centro de Cultura, Linguagem e Tecnologias Aplicadas na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. Pesquisador no Lab404/UFBA. Brasil. E-mail: danielmarquescontato@gmail.com

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

FALCÃO, Thiago; MARQUES, Daniel. PAGANDO PARA VENCER: Cultura, agência e bens virtuais em video games. Contracampo, Niterói, v. 36, n. 02, pp. 133-156, ago. 2017/out. 2017.

Enviado em 28 de maio de 2017 / Aceito em 16 de julho de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.1032>

Resumo

Este artigo centra seu argumento em um entendimento do processo de consumo, na cultura contemporânea, através da noção de pastiche de Fredric Jameson. O intuito é discutir de que forma dinâmicas de produção industrial de bens simbólicos foram responsáveis por produtos cujo intuito não jaz necessariamente em uma diferenciação identitária, mas em seguir uma estratégia de criação de réplicas de todo um contexto simbólico pré-estabelecido. A partir daí, buscamos discutir de que forma as redes sociotécnicas no jogo *Hearthstone* são o resultado desta condição cultural necessariamente contemporânea que enseja princípios de *design* que não apenas capacitam ações dentro do jogo, mas que agenciam complexos processos de aquisição e comércio de bens virtuais.

Palavras-chave

Games; Consumo; Bens Virtuais; Hearthstone.

Abstract

This article's understanding of the consumption process in contemporary culture dialogues with Fredric Jameson's postmodernist notion of pastiche. Its intent here is to help enlighten how the production of symbolic goods in the context of the Cultural Industry fomented the creation of objects whose sole purpose lies in the referencing or allusion of pre-established symbolic contexts. That said, we sought to discuss how societal networks in the videogame *Hearthstone* are the result of this contemporary cultural condition that gives rise to design principles that not only enable in-game action but that ensue complex virtual goods acquisition and trade processes.

Keywords

Games; Consumption; Virtual Goods; Hearthstone

Introdução

As últimas duas décadas serviram de arena para uma transformação crucial na experiência social contemporânea: da política ao lazer, a cultura digital firmou-se como um dos fenômenos mais relevantes na história recente. Esse contexto que, em sua raiz, concebe um processo de interdependência entre indivíduo e técnica, é certamente muito relevante na relação que se desenha entre as dinâmicas de consumo e o composto midiático na cultura contemporânea. “Não há uma razão hoje para excluir a mídia dos estudos de consumo”, afirmava Jansson (2002, p. 6) há pouco mais de uma década, “[n]em parece haver nenhuma razão evidente para tratar o consumo de mídia como um caso distinto”¹. Nesse sentido, é fundamental reconhecer, descrever e analisar os processos de imbricamento dos dispositivos técnicos de comunicação – bem como suas lógicas próprias de funcionamento – nas redes de consumo dos diversos produtos culturais midiáticos.

O presente artigo empreende, assim, uma investigação no sentido de endereçar este cenário. Tomamos como ponto de partida a discussão acerca da noção de pastiche (JAMESON, 1991), fundamental para a compreensão dos fluxos de consumo na cultura das mídias. Daí desenvolve-se um esforço para caracterizar o contexto no qual surge o objeto de análise desse texto: a emergência do mundo ficcional lúdico de *Warcraft*, suas perspectivas de consumo e a ideia da composição do texto grosso a partir de múltiplas intertextualidades.

Tomando este universo como pano de fundo, o artigo avança na descrição e análise de seu objeto empírico, a rede de consumo que emerge do *card game Hearthstone* (Blizzard Entertainment, 2012). Esse esforço possui como inspiração metodológica a Teoria do Ator-Rede (LATOUR, 2005), no sentido em que esta descreve as relações de agência e ação entre os elementos que compõem, em si, a rede. A partir deste mapeamento, o texto se debruça sobre a caracterização dos modos de jogo enquanto ambientes de consumo, tendo como foco principal a análise de alguns possíveis fluxos desvelados na observação da rede e de seus atores. Dessa forma este artigo contribui para o entendimento das estratégias de consumo e circulação de bens virtuais no contexto dos jogos digitais, atentando para as particularidades que estes mobilizam.

1. Uma Face do Prisma: Pastiche como Consumo

¹ Tradução dos autores: “*There is no reason today to exclude the media from consumption studies. Nor is there any self-evident reason to treat media consumption as a separate case.*”.

A questão central que move este texto se posiciona sobre o entendimento de que os estudos em mídia e consumo se confundem, em certo sentido: se em um momento da história o fenômeno do consumo era centrado em uma dinâmica de acumulação de bens materiais, temos testemunhado uma transição que posiciona a acumulação de bens em formas crescentemente informacionais. De canções a *softwares*, passando por filmes e séries, a sociedade abre mão, a cada dia, do fetiche da posse pelo acesso a serviços que nos liberam do acúmulo material.

Jameson (1991) foi um dos primeiros pensadores a apontarem que a travessia da humanidade pelo século XX foi marcada por transições de ordem quintessencial. Em seu tratado sobre o pós-modernismo, o crítico marxista firma seu entendimento de que o cenário sociocultural dos últimos oitenta anos se estrutura, de forma crescente, como uma resposta à emergência de um *modo de produção cultural*. A proposição implica em uma aceção do processo de produção de bens simbólicos como se resultado de linha de produção em série, na qual a própria noção de autoria é relegada à ideia de pastiche – uma paródia sem graça, imbuída de um sentido de nostalgia – graças a uma atenuação da noção de individualidade (JAMESON, 1998).

Um dos principais argumentos de Jameson (1991) é que o pós-modernismo, um fenômeno sociocultural que data da segunda parte do século XX, é marcado por duas posições distintas acerca do contexto ao qual buscava responder. A (1) primeira delas referencia uma série de “altos modernismos”, e considera o pós-modernismo como um movimento de resposta às hegemonias estéticas encontradas no começo do século. Jameson (1998) argumenta que encontraremos tantos pós-modernismos quanto os modernismos aos quais aqueles se afirmam em resposta, e assume que este estado da discussão não necessariamente facilita a definição do fenômeno: “a unidade deste novo impulso – se ele possui uma – é dada não em si, mas no modernismo que ele busca deslocar” (1998, p. 2).

A (2) segunda característica diz respeito à erosão de fronteiras previamente importantes para as diversas instituições sociais. Na mesma toada em que se testemunha uma implosão das dicotomias modernas, e aqui nos alinhamos ao pensamento do antropólogo francês Bruno Latour (2005), que discute estas narrativas de *purificação* da modernidade de forma recorrente, pode-se perceber um desaparecimento da distinção entre alta cultura e cultura de massa. Este movimento acadêmico de abertura, para Jameson (1998) remete à apropriação, por parte da indústria cultural, não apenas de textos clássicos, mas também de uma estética *pulp*, saída de *paperbacks* de ficção científica e horror e de *outdoors* e *displays* em neon. “Estas obras não ‘citam’ estes textos” (...); elas os incorporam,

ao ponto em que a linha entre alta arte e formas comerciais parece crescentemente difícil de desenhar (JAMESON, 1998, p. 2).

Dentro desta discussão acerca da relação entre pós-modernismo e consumo, cabe sublinhar a noção de *pastiche* (JAMESON, 1998), mencionada anteriormente. Uma das críticas centrais do argumento de Jameson jaz no fato de que, para ele, a grande relação de autoria desapareceu do espectro midiático. Ao invés de grandes autores – e aqui buscamos um entendimento da noção de autor que atravesse os *media* como um todo – que podem ser reconhecidos por marcas estilísticas específicas, o pós-modernismo oferece um contexto no qual a figura do autor perde importância, assinalando uma hegemonia de modelos, e não de estilo. Estabelece-se, assim, uma relação com a ideia de que experimentamos a “morte do sujeito” (BARTHES, 1968), que deve ser entendida, neste caso, com o fato de que “a estética modernista é, de alguma forma, ligada ao conceito de um único sujeito, (...) uma personalidade e individualidade únicas” (JAMESON, 1998, p. 6), e que na era do capitalismo corporativo, o “velho sujeito individual burguês não mais existe” (JAMESON, 1998, p. 6).

O *pastiche*, então, surge dentro deste contexto no qual subsiste uma atenuação das relações de autoria em detrimento da imitação. Jameson (1998) explica que o *pastiche* – assim como a paródia – pressupõe imitação; contudo, enquanto a paródia possui um sentido humorístico, que de alguma forma ridiculariza o original, *capitalizando em sua idiosincrasia*, o *pastiche* consiste basicamente em “vestir a máscara estilística (...) sem o motivo ulterior da paródia, sem o impulso satírico” (p. 6). A proliferação da forma, assim, se torna um exercício ignorante de réplica, da forma pela forma.

André Jansson (2002) problematizou esta questão de forma muito eficaz, assumindo que os estudos acerca da cultura das mídias e das dinâmicas do consumo na contemporaneidade ocupam duas áreas distintas quando não deveriam fazê-lo: é mais viável discutir o movimento de criação e composição de uma *cultura da imagem* do que a separação de contextos tão intimamente relacionados como são mídia e consumo. A questão que jaz neste entendimento é herdeira do pensamento de Jameson (1991), e se baseia em um alicerce relevante: a produção industrial de bens reforça, cada vez mais, necessidades que são simbólicas, ao invés de funcionais, utilitaristas. Estas necessidades estão fortemente associadas à noção de *pastiche* e de um desaparecimento do sujeito e da autoria modernista – e, sobretudo, à ideia de que a forma é replicada apenas como retórica simbólica, como estratégia de identificação. Considerando a relação entre as indústrias da mídia e do entretenimento infantil, Hjarvard (2013) oferece uma leitura histórica particularmente relevante: em seu tratado acerca da noção de *midiatização* – um

fenômeno através do qual, grosso modo, bens simbólicos e culturais se imbricam a infraestruturas sociotécnicas de forma a transformá-las, passando a compô-las –, o pensador dinamarquês elabora uma cuidadosa análise do contexto midiático acerca do lazer infantil. Para Hjarvard (2013), apenas a partir da década de 1980, e devido à falta de regulamentação para programas infantis nos Estados Unidos, as atividades lúdicas da infância se tornaram imbricadas aos mundos ficcionais da mídia.

Não é o caso, naturalmente, de desconsiderar a existência de narrativas em brincadeiras ou no imaginário infantil, e sim de reconhecer que um cenário no qual brincadeiras consistiam em emular comportamentos adultos deu lugar a mundos ficcionais televisionados. A questão, para Hjarvard (2013), é a que compreendamos que estes produtos midiáticos não *deram origem* aos brinquedos que substituíram caminhões e carrinhos, mas sim o contrário: as animações funcionavam como produtos que tinham como intuito a persuasão característica do discurso publicitário.

Paralelamente, a década de 1980 introduziu os mundos ficcionais gráficos aos jogos eletrônicos. Aos *video games* não era estranho o sucesso, contudo: já desde a década de 1970 estes artefatos batiam recordes de venda (SOARES, 2016) e eram nacionalmente famosos nos EUA. Neste momento em específico, a condição de *hardware* em consoles de *video games* não era ideal para que ilustrações fossem de alta fidelidade, e os primeiros jogos que contavam histórias complexas, para além de um argumento simples como “dirija seu carro até a linha de chegada”, continham gráficos em *pixel* que acabaram por se tornar marca temporal, em mais uma alusão à noção de nostalgia de Jameson (1998).

O fato que nos interessa diz respeito aos *games* que, mesmo em um momento tão incipiente de sua história, já apresentavam rastros de que sua construção permitia uma experiência multimidiática. A principal forma através da qual isto se manifestava nos títulos do fim da década de 1980 e início dos 1990 era através de complexas histórias (AARSETH, 1997), inspiradas em um contato com inúmeros contextos subculturais (SOARES, 2016) dos anos 1960, 1970 e 1980, e que viria a alicerçar a experiência narrativa dos jogos eletrônicos como hoje conhecemos.

2. Mundos Ficcionais Lúdicos, *Warcraft* e *Hearthstone*

Para chegar a *Hearthstone* – objeto da análise deste artigo – há a necessidade de uma breve digressão sobre a história da franquia administrada pela Blizzard. O caminho que nos traz até a experiência do *card game* atravessa,

primeiramente, *World of Warcraft* (WoW) (Blizzard Entertainment, 2004), um MMORPG² cujo mundo ficcional data do início da década de 1990. Em 1994 a Blizzard inaugurou a franquia (FIG. 01) ao lançar o jogo *Warcraft: Orcs and Humans*. *Warcraft I*, como é conhecido, empregava um gênero de jogabilidade muito importante durante a década de 1990, o *real-time strategy* (RTS)³.



FIGURA 1 - Jogos principais que compõem a franquia Warcraft

FONTE: www.blizzard.com

A forma como a franquia de *Warcraft* se estrutura é sintomática da questão acerca do consumo e da produção no pós-modernismo levantada anteriormente: jogo após jogo, independente de seus gêneros de jogabilidade distintos, a Blizzard continua resgatando temáticas e performances que foram utilizadas no passado, que vão sendo referenciadas em um movimento de apelo à nostalgia, tanto temporal quanto estilística, fazendo com que certas temáticas retornem e não sejam necessariamente significativas à experiência central. Para além disso, é necessário reconhecer que esta questão aponta para um fenômeno de experiência homogeneizada dos *media*, à medida que se reconhece a noção de pastiche como principal operadora da produção destes bens.

A experiência – tanto narrativa quanto de *gameplay* – que os jogadores obtiveram em três títulos da franquia - *Warcraft: Orcs and Humans* (1994), *Warcraft II: Tides of Darkness* (1995) e *Warcraft III: Reign of Chaos* (2002) – foi recondicionada em um novo jogo, no qual o personagem controla um avatar. Em *World of Warcraft* a experiência se torna mais pessoal, uma vez que as micro construções dos jogos de estratégia se tornam construções em tamanho “real”⁴, e o jogador passa a *habitar* estas cidades virtuais (KLAstrup, 2003). A história contada se torna história vivida, e elementos específicos dos jogos de estratégia

² “Um MMORPG é, grosso modo, um jogo que simula um mundo, agregando uma multiplicidade de objetivos e atividades. Usuários são estimulados não apenas a jogar, mas a (con)viver dentro do ambiente, prática com a qual, de fato, se engajam” (FALCÃO, 2014).

³ Em jogos de RTS, o jogador controla exércitos de criaturas num ambiente simulacional, e combate outros exércitos controlados ou pelo computador ou por outros jogadores.

⁴ A relação proporcional de tamanho que um avatar de *Wow* apresenta para uma construção ou para um veículo é muito semelhante à que experimentamos em nosso dia-a-dia.

são comumente evocados com nostalgia: eles não são necessários na composição da prática do jogo, mas aparecem como referência aos outros títulos.

Tanya Krzywinska (2009), discutindo o elemento argumentativo na franquia em questão, afirma que um motivo particularmente relevante pelo qual jogadores de um MMORPG se envolvem de forma tão íntima com tais jogos é a quantidade de múltiplas referências aos domínios da cultura lá presentes. Estes agem na criação de algo que ela identifica, se apropriando da noção de Roz Kaveney (2005), como um *texto grosso* (*thick text*).

O argumento por trás da ideia de *thick text* é relativamente simples: considerando que nenhuma obra é, jamais, finalizada (LUNENFELD, 2000), e que sempre existe uma série de forças por trás de um produto que nem sempre é visível para o consumidor final, o texto se torna *grosso* quando suas relações de intertextualidade são trazidas à tona de forma relevante: "em outras palavras, um texto rico em alusões, correspondências e referências" (KRZYWINSKA, 2009, p. 123).

Esta agregação de referências engendra o surgimento de uma *estética geek* na qual todo texto experimentado é tomado, *a priori*, como se fosse um texto grosso: o espectador sempre vai esperar que exista uma ligação daquele aspecto textual com outro contexto, história, personagem. Naturalmente, qualquer texto pode ser lido como um texto grosso, à medida em que se busquem referências e intertextos, mas para Kaveney (2005) certos textos *evocam* este tipo de comportamento sobre eles – são preparados com esta intenção.

Subsistem, aqui, duas formas através da qual a noção de pastiche (JAMESON, 1998) é trabalhada: de um lado, (a) podemos identificar uma articulação a partir do momento em que o jogo se autorreferencia. Não apenas como continuação de uma franquia ou elaboração textual com base na cronologia ficcional, mas ao evocar textos que não fazem sentido a não ser como marcas de nostalgia, textos que possuem como objetivo o endereçamento da relação prévia entre o outro jogo e o jogador. Para além desta forma, (b) o pastiche se desenha quando certas situações narrativas se desenrolam de forma idêntica a narrativas características da indústria cultural. O mundo de *Warcraft* possui referências bastante literais à figura de Indiana Jones e à franquia da Lucasfilm, para dar apenas um exemplo (KRZYWINSKA, 2009).

Subjaz, aqui, a questão de a *estética geek* ser consumida de forma ativa, no sentido em que o espectador *persegue* o conteúdo: trabalha para encontra-lo. O espírito de um movimento como o da *estética geek*, para Kaveney (2005), se volta para o *hobby*, para o consumo deliberado não apenas de uma dimensão dos produtos midiáticos, mas de seu contexto e ambientes, do ínterim no qual estes

transitam. Esta ideia é muito semelhante às proposições acerca da cultura da convergência (JENKINS, 2006), que corroboram o fato de que o espírito do consumo de cultura não é hoje passivo e individual, mas sim ativo, social e em fluxo. Estes adjetivos implicam na procura de informações e textos adendos às obras as quais os consumidores apreciam.

Krzywinska (2009) acredita que os MMORPGs funcionam de acordo com este arranjo: seu discurso, junto ao de Kaveney (2005), nos é útil no sentido em que endereça a questão da intertextualidade não como mera herança genealógica, mas como uma característica estrutural, o que nos dá bases para crer que textos grossos podem ser encarados como dispositivos de agenciamento, pois o ponto, para ambos os autores, tal característica é responsável por um efeito no indivíduo em contato com um texto.

A ideia de texto grosso é bastante interessante, se observada a partir das lentes da Teoria do Ator-Rede (LATOUR, 2005). Em especial porque o texto, neste caso, age impulsionando a ação: condicionando seu consumo a partir da estruturação de suas associações e dando impulso aos seus fluxos de consumo. Não apenas pode-se dizer que a intenção, em um caso como este, nasce na figura do humano. Ao contrário, tanto o consumo midiático agencia o texto (em sua interpretação, no sentido que lhe é dado, nos mecanismos de produção que obedecem a lógica processual e estão, cada vez mais, preocupados com as opiniões do público) quanto, principalmente, o texto agencia seu consumo.

A Teoria do Ator-Rede (TAR) nos ajuda a compreender melhor a agência de aparatos técnicos na conformação das redes que faz emergir. Em conformidade com a compreensão do texto grosso, na perspectiva de Latour (2005) é preciso observar os fenômenos sociais a partir da ação, da formação de redes. Para Latour (2005), o escrutínio de qualquer fenômeno se dá a partir da identificação, descrição e análise das redes que este mobiliza, dos atores envolvidos e da ação que o fenômeno em si engendra, sejam esses atores agentes humanos ou não. Ator e rede, nesse âmbito, são dispositivos que se constroem e desconstroem de forma dinâmica, a partir das relações de mediação que traçam entre si e com outros. A TAR, nesse sentido, propõe uma relação simétrica entre o potencial de agência dos humanos e dos não-humanos. Embora esse aparato teórico seja historicamente pouco ortodoxo dentro das ciências sociais, o foco em aspectos técnicos é fundamental para a compreensão das redes de atores nas tecnologias digitais.

Com os textos, não seria diferente. Cada pastiche e texto grosso se configuram enquanto rede, pois precisa de ação alheia para existir, enquanto ao mesmo tempo age como ator, pois participa da formação de diversas outras redes ao encadear suas próprias ações. O entendimento do *thick text* requer, portanto, a

compreensão de que a formação da intertextualidade expandida pressupõe uma relação de fluxo entre *medium* e indivíduo: o indivíduo *procura* porque o texto o *convoca* a fazê-lo – e este processo se imbuí na própria lógica industrial de produção cultural ensejada pela noção de Capitalismo Tardio de Jameson (1991).

Esta confluência de obras, estéticas, gêneros e indivíduos imbuídos de interesse se apresenta como a rede da qual nos aproximamos, com a qual nos associamos quando entramos em contato com um dispositivo como a franquia de *Warcraft*. *Até que ponto as referências são discernidas?* – essa sim consiste em uma questão para análise, diferente daquela que trata apenas da articulação de argumentações distintas e de um objeto de pesquisa pleno de complexidade. A franquia de *Warcraft* exibe um corpo de texto grosso praticamente impossível de ser mapeado: só no MMORPG são mais de 100.000 linhas de texto acerca do jogo, com referências que vão desde a cultura de massa popular à filosofia, passando pela literatura, arte, religião e folclore (KRZYWINSKA, 2009).

Em 2014, com o lançamento oficial de *Hearthstone: Heroes of Warcraft* (FIG. 02), inicia-se um novo capítulo na expansão deste universo. Trata-se de um jogo digital de cartas colecionáveis, gratuito e multiplataforma.⁵ Ambientado no universo ficcional de *Warcraft*, a ideia fundante do jogo pressupõe o duelo entre jogadores em combates um contra um a partir de combinações de cartas.



FIGURA 2 - Hearthstone: Heroes of Warcraft

FONTE: www.blizzard.com

As mecânicas de jogabilidade de *Hearthstone* (HS) são experimentadas através de cartas, sendo parte integrante da experiência do jogador o acúmulo de um grande número e variedade destes itens que possibilite a construção de

⁵ Atualmente disponível para macOS e Windows nos computadores, e iOS, Android e Windows 8 em smartphones e tablets.

baralhos (*decks*) competitivos, podendo assim atingir a vitória perante os desafiantes (FIG. 03). Para isso, o *game design* disponibiliza para a sua comunidade diversos sistemas e modos de jogo pautados na obtenção de bens virtuais que, em sua maioria, desempenham papel fundamental na melhoria do rendimento dos jogadores (sejam estes competitivos ou casuais).

Para além disso, as narrativas e estética do universo de *Warcraft* se manifestam de diferentes formas: muitas das cartas fazem alusão a personagens e eventos da narrativa, enquanto os cenários, em que os combates são encenados, emulam locais representativos desse universo. Muitas das Aventuras – modo especial de jogo que será detalhado à frente – possuem relação direta com eventos ocorridos em *World of Warcraft*, por exemplo. Por outro lado, à medida que *Hearthstone* se torna um sucesso comercial em si – com cerca de 50 milhões de jogadores registrados em 2016 – novos aspectos narrativos passam a ser explorados de forma independente ao universo de *Warcraft*.



FIGURA 3 - Ambiente de Jogo de Hearthstone

FONTE: www.2p.com

Em termos de design, cabe considerar que *Hearthstone* foi projetado com múltiplas camadas de complexidade. Essas, por sua vez, permitem que o jogo possa se apresentar enquanto um passatempo rápido, divertido e acessível para jogadores com perfil casual, enquanto que ao mesmo tempo oferece maior aprofundamento, estratégia e complexidade para jogadores competitivos e/ou profissionais. Essa variação em termos do aprofundamento da experiência relaciona-se diretamente com os mecanismos utilizados para estimular o fluxo de consumo dos bens virtuais oferecidos pelo sistema.

3. Ambientes e Fluxos de Consumo: A Economia de *Hearthstone*

Em *Hearthstone* os bens virtuais são fundamentais para as mecânicas do jogo, uma vez que habilitam os jogadores a interagir de forma ideal em combates. É grande e altamente variada a quantidade de itens que podem ser obtidos/acumulados/comprados em um sistema projetado para atender a uma comunidade heterogênea de jogadores.

A chave para o entendimento do problema sobre o qual desejamos nos debruçar jaz no gerenciamento do ambiente de *Hearthstone*: um paralelo com um jogo de estratégia mais básico – o xadrez, por exemplo – pode ser útil para que possamos compreender de que forma as cartas e o jogo se comportam. Concebamos, assim, as peças com as quais um jogador inicia um jogo de xadrez. A primeira coisa que se deve aquiescer é que a Rainha é a peça mais importante em termos de conquista do tabuleiro do adversário - ela se move em todas as direções quantas casas quiser. Apesar de o Rei constituir a condição de vitória, ele não possui relevância em uma estratégia de ataque, consistindo em uma peça ao redor da qual se deve compor o jogo.

Assim sendo, é necessário que entendamos que há uma raridade inerente às peças: só existe uma Rainha, enquanto existem oito peões e dois bispos. Essa é uma perspectiva de raridade que é inerente ao jogo. No caso de *Hearthstone* – ou em *card games* em geral – esta raridade é construída a partir da disponibilidade e preço de certas cartas. O que é viável se consideramos que em um jogo como *Magic: The Gathering* (Wizards of the Coast, 1993) se imprimem quantidades diferentes de uma carta de acordo com sua raridade, e quanto se investe em *packs* de cartas (*booster packs*, no jargão), mais chances se tem de encontrar uma carta rara, de nível de poder maior, o que seria o mais comparável a uma rainha, por exemplo.

Exceto que *Hearthstone* não é impresso, e assim sendo, não possui uma materialidade que justifique relações de oferta e demanda. Em um ambiente como um MMORPG, que emula um construto social, “bens virtuais (...) obtêm valor de status social da mesma forma através da qual bens de consumo o fazem em ambiências físicas” (LEHDONVIRTA e ERNKVIST, 2011); mas em um jogo de cartas, ou seja, um jogo que possui fins sociais muito atenuados, a questão muda de figura. Uma carta especialmente poderosa é relevante em partidas, sobretudo em um contexto guiado de forma muito direta pelo espírito de competição, e geralmente rara: e quanto mais rara, menor a possibilidade de aquisição de um desses bens de forma natural, abrindo um *booster pack*.

Assim, é necessário descrever a forma como a rede de consumo de bens virtuais se estrutura em *Hearthstone* (FIG. 04). Esse mapeamento é frutífero porque ajuda a revelar relações simbólicas, estratégias comerciais e fluxos de apropriação do jogo velados no sistema, bem como suas relações de intertextualidade no consumo de textos dentro e fora do universo de *Warcraft*.

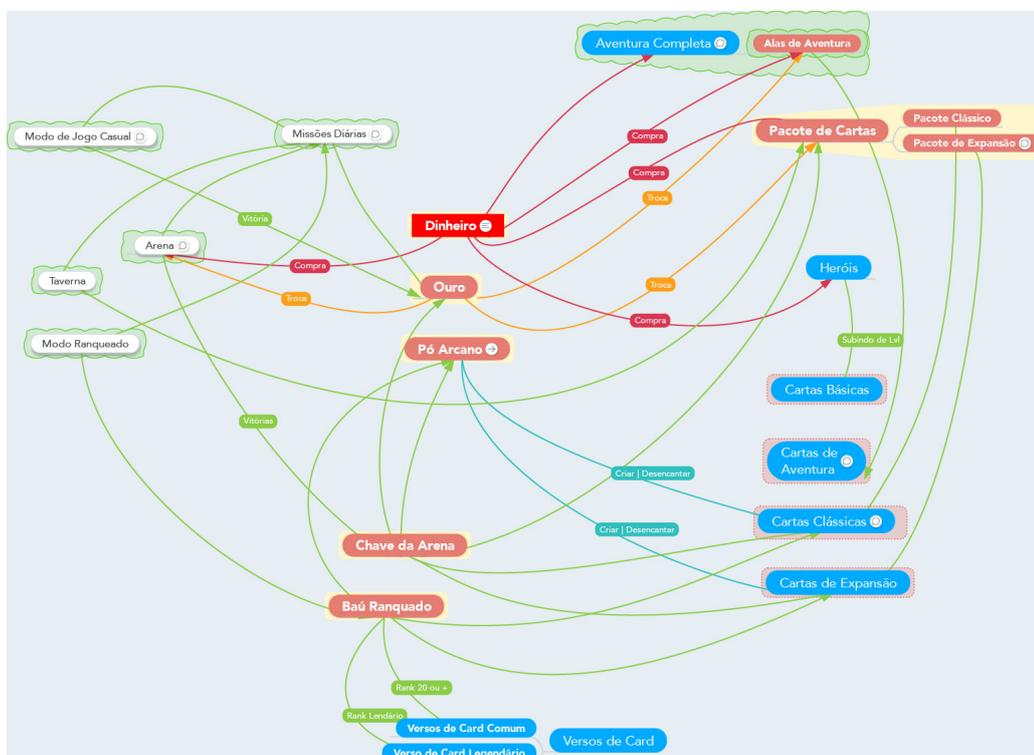


FIGURA 4 - Rede de Bens Virtuais em Hearthstone
 FONTE: Autoria própria

No presente estudo, foram elencados como pontos na rede todos os elementos que envolvem, em alguma medida, processos de gerenciamento e consumo de bens do jogo (ver figura 4). Esse escrutínio nos permite delinear as seguintes categorias gerais: a) Modos de Jogo, dedicados à obtenção de bens (com fundo verde no mapa); b) Bens ou Itens que funcionam como moeda ou recursos (com fundo vermelho no mapa); c) Bens ou Itens funcionais, que impactam diretamente a jogabilidade (com fundo azul no mapa) e; d) Híbridos, ou seja, elementos do jogo que assumem diversos dos papéis listados anteriormente a depender do ambiente que ocupa e do fluxo que engendra.

Diferentemente de outros *card games*, *Hearthstone* se aproveita de seu estatuto digital para instaurar formas específicas de obtenção de bens. A medida em que a aquisição de cartas em *Magic: The Gathering*, por exemplo, é condicionada exclusivamente a processos de troca e/ou compra e venda desses

bens, em *Hearthstone* isso se dá exclusivamente pela interação com os processos do *software* (MANOVICH, 2013), ou seja, em seus modos de jogo.

Os modos de jogo são elementos importantes na rede de consumo. São estes que compõem, efetivamente, a experiência de jogar. Caracterizam-se como, em nossa rede, como os pontos de partida para obtenção da grande maioria dos bens. Nesse sentido, acabam proporcionando aos jogadores um ciclo contínuo e infinito, já que os *players* precisam adquirir os bens virtuais para que os modos de jogo se tornem mais interessantes, possibilitando assim uma melhoria de performance.

Cada um dos modos de jogo possui propensões específicas no que diz respeito às formas como se concebe a noção de competição: se todos eles são necessariamente agônicos (CALLOIS, 2001), certamente subsiste uma diferenciação entre o que se desenha como um competitivo *casual* e o que possui aspirações *professionais*. A concepção da experiência do jogo, contudo, obedece a dinâmicas que são bem conhecidas de toda vivência social encontrada na noção de jogo, sobretudo no que diz respeito à promoção de campeonatos: pode-se jogar em uma liga, mas pode-se jogar uma rápida partida entre uma atividade e outra.

A diferenciação nos perfis de jogador vai influenciar diretamente nas suas práticas de consumo e no endereçamento das suas agências. Desse modo, a maneira como os jogadores agem dentro da rede acaba produzindo ambientes particulares. Isso nos permite pensar em um ambiente específico que emerge a partir dos fluxos de consumo engendrados por jogadores casuais e outro, distinto, para os jogadores competitivos. Levando em consideração o aquecimento recente do cenário global e nacional dos *e-sports* (TAYLOR, 2012), bem como da profissionalização dos jogadores, nos debruçaremos neste estudo inicial no rastreamento e análise dos fluxos de agenciamento que circundam o consumo competitivo e profissional em *Hearthstone*.

3.1. A Circulação de Bens Virtuais em *Hearthstone*: Uma Questão de Fluxos

Enquanto os Modos de Jogo se apresentam enquanto as mecânicas principais para obtenção, circulação e geração de demanda por recursos, a categoria de bens versa, precisamente, sobre os artefatos que os jogadores podem acumular em *Hearthstone*.

Alguns destes bens são representados como moeda de troca (graças a aspectos narrativos, estéticos e procedimentais), já outros são caracterizados de forma a reforçar ideia de aleatoriedade na obtenção de novos itens. Esta é uma

forma de recompensa amplamente utilizada em *videogames*: a ideia do *loot*.⁶ Boa parte das mecânicas de recompensa (FIG. 05) engendradas pela *Blizzard* parecem girar em torno da ideia de sorte: a) a Chave da Arena⁷; b) o Baú, prêmio pela performance no modo Ranqueado⁸ e; c) Pacotes de Cartas. Todos estes são, pragmaticamente, redundantes ao sistema, ou seja, funcionam somente como intermediários entre a implementação da mecânica e a obtenção do recurso. A rigor, o sistema poderia apresentar diretamente as recompensas que o jogador obteve a depender da sua performance. Contudo, este recebe um Baú, no qual estão armazenadas as recompensas. Enquanto objeto representacional, o Baú reforça a ideia de mistério, descoberta – é o texto grosso em ação. Enquanto objeto procedimental a abertura do Baú corrobora com essa ideia, tendo em vista que a interação direta com a mecânica de descoberta é comum a diversos outros jogos.

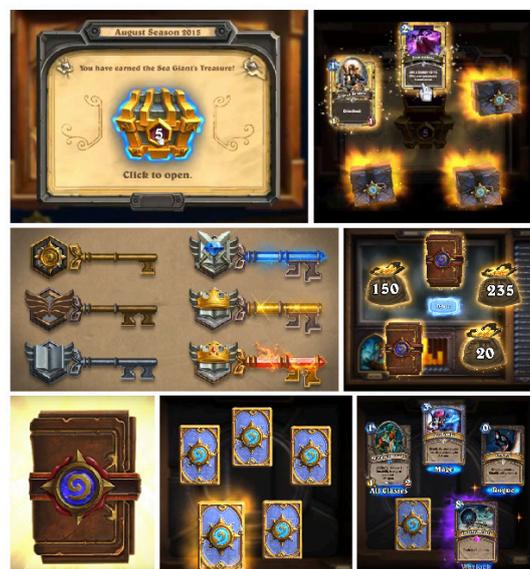


FIGURA 5 - Mecânicas de recompensa principais.

FONTE: Autoria própria

A Chave da Arena e o Baú Ranqueado aludem à fantasia medieval: são parte da temática a partir da qual o jogo é construído. São um tropo infanto-juvenil, assim como os Pacotes de Cartas, que advém de outra vertente – dialogam com a herança dos *card games*, a partir da obtenção aleatória de novas cartas através de

⁶ A tradução mais adequada é *espólio*; o jargão dos videogames, contudo, utiliza a palavra *loot* para endereçar recompensas adquiridas através da derrota de inimigos.

⁷ Modo de competição semelhante à aposta: o jogador paga para entrar e pode ganhar grandes prêmios dependendo tanto de sua capacidade quanto sorte, levando em consideração que aqui a composição do deck é feita a partir de escolhas aleatórias.

⁸ O modo Ranqueado (*Ranked*) apresenta uma escada de 25 níveis decrescentes nos quais o jogador precisa ganhar estrelas – conquistadas a partir da derrota de um oponente aleatório – para se tornar *lendário*. Ao fim de cada *season*, que dura um mês inteiro, cada jogador recebe o baú como premiação pelo seu resultado. Menos de 5% dos aproximadamente 50 milhões de jogadores, segundo dados da interface do jogo, conseguem atingir um *rank* alto (entre 5 e 1). A maioria dos jogadores está posicionada entre o *rank* 20 e 10.

boosters –, também o são. Em primeira ou segunda instância, em *Hearthstone* todos os modos de jogo oferecem como recompensa ao jogador bens que funcionam como intermediários para a obtenção de outros bens: Ouro. Outra típica alusão à temática da fantasia medieval, onde em muitos mundos ficcionais a moeda vigente é o metal precioso, e não uma corréncia específica, o Ouro em *Hearthstone* serve a muitos usos.

Mais importante do que conceber os usos do Ouro no jogo é compreender que ele pode ser ganho a partir da interação com as mecânicas do jogo (FIG. 06), sem que seja necessário pagar. Um jogador casual pode passar anos sem precisar utilizar dinheiro real, desde que invista tempo no jogo. O fluxo é bem lento, contudo: a cada três vitórias o jogador ganha 10 peças de Ouro, sendo que qualquer atividade significativa custa, no mínimo, 100 peças. A contrapartida é simples: os que não têm tempo ou não querem passar horas em frente ao jogo podem comprar sua progressão.⁹

Ao invés de oferecer os bens que possuem uma finalidade em si (cartas, por exemplo) como recompensa dos modos de jogo, é colocada ao jogador a possibilidade de gerenciar seus recursos a partir do seu perfil. Enquanto jogadores profissionais vão concentrar seus recursos na obtenção de cartas específicas para compor e melhorar seus decks, jogadores casuais podem se concentrar mais na compra de pacotes de cartas ou novas aventuras para fins de entretenimento.

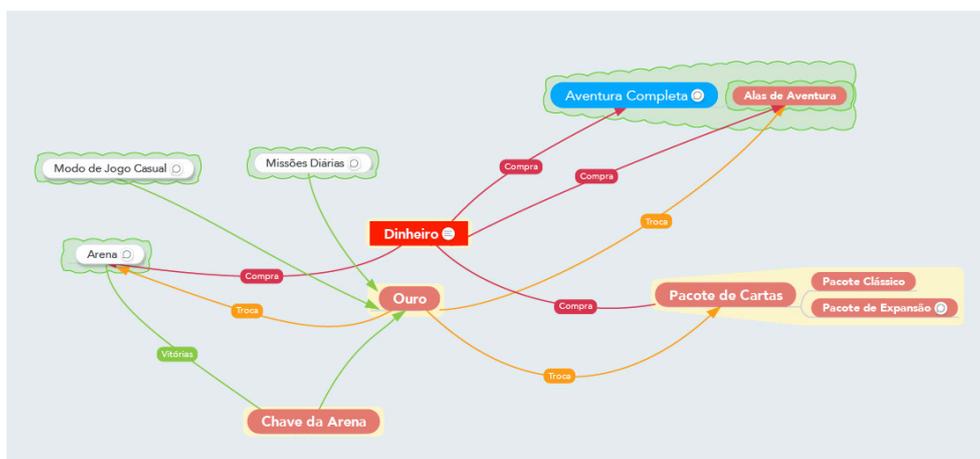


FIGURA 6 - Gráfico do Ouro na rede

FONTE: Autoria própria

3.1.1. Fluxo I – Moeda, Recursos, *Pay-to-play*

⁹ Esta relação implica em um desequilíbrio social considerável na audiência do jogo, e embora este assunto não seja desenvolvido neste artigo, certamente ele se desenha como de nosso interesse.

da forma que preferir, seja para compor seus decks atuais ou para conseguir Pó Arcano através do processo nomeado de Desencantamento.

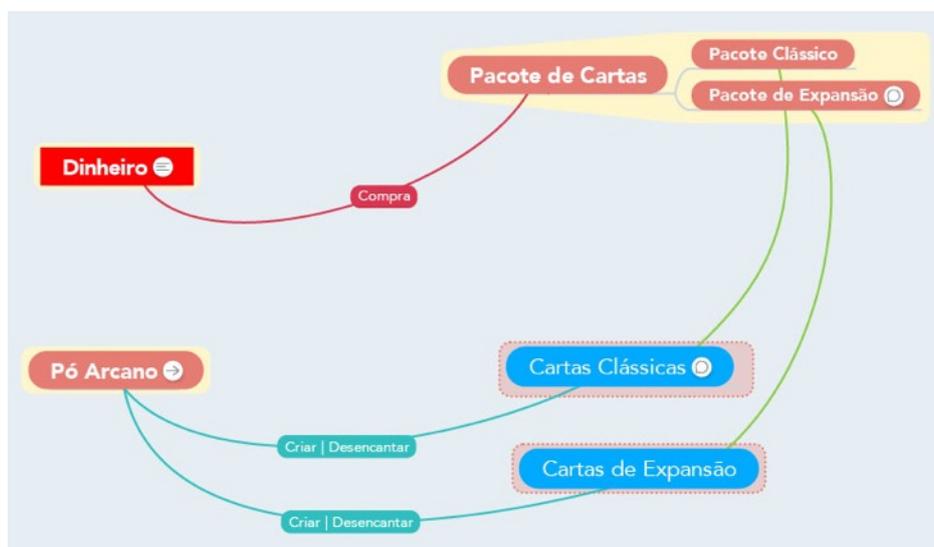


FIGURA 8 - Fluxo de compra de Pacotes de Cartas com dinheiro
FONTE: Autoria própria

O Pó Arcano consiste em outro tipo de recurso utilizado em *Hearthstone*: seu uso é simples: com uma quantidade de Pó, o jogador pode criar uma carta que ele não possua. Trata-se da única forma de obter diretamente cartas específicas que o jogador precise. Caso este deseje compor um deck competitivo com uma seleção específica de cartas, invariavelmente terá que investir na obtenção de Pó Arcano. O detalhe é que cada carta, a depender da sua raridade, possui uma demanda diferente de Pó: enquanto para criar uma carta comum o jogador precisa apenas de 40 de Pó, para criar uma carta lendária – mais rara e mais forte – ele precisa de 1600. A forma de obter Pó é simples: uma carta pode ser desencantada e transformada em Pó, em uma alusão à mesma mecânica em *World of Warcraft*, mas este processo geralmente resulta em perda para o jogador: enquanto uma carta rara precisa de 100 de Pó Arcano para ser construída, seu desencantamento só gera 20 – um retorno de 20% do investimento. Dessa forma, com uma dinâmica bastante desleal, a Blizzard condiciona o jogador a jogar mais ou gastar mais – as duas atividades que podem gerar recursos no jogo.

Os jogadores dependem, portanto, da obtenção de cartas através dos Pacotes de Cartas, do Baú Ranqueado e da Chave da Arena. Como a qualidade e quantidade dos cards obtidos na Arena e no Baú Ranqueado dependem diretamente do desempenho de cada jogador, trata-se de um investimento de maior risco. Com isso, a compra de Pacotes de Cartas acaba se configurando enquanto um investimento seguro para aqueles que desejam desencantar cartas com o fim de obter grandes quantidades de Pó Arcano.

Tendo em vista que também é possível usar Ouro enquanto moeda virtual em substituição ao dinheiro, o sistema acaba flexibilizando o acesso aos bens para aqueles que não estão dispostos a investir de forma tão intensa. Contudo, os processos de obtenção de Ouro são, muitas vezes, demorados e trabalhosos. É importante perceber, portanto, que o processo de emergência da oferta e procura dos bens virtuais faz parte do design do jogo, ao criar barreiras aos jogadores para a obtenção rápida e eficaz de recursos. Sem Ouro o jogador não poderá adentrar nas competições da Arena, nem experimentar o Modo Aventura. Numa perspectiva mais ampla, sua falta também acarretará em *decks* menos competitivos, já que Ouro é um elemento central no processo de produção e aquisição de novas cartas. Essa intencionalidade no design permite a estruturação de um sistema poderoso de monetização. É importante para a *Blizzard* que haja uma escassez de Ouro e que seja difícil obtê-lo: os jogadores precisam, então, investir Dinheiro (*pay-to-play*) para conseguir os recursos *in-game* necessários a uma melhor performance.

Considerando as dinâmicas de monetização em *Hearthstone*, a forma mais óbvia através da qual as noções de texto grosso e pastiche se manifestam é na roupagem dos recursos. Ouro e Pó Arcano, respectivamente, são bens virtuais imbuídos de uma camada simbólica que os posiciona não apenas como elementos de grande interesse dentro do jogo analisado, mas que denotam uma relação com a história dos *videogames* e da fantasia medieval. Sua mecânica está intimamente ligada à própria franquia de *Warcraft* ensejando a fruição do jogo não apenas através de uma compreensão unicamente calcada na noção de competição,¹⁰ mas posicionando-a simbolicamente no domínio da nostalgia: um jogador de *Hearthstone* é, antes de tudo, um devoto do mundo de *Warcraft*. Os símbolos e fluxos desencadeados durante o jogo – e *pelo* jogo, é importante que se frise – passam a ser motivadores da ação do usuário para com o sistema, condicionando sua experiência, *fazendo fazer*, mas também da ação dos usuários entre si.

3.1.2. (Contra) Fluxo II - Rastreado os híbridos

Uma peculiaridade na rede de *Hearthstone* é a presença de elementos híbridos, ou seja, componentes que não se adequam a somente uma das categorias listadas anteriormente. Este fenômeno adiciona uma nova camada à análise do sistema de consumo no jogo, levando em consideração que o processo de gerenciamento dos recursos requer, por parte dos jogadores, um alto nível de entendimento dos diferentes papéis que seus itens podem ocupar.

¹⁰ O que certamente é o caso para alguns jogadores.

Graças à presença de híbridos no mapa torna-se mais fácil identificar os fluxos de consumo de jogadores casuais em contraponto com jogadores profissionais, assim como desvelar as estratégias de design projetadas para suprir a necessidade de cada um destes. Enquanto alguns elementos possuem uma delimitação de público mais clara,¹¹ é nos híbridos que podemos identificar a sutileza e complexidade das funções em relação aos perfis de consumo – tanto simbólico quanto utilitário – dos jogadores.

O Modo Aventura (FIG. 09) é um bom exemplo: este pode ocupar a posição de Modo de Jogo – enquanto mero vetor para a obtenção de cartas – e de bem em si mesmo – evocando dinâmicas de contato para com a narrativa. Enquanto modo, este difere do contexto básico de *player versus player* de *Hearthstone*, imprimindo uma jogabilidade *single player*, na qual o jogador enfrentará oponentes controlados pelo software em diferentes partidas. Cada aventura possui uma narrativa, identidade e tema próprio, tendo sua estilização de cartas, arte conceitual e música, orientados nesse sentido.

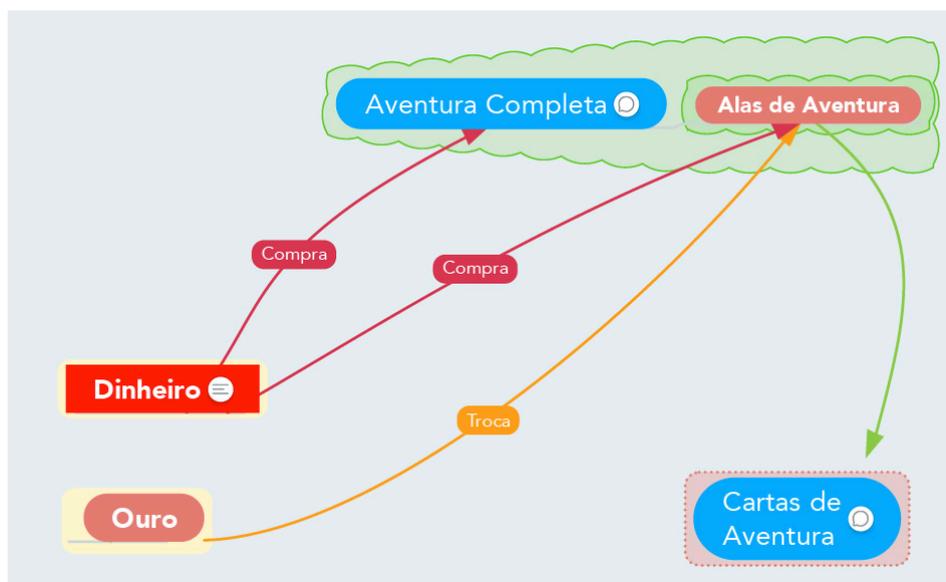


FIGURA 9 - Fluxos do Modo Aventura
FONTE - Autoria própria

Este posicionamento narrativo permite que identifiquemos pontos de ligação entre cada item e suas contrapartidas. Neste caso, contudo, as ligações entre jogos e entre elementos da mídia são muito mais palpáveis. Acreditamos, neste sentido, que é muito mais razoável identificar o bestiário de H. P. Lovecraft, livremente referenciado em uma Aventura como *Sussurros dos Deuses Antigos*, do que

¹¹ Conforme já discutido previamente, podemos considerar que o Modo Ranqueado e o Baú Ranqueado são mais direcionados para jogadores competitivos.

reconhecer que a noção de Ouro liga *Hearthstone* à tradição da fantasia medieval de alguma forma.

Cada aventura é dividida em Alas de Aventura – compostas por uma média de quatro partidas cada –, que podem ser desbloqueadas através do investimento de dinheiro ou Ouro. Em cada partida o jogador enfrentará um oponente diferenciado utilizando um deck preparado especialmente para a ocasião, mantendo assim uma relação intensa entre as mecânicas exploradas na aventura e a narrativa que se desenrola ali.

Enquanto Modo de Jogo, Aventura é relevante para a economia de *Hearthstone* no que tange suas políticas de acesso e de recompensa. É preciso investir uma quantidade significativa de Ouro ou dinheiro (700 peças de Ouro ou US\$6,99 por ala) para ter acesso. Em contrapartida, fica transparente para os jogadores quais são as recompensas que serão obtidas a partir da realização desse investimento, as cartas. Consequentemente, o Modo Aventura se comporta mecanicamente como um Modo de Jogo, podendo assumir também o papel de moeda de troca ou de bem em si mesmo a depender do contexto de apropriação dos jogadores.

É possível identificar Aventura como moeda de troca quando o processo de incursão é realizado com o objetivo final de obter cartas. Esse cenário torna-se ainda mais claro quando o processo de obtenção das Aventuras acontece através da utilização de dinheiro. Desbloquear uma Aventura Completa requer, em média, 3.000 peças de Ouro, um trabalho árduo para a maioria dos jogadores. A necessidade de manter o deck atualizado acaba levando, em alguns casos à necessidade do investimento monetário real.

Isso muda drasticamente ao analisarmos o Modo Aventura como bem em si mesmo, num contexto de associação deste aos jogadores casuais. Tomando como ponto de partida para análise do fluxo a obtenção das Alas de Aventura através da utilização de Ouro, o processo torna-se muito mais lento. A agência dos jogadores passa a ter como objetivo não só o acesso a novas cartas, mas também de apreciação das novas experiências de jogabilidade e narrativas que as Aventuras proporcionam. Graças a esse diferente processo de investimento – via Ouro –, podemos considerar que as Aventuras no contexto dos jogadores casuais configuram-se enquanto bem com fim em si mesmo, tendo em vista que a intencionalidade no investimento é pautada prioritariamente na experiência diferenciada de jogo.

Uma análise comparada entre os dois aspectos – Modo Aventura enquanto intermediário e enquanto fim – revela formas distintas de emergência do texto grosso. No primeiro caso, o jogador é agenciado a investir nesse modo graças à sua

necessidade de obter cartas específicas para a composição de estratégias de jogo. Os vetores de ação, nesse caso, extrapolam os limites do software e são oriundos de redes sociais, canais no YouTube, fóruns de discussão sobre o jogo, espaços onde o usuário encontra informações pragmáticas sobre como agir para obter sucesso nos ranques de *Hearthstone*.

Já a fruição do Modo Aventura com fins narrativos encontra relações de intertextualidade tanto na composição do universo ficcional de *Warcraft* bem como em outros textos. A Aventura Liga dos Exploradores, por exemplo, mantém relações de sentido com *Warcraft* ao utilizar locações de *Azeroth*, bem como puxa diversas referências a Indiana Jones e outros filmes de exploração. Ao mesmo tempo, foi essa Aventura que introduziu cartas com a mecânica de "Descobrir", o que gera aqui novos vetores de referenciamento a partir do momento em que esses *cards* são utilizados em outros modos de jogo.

Considerações Finais

A partir de uma articulação entre discussões acerca da cultura contemporânea, do consumo e dos *videogames* este artigo pôs em discussão questões acerca do consumo na cultura contemporânea, considerando um *medium* ainda pouco explorado nos estudos de comunicação. Tomando como ponto de partida a noção de pastiche como sintomática dos processos de produção de bens da indústria cultural, nos debruçamos sobre o jogo *Hearthstone* buscando revelar de que forma sua estrutura interna, inscrita simbolicamente a este processo, é capaz de formar redes de agenciamento que demandam processos de consumo prescritos tanto no design do software quando em sua estrutura de competição.

Esta reflexão é muito pertinente porque ao mesmo tempo em que problematiza a eficácia de estratégias de criação do pastiche pela lógica industrial de produção cultural, oferece um testemunho de que o campo da comunicação, em sua profusão de temas e mídias, se estabelece como um no qual o esforço para atravessar, traduzir e comunicar se torna complexo na medida em que se mergulha no aspecto subcultural do objeto de pesquisa.

Talvez a reflexão mais válida a partir desta discussão seja a de que lidamos com uma dinâmica de consumo que não apenas se apropria do aspecto simbólico na produção industrial de bens culturais, mas que cria, *ex nihilo*, um sistema de aquisição de bens que não possuem materialidade, mas que possuem tanto função quanto forma. A partir do momento que um sistema como *Hearthstone* é reconhecido como mobilizador de toda uma rede, é necessário vislumbrá-lo sob o

intuito de compreender processos sociotécnicos importantes para a discussão acerca das dinâmicas de consumo na cultura contemporânea.

O artigo, certamente, possui lacunas, uma vez que busca uma análise apenas estrutural dos processos envolvidos no contexto discutido: os próximos passos em termos de questões de pesquisa devem se concentrar sobre como redes de indivíduos se articulam ao redor destes processos, sobretudo buscando visualizá-las a partir de seu convívio presencial e em redes sociais, e contemplando em sua discussão sociológica, o aspecto competitivo inerente a estas redes.

Referências

AARSETH, Espen. **Cybertext: perspectives on ergodic literature**. Baltimore: The John Hopkins University Press, 1997.

FALCÃO, Thiago. **Não Humanos em Jogo: agência e prescrição em World of Warcraft**. Tese de Doutorado. Universidade Federal da Bahia, 2014.

BOGOST, Ian. **Persuasive Games: the expressive power of video games**. Cambridge, MA : MIT Press, 2007.

CAILLOIS, Roger. **Man, Play and Games**. Urbana: University of Illinois Press, 2001.

HJARVARD, Stig. **The Mediatization of Culture and Society**. Londres: Routledge, 2013.

JAMESON, Fredric. **Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism**. Londres: Verso, 1991.

JAMESON, Fredric. **The Cultural Turn: selected writings on the Postmodern 1983-1998**. Londres: Verso, 1998.

JANSSON, André. **The Mediatization of Consumption: towards an analytical framework of Image Culture**. In: Journal of Consumer Culture, n. 2, v. 5, 2002.

JENKINS, Henry. **Convergence Culture. Where Old and New Media Collide**. New York: New York University Press, 2006.

KAVENEY, Roz. **From Alien to the Matrix: reading science fiction film**. London: I.B. Tauris, 2005.

KLASTRUP, Lisbeth. **A Poetics of Virtual Worlds**. Tese de Doutorado. IT University of Copenhagen, 2003.

KRZYWINSKA, Tanya. World Creation and Lore: World of Warcraft as Rich Text. In: H. G. Corneliussen e J. W. Rettberg. (Eds.) **Digital Culture, Play, and Identity. A World of Warcraft Reader**. Cambridge: The MIT Press, 2009.

LATOUR, Bruno. **Reassembling the Social: an introduction to Actor-Network Theory**. Oxford: Oxford University Press, 2005.

LEHDONVIRTA, Vili.; ERNKVIST, Mirko. **Converting the Virtual Economy into Development Potential: Knowledge Map of the Virtual Economy**. Washington, DC: infoDev / World Bank, 2011.

LEMOS, André. **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LUNENFELD, Peter (Ed.). **The Digital Dialectic: New Essays on New Media**. Cambridge: The MIT Press, 2000.

MANOVICH, Lev. **Software Takes Command**. New York: Bloomsbury Publishing, 2013.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço**. São Paulo: Itaú Cultura: Unesp, 2003.

SOARES, Letícia Perani. **“O maior brinquedo do mundo”**: a influência comunicacional dos games na história da interação humano-computador. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2016.

TAYLOR, T. L. **Raising the Stakes: E-Sports and the Professionalization of Computer Gaming**. Cambridge: The MIT Press, 2012.

Prática do selfie: experiência e intimidade no cotidiano fotográfico

Selfie practice: experience and intimacy in daily photography

LEONARDO PASTOR

Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia; pesquisador do Laboratório de Pesquisa em Mídia Digital, Redes e Espaço (Lab404); membro do Núcleo de Estudos em Ciências Sociais, Ambiente e Saúde (ECSAS). Brasil. E-mail: leopbr@gmail.com

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

PASTOR, Leonardo. Prática do selfie: experiência e intimidade no cotidiano fotográfico. Contracampo, Niterói, v.36, n. 02, pp. 157-173, ago. 2017/ nov. 2017.

Enviado em: 16 de maio de 2017 / Aceito em: 27 de junho de 2017.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.1017>

Resumo

Busca-se neste trabalho produzir uma investigação inicial das práticas atuais e cotidianas do *selfie* que, em meio às mediações dos dispositivos digitais, inserem-se em uma cultura contemporânea de interação, compartilhamento e comunicação. Tal perspectiva é aqui relacionada com a antropologia filosófica desenvolvida por Bruno Latour (2012b) e com a teoria das esferas de Peter Sloterdijk (2011). Desenvolvemos uma investigação empírica das práticas atuais do *selfie*, a partir de entrevistas com pessoas que estão habituadas a utilizar o smartphone para fotografar. Se pensado enquanto prática, o *selfie* exibe sua complexidade, suas diversas experiências de facialidade em uma multiplicação e disseminação intensa de imagens.

Palavras-chave

Fotografia; Selfie; Experiência.

Abstract

We seek to initially investigate the present everyday practices of the selfie which, amidst the mediations of digital devices, are inserted in a contemporary culture of interaction, sharing and communication. This approach is related to the philosophical anthropology developed by Bruno Latour (2012b) and to the theory of spheres by Peter Sloterdijk (2011). We have conducted empirical research on current practices of the selfie, based on interviews with people used to take pictures with smartphones. If thought of as a practice, the selfie displays its complexity, its various experiences of faciality in a multiplication and widespread dissemination of images.

Keywords

Photography; Selfie; Experience.

Introdução¹

Selfie não é apenas um tipo de imagem, mas também, e principalmente, uma nova prática, um fenômeno global que emerge da relação entre a fotografia e o *smartphone*. Tal neologismo – já dicionarizado – indica o hábito de tirar uma foto de si, um tipo de autorretrato, a partir da câmera fotográfica do aparelho celular. Uma prática, portanto, que emerge das próprias experiências de fotografia cotidiana atuais, associadas a uma grande interação com as tecnologias e mídias digitais.

Tratá-la antecipadamente como uma representação do individualismo e narcisismo de seus praticantes, como é comum em algumas análises, significa, na verdade, condená-la a um julgamento apressado capaz de ignorar toda uma rede de mediadores e seus diferentes modos de existência – no sentido da antropologia dos modernos de Bruno Latour (2012b) –, além de uma diversa formação de esferas de intimidade – na perspectiva da teoria das esferas de Peter Sloterdijk (2011). Ou seja, trata-se de uma purificação dos híbridos relacionados à fotografia cotidiana atual e, assim, um ofuscamento da própria prática e das experiências que a envolvem. Generalizar o fenômeno, e enquadrá-lo previamente como o resultado de uma cultura contemporânea narcisista, encobriria a própria prática do *selfie*.

Escolhendo outro direcionamento, sugere-se, ao contrário, ater-se às práticas, às experiências, observar as formações de hábitos em relação ao uso do *smartphone* para fotografar e, assim, iniciar a compreensão do que se chama usualmente de *selfie*. Para André Gunthert (2015), por exemplo, há três maneiras principais para “praticar o *selfie*”: através de um espelho, virando o aparelho e, no caso dos *smartphones* mais recentes, pela utilização da câmera frontal. Os dicionários Oxford, ao incorporar o termo e elegê-lo como a “palavra do ano de 2013”², definem *selfie* como “Uma fotografia que alguém tira de si mesmo, normalmente tirada com um *smartphone* ou *webcam* e compartilhada através das redes sociais”³ (SELFIE, 2015).

Mais do que referência à imagem em si, o termo *selfie* acaba por nomear uma prática de rápida ascensão, fazendo surgir um tipo de fotografia bastante popular, diariamente produzida e compartilhada. Segundo os dicionários Oxford⁴, o uso da palavra *selfie* aumentou mais de 17000% entre outubro de 2012 e o mesmo

¹ Uma primeira versão deste texto foi apresentada ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cibercultura do XXV Encontro Anual da Compós.

² Referência presente em: <http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/>. Data de acesso: 10 mai. 2017.

³ “A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and shared via social media”

⁴ Referência presente em: <http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/an-infographic-of-selfie/>. Data de acesso: 10 mai. 2017.

período de 2013. O registro de uso mais antigo do termo remete a um site australiano em 2002, no entanto apenas em 2013 começa a ser amplamente difundido. Acompanhando a utilização do neologismo, a prática de criar imagens fotográficas chamadas de *selfies* amplia-se exponencialmente.

Fazer um autorretrato, seja utilizando uma câmera fotográfica ou pintando-se em uma tela, não é uma prática recente. Mesmo o ato de virar a câmera e se auto-fotografar, de maneira muito semelhante ao *selfie* atual, remete já ao período da fotografia analógica. O que melhor representa a prática atual do *selfie*, portanto, não é apenas o autorretrato, mas uma versão digital da auto-fotografia capaz de interagir com o *smartphone* e, como explica André Gunthert (2015), proporcionar à imagem propriedades conversacionais. Trata-se, segundo o autor, de uma nova utilidade dada às imagens, proporcionando mudanças de gestos, além de uma evolução de funções e do entorno cultural envolvendo o autorretrato. Essa relação com o *smartphone* permite, de maneira híbrida, o surgimento e popularização de uma prática que não apenas traz influências de uma evolução da representação de si e de uma construção de intimidade a partir da imagem, como também sua inserção em uma lógica de instantaneidade, compartilhamento e comunicação.

Novo e controverso, o fenômeno do *selfie* começa a ser objeto de pesquisas recentes que o tratam seja como um reflexo de uma sociedade narcisista baseada em reprodução e individualidade (PERSICHETTI, 2013; WEISER, 2015; HALPERN; VALENZUELA; KATZ, 2016), ou a partir de perspectivas que rejeitam um olhar pejorativo prévio e atentam-se à própria prática (HESS, 2015; LASÉN, 2015; GUNTHERT, 2015; SENFT; BAYM, 2015). Seguindo este segundo caminho, busca-se neste trabalho delinear um percurso de investigação voltado às práticas e experiências em torno da auto fotografia com *smartphone*. Não se trata, portanto, de uma atenção à estética das imagens, mas à prática em si – entender o *selfie* não apenas como um tipo de foto, mas como uma rede de mediadores e suas ações, conformando hábitos e experiências diversos. De acordo com Aaron Hess (2015, p. 1630), por exemplo,

Como uma prática social, o *selfie* funciona como um lembrete de nossa existência contraditória em hibridismo. Assim como qualquer ato de expressão retórica, *selfies* são intencionais e oferecem reflexões e interpretações culturais. Enquanto a explicação fácil é que *selfies* existem como emblemas de uma cultura contemporânea narcisista, uma leitura aprofundada dos *selfies* proporciona percepções sobre relações entre tecnologia, o *self*, materialidade, e redes.⁵

⁵ "As a social practice, the selfie serves as a reminder of our contradictory existence in hybridity. Much like any act of rhetorical expression, selfies are purposeful and offer cultural reflections and interpretations. While the easy explanation is that selfies exist as emblems of a narcissistic contemporary culture, a deeper reading of selfies instead provides insight into the relationships between technology, the self, materiality, and networks."

Ou seja, propõe-se pensar nas práticas de produção de autorretratos digitais que circulam de telas em telas como uma rede de mediações envolvendo humanos e não-humanos, seguindo, portanto, a perspectiva da Teoria Ator-Rede (LATOURE, 2012a) para, conseqüentemente, buscar seguir a experiência (JAMES, 1979; LATOUR, 2012b) e se atentar para processos comunicacionais envolvendo também os objetos (LEMOS, 2013).

Seguir a experiência

Tanto a proposta de se pensar em termos de redes sociotécnicas quanto a crítica à dicotomia entre natureza e sociedade relacionam-se ao desenvolvimento da Teoria Ator-Rede⁶ (TAR) e da antropologia dos modernos de Bruno Latour. Desconstruir essa suposta separação é justamente o que une em termos de elaboração os conceitos de esferas e redes (LATOURE, 2009; SLOTERDIJK, 2011). São duas formas, escreve Latour (2009), de reinterpretar a globalização, de evitar purificar os híbridos e idealizar um mundo exterior ou, seguindo Whitehead (1994), afastar-se de uma bifurcação da natureza. Como escreve Latour (2009), ao retirar Deus das mônadas de Leibniz, não há muitas alternativas além de transformá-las em esferas – no sentido trabalhado no Sloterdijk (2011) –, por um lado, e redes – no sentido da própria TAR –, por outro. Ou seja, potencializar a monadologia renovada de Gabriel Tarde (2007), levando as mônadas ao infinito em uma oscilação entre unidade e multiplicidade, uma conexão entre micro e macro. Dessa forma, pensando em redes ou esferas, as relações tornam-se múltiplas; oscilam entre bolhas, globos e espumas (SLOTERDIJK, 2011) ou a partir de múltiplas redes em associação (LATOURE, 2009).

No caso deste trabalho, interessa-nos manter a heterogeneidade das redes e, ao mesmo tempo, trazer uma análise inicial das relações entre as microesferas de intimidade e a produção de imagens. Para Sloterdijk (2011), viver significa sempre construir esferas – elas nos contêm, é um interior compartilhado e onde nós habitamos. Trata-se de um grande projeto do filósofo alemão chamado *Esferas*, desenvolvido em três livros. No primeiro, explora uma arqueologia da intimidade através da investigação em torno das unidades microesféricas, denominadas bolhas – formas de intimidade relacionais, uma comunhão esférica entre bolhas. Nesse sentido, os indivíduos, para o autor, nunca estão sozinhos, sempre incorporam um outro. Já o segundo livro da série trata da exploração do globo e dos movimentos

⁶ Para a TAR, o social é formado a partir das associações e o objetivo é revelar as redes que se formam a cada momento. O social, portanto, significa “um movimento peculiar de reassociação e reagregação” (LATOURE, 2012a, p. 25).

de globalização – *Globos* –, enquanto o terceiro desenvolve a questão da poética da pluralidade – *Espuma*.

O ponto de partida, no caso deste trabalho, são as relações entre microesferas. Uma das análises de Sloterdijk relacionadas às bolhas de intimidade inicia-se com questões em torno do rosto humano. Para o filósofo, a possibilidade de uma facialidade – a partir de relações entre faces – conecta-se com um processo de antropogênese, fazendo com que as faces humanas produzam umas as outras, em aberturas e criações. O autor desenvolve uma investigação especialmente imagética das relações entre faces, partindo de uma pintura de Giotto, passando por rostos em moedas e chegando até faces em obras de Francis Bacon, autorretratos de Andy Warhol ou montagens fotográficas de Cindy Sherman. “Olhando para toda a história recente da facialidade humana”, escreve Sloterdijk (2011, p. 192), “pode-se dizer que humanos possuem faces não para eles mesmos, mas para os outros”⁷. Uma primeira experiência de facialidade, portanto, estaria relacionada a humanos que olham humanos; a construção de individualidade através de uma própria face estaria ligada à experiência de olhar para o outro. Esse “entre faces”, essa abertura e criação de faces, conecta-se com processos de compartilhamento de intimidade – formações de esferas de intimidade – atrelados à multiplicação e interação de faces.

Neste trabalho, buscamos uma arqueologia da intimidade voltada para as faces no sentido de pensar o momento atual de produção de imagens relacionado com a prática do *selfie*. Se expandíssemos tal experiência de facialidade para a produção imagética contemporânea, poderíamos perceber algumas das relações entre faces, possíveis bolhas de intimidade, enfim, alguma forma de interação relacional entre as pessoas através da multiplicação das imagens de si? Os personagens que serão apresentados no próximo tópico indicam uma resposta inicial a esta pergunta.

A atual relação entre faces – fotografadas, visualizadas e compartilhadas – remete, assim como a comunhão entre esferas, a uma construção de intimidade baseada no relacional, na aproximação e em processos associativos. Sugerimos, portanto, pensar a partir de uma perspectiva chamada por Bruno Latour (2012b) de filosofia do ser-enquanto-outro. Trata-se de uma proposta que guia a mais recente antropologia dos modernos desenvolvida através do livro *Enquete sobre os Modos de Existência* (EME). Busca-se resgatar os seres articulados, aqueles capazes de serem instaurados – no sentido de “instauração”⁸, indicado por Étienne Souriau

⁷ “Looking at the entire early history of human facility, one can say that humans have faces not for themselves, but for the others.”

⁸ Para Souriau, os modos de existência não estão dados, já que toda realidade é inacabada, e, por isso, eles precisam ser instaurados. A existência, então, é um trajeto, um processo, e dessa forma a própria realidade precisa ser instaurada, assim como todo tipo de existência.

(2009). Bruno Latour propõe compreender uma pluralidade dos modos de existência a partir também de uma ontologia baseada na *subsistência*, e não na *substância*. Ou seja, uma forma de pensar na essência que evite lidar com algo inerente ao ser, interpretando-a, ao contrário, como relacional, permitindo seguir a experiência. A subsistência, portanto, coloca-se a partir da relação com o outro. Assim como há na TAR uma crítica a uma sociologia do social e uma defesa por uma sociologia das associações, de forma semelhante, porém com uma guinada filosófica, defende-se na EME uma filosofia do ser-enquanto-outro ao invés de uma filosofia do ser-enquanto-ser⁹.

Bruno Latour, nesta obra mais recente, busca expandir a antropologia dos modernos, incorporando a ela uma perspectiva de seres diversos – e seus diferentes modos de existência – que povoam o mundo, sempre de uma maneira articulada e plural. Ao analisar os “outros”, os Modernos esquecem de perceber o que eles próprios foram. Para compreendê-los precisamos tornar claros os erros de categoria – gerados por eles (nós) mesmos – e perceber as chaves interpretativas próprias a cada modo. Sendo assim, purificam-se as práticas quando são confundidos os caminhos, as redes, as condições de felicidade e infelicidade de cada modo, quando não se percebe o que é específico do jurídico, do religioso, do científico etc. Pensar o *selfie*, por exemplo, como simplesmente um ato narcisista e individualista, sem compreender as práticas e experiências que emergem dele, seria cair em um erro de categoria e aniquilar qualquer possibilidade de perceber a multiplicidade dos modos de existência ali envolvidos. Deve-se, portanto, buscar aquilo que a Teoria Ator-Rede ainda não permitia: qualificar os valores, perceber os diferentes tipos de associações, apropriar-se dos diversos tipos de existência. Começa-se a perceber que o mundo é articulado. Qualquer ser necessita *passar por* outro para poder existir – assim como, na filosofia de Sloterdijk, as formações de esferas são articuladas e geram uma intimidade partilhada. Trata-se, em outros termos, de uma postura empírica relacional e voltada à experiência, no caminho do empirismo radical de William James (1979), ou seja, aquele capaz de manter fidelidade à experiência, seguir as relações e as preposições. Deve-se, nesse sentido, exigir sempre elementos que sejam diretamente experienciados.

Busca-se, neste trabalho, orientar-se pela filosofia empírica de Latour – e James – no sentido de seguir os “fios da experiência”, voltar-se às práticas. É uma proposta para guiar nossa investigação inicial: de que forma, neste mundo articulado, conformam-se as associações na experiência e nos usos práticos relacionados a uma produção imagética centrada na face e replicada através de

⁹ *l'être-en-tant-qu'autre e l'être-en-tant-qu'être.*

tecnologias digitais? A ênfase não está na imagem produzida e nem exclusivamente no aparelho, mas na experiência, na conformação dos hábitos e nas diversas práticas de auto-fotografia.

Seguir a experiência significa também uma proposta metodológica, representada, neste caso, por uma incursão nas práticas cotidianas do *selfie*. Apresentamos no próximo tópico relatos de seis pessoas¹⁰, colhidos através de entrevistas aprofundadas realizadas no contexto de uma pesquisa desenvolvida anteriormente sobre o uso do *smartphone* para fotografar (PASTOR, 2016). Esta pesquisa apresentou um panorama geral da utilização do *smartphone* para produzir fotografias, buscando entender quais as principais práticas de manipulação das imagens (pausando o automatismo do dispositivo) em torno da fotografia contemporânea cotidiana. Entre 6 de julho e 5 de agosto de 2015 foram coletadas 1061 respostas válidas a partir de um formulário *online* com 25 questões sobre o tema. Para uma segunda etapa da pesquisa, foram filtrados os resultados a partir de dois critérios¹¹: prática fotográfica constante e cotidiana através do *smartphone*; e intensidade de reapropriação e desaceleração do automatismo do aparelho. Dessa forma, dentre aqueles que responderam ao questionário, 11 foram selecionados para participar de entrevistas aprofundadas realizadas através de plataformas de videoconferência. Destes, 6 demonstraram uma relação cotidiana com a prática do *selfie*. Dentre os 11 entrevistados, selecionamos aqueles que, durante a entrevista ou a partir da observação de suas fotos publicadas no *Instagram*, indicaram o hábito de produzir autorretratos através do *smartphone*. Este é o ponto de partida para o presente artigo.

Para a análise das práticas desenvolvida no próximo tópico, tomou-se como ponto de partida não apenas os relatos dos entrevistados, mas também a observação e descrição de suas ações e publicações no *Instagram*. Trata-se, nesse sentido, de uma investigação das práticas que passa justamente por suas descrições, compreendendo, como sugere Latour, os relatos textuais enquanto um “laboratório do cientista social” (2012a, p. 187). Ou seja, a prática laboratorial do pesquisador ou do etnógrafo, por exemplo, é uma prática também textual, desde a produção de descrições de observações, passando por transcrições de declarações de atores e até a escrita do próprio texto dissertativo.

Através das entrevistas aprofundadas, conduzidas com base nas imagens e interações apresentadas pelos participantes na rede social, buscou-se compreender algumas das experiências ali produzidas. Dessa forma, a observação das práticas do *selfie*, relacionadas a esses personagens, completa-se através de suas falas.

¹⁰ Todos os nomes foram trocados, para garantir o anonimato, e as entrevistas foram conduzidas tendo como base análises de suas fotografias publicadas no *Instagram*.

¹¹ Para detalhes dos filtros e critérios de seleção, ver PASTOR, 2016.

Nossa proposta descritiva – tomando como influência uma filosofia empírica trabalhada por Latour e James – forma-se de três maneiras: através da observação das práticas em rede social, das imagens¹² publicadas e a interação com os personagens selecionados.

Let me take a *selfie*

“Eu faço bastante *selfie*. Bastante *selfie*”, diz Maria. Assim como ela – porém com intensidades, motivações e experiências diferentes –, Tomas, Anna, Matilde, Camilo e Isaura também fazem *selfies*.

“Eu tiro *selfie* sempre no mesmo ângulo”, Maria continua. “Quase sempre no mesmo ângulo. Se tirar de baixo vou ficar gorda, se tirar *selfie* muito de cima vai ficar achatada, então... É sempre do mesmo jeito. Sempre do mesmo lado do rosto”. Essa prática, para ela, varia de acordo com a situação e o que estiver sentindo no momento. São várias as possibilidades e motivos para tirar um autorretrato no estilo *selfie*:

Depende muito do que eu estiver sentindo na hora. Não é uma coisa assim ‘acordei, vou tirar uma *selfie*’, não sou assim também [risos]. É mais assim... estou com uma maquiagem incrível e quero mostrar. Também tem esses extremos e também tem ‘olha só, acabei de tomar uma chuva horrorosa, estou aqui trabalhando no sol’. Já tirei *selfie* assim. Passei o dia inteiro no sol, estava toda vermelha, aí tirei um *selfie* e postei no *Instagram*.

Em uma das imagens publicadas em seu perfil no *Instagram*, Maria aparece em quatro *selfies* diferentes, junto com outras duas amigas. São quatro fotografias distintas agregadas através de montagem em algum aplicativo. Todas estão sorridentes, mas fazem poses diferentes em cada foto. Maria abre a boca em uma delas, como se estivesse gritando; em outra, beija a cabeça de uma de suas amigas, a qual faz uma careta colocando a língua para fora; ou, ainda, uma tampa o rosto da outra com a mão. Na legenda, a frase “Só a gente sabe o que é essa saudade sem fim”, seguida de um coração. Nessa mistura de imagens e poses divertidas, Maria diz estar demonstrando sua alegria em rever sua melhor amiga. Ela havia acabado de voltar de um intercâmbio no exterior, mas iria passar apenas dez dias na cidade: “Ela não queria que as pessoas ficassem sabendo que ela estava aqui. Então... é minha melhor amiga, minha melhor amiga está voltando da Inglaterra para ficar alguns dias aqui, eu não vou deixar de postar uma foto com ela!”. Compartilhar essas diferentes imagens era muito importante para Maria, comemorando o encontro e mostrando toda a saudade que estava sentindo. Como

¹² Para garantir o anonimato dos entrevistados, nenhuma fotografia é apresentada em formato de imagem neste trabalho. Por outro lado, deve-se destacar a importância em descrevê-las, colocando-se como uma etapa necessária para observação dos processos envolvidos na prática atual do *selfie*.

sua amiga, no entanto, estava apenas de passagem pela cidade e não queria espalhar essa notícia, a fotografia foi publicada como aparentemente atemporal. “Postamos uma foto que pode ter sido tirada antes dela viajar, entende? E com a legenda também que não quer dizer que ela está aqui”, explica. Para as três, no entanto, a diversão do encontro, assim como o próprio compartilhamento da imagem, representam um momento especial de saudade e amizade.

Todo mundo diz que eu me mexo muito nas fotos, justamente porque eu tiro várias fotos, para ver qual vai ser mais legal. Só que com minhas amigas mais próximas, e no caso essas são minhas melhores amigas, você se solta mais com as pessoas, você faz coisas que não necessariamente faria com outras. Acaba dando uma sequência de imagens, é como se você tivesse em movimento. Eu gosto disso, por isso que tem várias fotos no meu *Instagram* como essas quatro.

Observando as publicações de Maria no *Instagram*, é possível perceber seu costume de produzir *selfies*, demonstrando situações e pessoas diferentes envolvidas – fotos em grupo no *happy hour* do trabalho, com amigos no parque ou sozinha mostrando sua roupa nova no espelho. Em situações diversas, percebe-se um sentido de proximidade e diferentes formas de intimidade entre aqueles que aparecem nas fotos – com rostos grudados e sorrisos para a câmera –, ou, mesmo em um *selfie* individual, através dos comentários e interações dos amigos – com *emoticons*, elogios ou frases engraçadas. Extrapolando uma lógica individual, a própria ação de compartilhamento, ampliando possibilidades de visualização e interação, demonstra, em uma experiência desenvolvida por Maria, enquanto uma prática relacional.

Essa intimidade partilhada acaba envolvendo, como sugere a própria Maria, o momento de tirar *selfies* com suas amigas, assim como a vontade de compartilhar as imagens. Trata-se, como chama Amparo Lasén (2015), de uma modulação da intimidade através de práticas banais e cotidianas de produção e compartilhamento de *selfies*. Seria essa, portanto, uma prática contemporânea de produção de imagens de si atrelada a uma experiência de facialidade? Segundo a autora, as “práticas contemporâneas de fotografia digital remediaram a sociabilidade, a relação com o corpo (*embodiment*) e a subjetividade”¹³ (LASÉN, 2015, p. 63), incluindo, especialmente, a prática do *selfie*. Esse tipo de imagem, defende a autora, mostra-se como bastante relacional e interativa.

“Você costuma tirar *selfie*?”, pergunto a Tomas. “Muito raramente. Não tenho nada contra, acho que é legal, mas eu não costumo ser muito o objeto de minhas fotos”, ele diz. Seu perfil no *Instagram*, de fato, exhibe muito mais foto cotidiana relacionada aos ambientes e objetos ao seu redor – comidas, gatos,

¹³ “Contemporary digital photography practices re-mediate sociability, embodiment and subjectivity.”

espaços urbanos, livros, objetos diversos etc. – do que autorretratos. No entanto, vez ou outra um *selfie* é compartilhado. Dentre eles, selecionei um no qual Tomas se fotografa através do espelho, segurando o *smartphone* em uma das mãos. O espelho está fixado em uma porta e, através dele, vê-se Tomas vestido com uma camisa laranja, deixando aparecer suas tatuagens do braço esquerdo, bermuda preta e tênis. “Fiz dentro de casa, em um sábado”, ele diz, “aí foi mais mesmo um registro pessoal”. Tomas explica que teve um acidente este ano, quebrando “o cotovelo esquerdo, coloquei placa, parafuso, e alguns amigos tinham pedido para ver como que estava, e se isso tinha impactado as tatuagens”. Trata-se de uma foto, então, para mostrar aos amigos sua melhora. É um “*selfat*”, ele brinca, juntando as palavras *selfie* e *fat* (gordo em inglês). No campo dos comentários, um amigo responde: “Tá *fat* nada”.

Já Anna diz que *selfie* e comida são os tipos de foto mais comuns em seu cotidiano fotográfico. Para ela, a prática do *selfie* remete principalmente a uma forma de criar um registro visual próprio de sua aparência. “Em primeiro lugar”, explica, “as *selfies* são um auto diário, um diário de mim mesma, de como eu pareço, porque minha aparência é uma questão de empoderamento para mim”. O perfil no *Instagram* de Anna está repleto de *selfies*, seja em sua casa, na praia, em um local turístico ou na sala de aula. Seu visual, inclusive, muda constantemente, especialmente em relação ao cabelo: mechas roxas em algum momento, fios completamente pintados de loiro em outro, ou então completamente pretos a combinar com um batom preto.

Quando eu cortei meu cabelo curto a primeira vez, meio que marcou um *break* visual estético em relação ao meu passado. Foi muito importante para minha trajetória enquanto pessoa, então eu meio que faço um diário visual de mim mesma, como eu estou, como meu cabelo está. Atualmente ele está assim, mas já foi de várias maneiras diferentes. É também uma questão de você colocar uma imagem que você tenha o total controle na internet, coisa que acontece muito pouco, não é? Você não tem muito controle de quando e onde você sai, quanto com amigos ou pessoas que viram *memes* e são ridicularizadas. O fato de eu não ser exatamente uma pessoa com *look mainstream*, eu sou gorda, eu sou *queer*, eu sou várias coisas. Então tem uma questão importante de empoderamento enquanto sujeito, enquanto indivíduo.

Em um dos *selfies* publicados no *Instagram*, Anna está em algum lugar ensolarado, deitada em uma rede, usando óculos escuros e com o cabelo totalmente loiro. Na parte de baixo da imagem escreveu “feriado”, colocando um ícone de sol bem ao lado. Como estava calor, explica Anna, deitou na rede do albergue no qual estava hospedada junto com a namorada e então fez um *selfie* nessa posição. “Você pode ver que é outro momento do meu cabelo, nessa história de também registrar o *look em si*”, diz Anna. “Então ela é meio uma foto para dizer

'estou viajando no feriado, estou num lugar legal, estou gatinha'. Meio que isso assim, registrar essa viagem".

Matilde, assim como Anna, expressa questões semelhantes em relação à prática do autorretrato através de *smartphones*: "Eu gosto de *selfie*, gosto um pouco de quebrar essa coisa de que você não pode se fotografar, no sentido de registrar algo que é bonito, entendeu? E acho interessante essa coisa do olhar". Trata-se justamente da impressão obtida ao se observar com atenção as publicações de Matilde no *Instagram*. Sua prática do *selfie* aponta para um sentido experimental, expressivo e performático. Vemos Matilde em diferentes poses, filtros de imagem, maquiagens, roupas e situações. Em uma dessas publicações, por exemplo, ela aparece com os lábios e os contornos dos olhos pintados com uma cor azul brilhante, olhando fixamente para a câmera. O enquadramento é bem próximo, mantendo um corte logo acima dos olhos e abaixo dos ombros. A legenda completa a imagem: "Ponha rendas de neve no meu rosto, deixe a névoa cobrir minha retina". Questionada sobre a situação daquela foto, Matilde disse se tratar de um momento lúdico no qual resolveu testar maquiagens. "Chegou em um tempo mais ou menos como eu queria, uma coisa meio sereia. (...) E aí fiquei fotografando, tirando várias fotos", explica. Após diversas imagens formadas através da prática do *selfie*, uma delas é compartilhada. Essa prática completa-se também com as interações em rede sociais. Neste caso, especialmente suas amigas manifestaram-se com elogios e afetos: "Deusa!", "Lindaaa", "Ain meu coraçãun", ou simplesmente "Saudade".

Esse olhar para si, assim como o compartilhamento de imagens de si, coloca-se tanto como algo de autoafirmação ou aceitação de seu estilo de vida e visual, como é o caso de Anna e como indica Matilde, quanto em formas de aproximação e partilha de intimidade entre aqueles que participam ou visualizam algum *selfie*, a exemplo de Tomas mostrando-se curado ou Maria em um momento íntimo de diversão com suas amigas.

Tais formas de produção de intimidade e de subjetividade revelam a necessidade de se evitar uma ruptura radical entre o exterior e o íntimo¹⁴. Deve-se, então, perceber inclusive as formas materiais – todo um vasto mundo de objetos e pessoas a nossa volta – capazes de associar-se aos nossos psiquismos, seja uma droga prescrita pelo psiquiatra, um filme de terror, uma carta de amor ou um *selfie* com seus melhores amigos. Seguimos, portanto, as redes que permeiam as interioridades através das exterioridades; reveladas, em nosso caso, com a experiência envolvida na prática de auto fotografia por meio do *smartphone*.

¹⁴ Ver as particularidades do modo de existência da metamorfose (LATOURE, 2012b).

Muitas dessas imagens, produzidas e compartilhadas pelos entrevistados, impulsionam a modulação de suas intimidades; fazem Anna se sentir bem e mostrar a seus amigos cada visual novo; fazem Maria se divertir com suas amigas, refletindo o carinho e saudade que sente por elas. Não se trata simplesmente da imagem, mas também do próprio momento de produção e do posterior compartilhamento dos *selfies* – o importante é perceber a prática, o processo fotográfico. São experiências de facialidade atreladas à própria prática fotográfica, faces interligadas com a experiência de olhar para o outro, em uma partilha de intimidade – uma comunhão entre microesferas relacionais, como sugere Sloterdijk (2011) – através da multiplicação e difusão de autorretratos digitais. Não é um individualismo purificado, mas uma individualidade construída pela relação e através de imagens de si.

Em conformidade com as materialidades dessa partilha de intimidade, deve-se, ainda, perceber que não há *selfie* sem o envolvimento de dispositivos e técnicas¹⁵. A própria prática do *selfie* surge – e se torna neologismo transformado logo em seguida em palavra dicionarizada – em associação a tecnologias de informação e comunicação. Não se trata apenas de um autorretrato, mas de um autorretrato realizado através do *smartphone* e compartilhado em redes ou aplicativos sociais.

Tomemos, como exemplo, imagens feitas por Camilo e Isaura. Suado, com uma camisa verde clara e no meio do asfalto, Camilo compartilha um *selfie* com a seguinte legenda: “Eu trabalho, estudo, malho e corro!!! É amor”. Na parte inferior da imagem, há alguns dados de corrida gerados pelo aplicativo *Nike Running*¹⁶, através do qual é possível medir seu desempenho em uma corrida e depois compartilhá-lo conjuntamente com uma imagem. Aparentando, através de seu rosto, estar ao mesmo tempo cansado e feliz, Camilo esticou a mão e se fotografou através da câmera frontal do *smartphone*.

Já Isaura compartilhou um *selfie* bem próximo ao rosto, mostrando-se apenas dos ombros para cima, usando óculos escuros e uma tiara azul na cabeça. É um autorretrato que evidencia o contraste entre seu cabelo preto e a pele branca. Observando com mais atenção, percebe-se, no reflexo dos óculos escuros, um céu azul, um coqueiro e suas duas mãos esticadas segurando o *smartphone*. “Esse dia foi um dia na praia, estava tranquila aproveitando e aí decidi tirar uma *selfie*”, ela explica. “Como você fez, usou a câmera frontal?”, eu pergunto. Isaura responde:

Foi a câmera frontal. Aí eu estava deitada na areia, se não me engano. Eu não gosto muito porque aparece o reflexo da mão

¹⁵ Ver as particularidades do modo de existência da técnica (LATOUR, 2012b).

¹⁶ Referência presente em: <http://www.nike.com.br/running/nikeplus?icid103771>. Data de acesso: 10 mai. 2017.

segurando o celular nos olhos, mas eu gostei das cores na foto, da minha pele, eu tenho muita pintinha, então gostei e tirei a *selfie*.

Ou seja, ela esticou as duas mãos e começou a ver sua imagem na tela do celular, orientando-o de forma a manter o enquadramento desejado.

Como lembra André Gunthert (2015, p. 5), a câmera frontal do *iPhone 4*, lançado em 2010, possuía uma definição de apenas 480 x 640 pixels e foi desenvolvida com o intuito de permitir videoconferências: “A câmera frontal se inscreve na genealogia da *webcam*, um equipamento comum nos anos 2000, destinado especialmente, não ao retrato, mas à comunicação visual”¹⁷. A relação híbrida entre a experiência fotográfica e o aparelho faz surgir essa nova prática, chamada de *selfie*, ao mesmo tempo em que reconfigura o próprio *smartphone*. A câmera frontal, cada vez mais, passa a ser tanto uma impulsionadora da prática quanto, pode-se dizer, foi melhorada devido ao uso intenso para autorretratos. Trata-se ainda de um tipo de comunicação visual, mas não mais atrelado à videoconferência, e sim à produção constante de *selfies*. Com a popularidade dessa prática, o próprio dispositivo já a incorpora através de formas de organização da experiência, a exemplo do *iPhone*, capaz de organizar automaticamente imagens chamadas de *selfie* em uma pasta homônima.

O *smartphone*, no caso dessa relação fotográfica, é também moldado a partir do uso, apropriações e experimentações cotidianas daqueles que o utilizam para produzir imagens. Trata-se, como já apontava Vilém Flusser (2009) em relação à fotografia, sempre de uma fusão entre funcionário – o sujeito que fotografa – e o aparelho – no nosso caso, o *smartphone*. Não seria possível, portanto, pensar em um sujeito autônomo ou um aparelho neutro; percebe-se um “fotógrafo-aparelho”, assim como, de maneira semelhante – segundo a TAR –, há sempre híbridos. Para Flusser (2009, p. 53), inclusive, “O aparelho da indústria fotográfica vai assim aprendendo, pelo comportamento dos que fotografam, como programar sempre melhor os aparelhos fotográficos que produzirá”. Aqueles que fotografam, como defende o autor, são também funcionários do próprio aparelho. Em nossa análise, esse caráter é ainda mais híbrido: o *smartphone* impulsiona a prática do *selfie*, ao mesmo tempo em que ele se molda e se transforma para adequar-se à própria prática.

Conclusão

¹⁷ “La caméra frontale s’inscrit dans la généalogie de la webcam, un équipement courant dans les années 2000, spécialement destiné, non au portrait, mais à la communication visuelle.”

Imagens chamadas de *selfies* multiplicam-se diariamente pelas redes sociais. Maria, Tomas, Anna, Matilde, Camilo e Isaura demonstram apenas um pequeno recorte de possíveis experiências envolvidas com a prática da auto fotografia realizada através de *smartphones*. O objetivo deste artigo é dar início a uma investigação que merece maior aprofundamento, solicitando mais personagens, novas descrições e discussões. Os seis personagens, no entanto, já apontam alguns caminhos possíveis para se compreender as relações envolvendo o dispositivo fotográfico híbrido, as experiências de facialidade e a prática de produção de imagens.

Através das descrições apresentadas, percebem-se aspectos conversacionais proporcionados pelas imagens, com uma prática de auto fotografia bastante associada ao compartilhamento em redes sociais. Criam-se, ainda, tipos diferentes de relações e interpretações da intimidade; trata-se de uma intimidade relacional e partilhada através da produção e disseminação de imagens de si. Ou seja, percebe-se, ao invés de uma centralidade no indivíduo, um tipo de experiência na qual a relação com o outro – através de uma partilha de sentimentos, imagens, rostos e momentos – coloca-se como fator importante para a constituição dos processos em torno da prática do *selfie*. A intimidade torna-se, portanto, relacional; extrapola uma representação de si, fechada em uma simples exaltação ou exposição do eu, para se apoiar – como indicam as práticas dos personagens aqui apresentados – em uma experiência de compartilhamento.

Ainda assim, a prática do *selfie* demonstra, para além da aparente banalidade de uma produção de autorretratos instantâneos, possíveis formas de relação com a própria aparência ou como uma experiência lúdica de proximidade. Nessa partilha de intimidade – numa comunhão de esferas relacionais –, visualiza-se também o hibridismo com o próprio aparelho. A prática do *selfie* surge misturando-se com uma longa rede imagética e cultural de autorretratos, associado às potencialidades comunicativas do *smartphone*.

Com o suporte de uma filosofia relacional, o artigo direciona-se não apenas às imagens, à câmera ou ao sujeito que fotografa, mas à própria prática de produção de autorretratos através do *smartphone*. Desenvolve-se, assim, um olhar atento às experiências. O *selfie* é compreendido enquanto prática, não apenas como um tipo de imagem. Evita-se, com essa perspectiva, um posicionamento prévio de julgamento do fenômeno – seja chamando-o de nocivo e narcisista, como é mais comum, ou, de maneira oposta, tratando-o previamente como libertador e revolucionário. Se pensado enquanto prática, ao invés de purificá-lo, o *selfie* exhibe sua complexidade, suas diversas experiências de facialidade em uma multiplicação e disseminação intensa de imagens.

Referências

- GUNTHER, André. La consécration du selfie. **Études photographiques**, n. 32, jul. 2015.
- FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Sinergia Relume Dumará, 2009.
- HALPERN, Daniel; VALENZUELA, Sebastián; KATZ, James E. "Selfie-ists" or "Narci-selfiers"?: A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism. In: **Personality and Individual Differences**, v. 97, p. 98–101, 2016.
- HESS, Aaron. The Selfie Assemblage. In: **International Journal of Communication**, v. 9, p. 18, 2015.
- JAMES, William. **Pragmatismo e outros textos**. Coleção os pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- LASÉN, Amparo. Digital Self-Portraits: Exposure and the Modulation of Intimacy. In: CARVALHEIRO, José; TELLERIA, Ana (Org). **Mobile and Digital Communication: Approaches to Public and Private**. Covilhã: LABCOM, 2015.
- LATOURETTE, Bruno. Spheres and Networks. Two ways to reinterpret globalization. **Harvard Design Magazine**, n. 30, p. 138-144, 2009.
- _____. **Reagregando o social**. Uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador-Bauru: EDUFBA-EDUSC, 2012a.
- _____. **Enquête sur les modes d'existence**: une anthropologie des Modernes. Paris: Éditions La Découverte, 2012b.
- LEMOS, André. **A comunicação das Coisas**. Teoria Ator-Rede e Cibercultura. São Paulo, Annablume, 2013.
- PASTOR, Leonardo. **Processo fotográfico**: automatismo e retorno ao manual na prática da fotografia através do *smartphone*. f.223. 2016. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.
- PERSICHETTI, Semonetta. Dos elfos aos selfies. In: KUNSCH, Dimas; PERSICHETTI, Simonetta (Org). **Comunicação**: entretenimento e imagem. São Paulo: Editora Plêiade, 2013.
- SELFIE. In: **Oxford Dictionaries**. Reino Unido: Oxford University Press, 2015. Disponível em: <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/selfie>>. Acesso em: 6 de setembro, 2016.
- SENFT, Theresa M.; BAYM, Nancy K. What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. In: **International Journal of Communication**, v. 9, n. 0, p. 1588-1606, 2015.
- SOURIAU, Étienne. **Les différents modes d'existence**. Paris: Presses Universitaires de France, 2009.
- SLOTERDIJK, Peter. **Bubbles**: Spheres Volume I: Microspherology. Los Angeles: Semiotexte(e), 2011.
- TARDE, Gabriel. Monadologia e sociologia. In: _____. **Monadologia e sociologia**: e outros ensaios. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- WEISER, Eric B. # Me: Narcissism and its facets as predictors of selfie-posting frequency. **Personality and Individual Differences**, v. 86, p. 477-481, 2015.

WHITEHEAD, Alfred North. **O conceito de natureza**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

A cobertura do Campeonato Mundial Amador em *Surfing* (1978-1990)

Coverage of World Surfing Championships in *Surfing* magazine, 1978-1990

RAFAEL FORTES

Doutor em Comunicação pela UFF. Professor do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio) e do corpo permanente do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Jovem Cientista do Nosso Estado (2015-2017) da Faperj e coordenador (2017-2018) do grupo de pesquisa Comunicação e Esporte da Intercom. Brasil. E-mail: raffortes@hotmail.com

Edição v.36
número 2 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 36 (1)
ago/2017-nov/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

FORTES, Rafael. A cobertura do Campeonato Mundial Amador em Surfing (1978-1990). Contracampo, Niterói, v.36, n. 02, pp. 174-199, ago. 2017/nov. 2017

Enviado em: 28 de abril de 2017 / Aceito em: 22 de junho de 2017

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i2.955>

Resumo¹

Este artigo analisa edições da revista *Surfing* entre os anos de 1978 e 1990 com dois objetivos. Primeiro, traçar um panorama da cobertura dos campeonatos mundiais amadores de surfe entre 1978 e 1990. Segundo, analisar a cobertura da participação da África do Sul em 1978 e da não participação do país em campeonatos mundiais amadores entre 1980 e 1990. O *corpus* é composto pelas edições da revista publicadas no intervalo de anos indicado. A metodologia segue os procedimentos sugeridos por Luca (2005) para a pesquisa histórica que tem como fonte e objeto os impressos, combinados com a perspectiva de defendida por Booth (2008). Quanto ao primeiro objetivo, as coberturas enfatizam os aspectos efetivamente competitivos, como o desempenho dos atletas e das equipes, sobretudo do EUA. No que diz respeito ao segundo objetivo, na maioria dos casos a ausência da África do Sul foi silenciada.

Palavras-chave

esporte; mídia; revista; boicote; Estados Unidos da América.

Abstract

This paper examines issues of *Surfing* magazine from 1978 until 1990. It has two aims. Firstly, to provide an overview of World Surfing Championships coverage in *Surfing* magazine between 1978 and 1990. Second, to address specifically the coverage of the participation of South Africa in 1978 and the non-participation between 1980 and 1990. The corpus consists of issues of the magazine published between the years mentioned above. The methodology follows the procedures suggested by Luca (2005) for historical research that has printed periodicals as both source and subject, combined with the perspective set forward by Booth (2008). As for the first aspect analyzed, the coverage emphasizes competitive aspects, such as the performance of athletes and teams, especially the USA's. Concerning the second aspect, in most cases the absence of South Africa was silenced.

Keywords

sport; media; magazine; boycott; United States of America.

¹ Este artigo é uma versão ampliada e revista de comunicação apresentada no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. O trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e integra pesquisa de pós-doutorado realizada no Departamento de História da University of California, San Diego (UCSD), nos Estados Unidos. Os exemplares de *Surfing* foram consultados nos acervos da Special Collections and University Archives da San Diego State University (SDSU) e do California Surf Museum.

Introdução

Em 1978, a cidade de East London, na África do Sul, recebeu o Campeonato Mundial de Surfe Amador. A trajetória até a realização do evento foi difícil: não houvera um campeonato do gênero desde 1972 e a entidade responsável pelos anteriores, a International Surfing Federation (ISF), deixara de atuar.² A retomada dos campeonatos mundiais contou com a participação ativa de Basil Lomborg, dirigente sul-africano que liderou o movimento de criação de um novo órgão para supervisionar o surfe amador internacional, agregando as confederações nacionais, e organizar a competição (HOLMES, 1981).³ Exceto pelo boicote da seleção australiana, o campeonato foi realizado aparentemente sem problemas.

No cenário esportivo internacional, ao final da década de 1970 a África do Sul encontrava-se afastada da maioria das competições, como resultado de um boicote⁴ estabelecido por governos nacionais e entidades esportivas que atingiria o auge durante os anos 1980. O país fora expulso do Comitê Olímpico Internacional (COI) em 1970, tendo feito sua última participação em Jogos Olímpicos em 1960 (Booth, 1998).

Este trabalho integra uma pesquisa cujo objetivo é analisar as representações construídas em revistas de surfe dos EUA em torno da relação entre a modalidade e o boicote esportivo à África do Sul. Parte-se da premissa de que o surfe ocupou um espaço bastante peculiar em relação ao boicote internacional, pois, entre a criação do Circuito Mundial profissional, em 1976, e a suspensão do boicote pela maioria das entidades esportivas internacionais, em 1991, em todos os anos foi realizada ao menos uma etapa no país e a participação de atletas sul-africanos foi constante. O foco deste artigo no âmbito amador se explica pela escassez de investigações a respeito. Entre as pesquisas que abordam revistas de surfe no período, nenhuma se dedica ao tema. Mesmo nos raros trabalhos que abordam o surfe e o boicote esportivo ao país, pouca (THOMPSON, 2015) ou pouquíssima (LADERMAN, 2014) ênfase é dada ao surfe amador e aos campeonatos mundiais da categoria.

O primeiro objetivo deste artigo é traçar um panorama da cobertura dos

² Desconheço a existência de trabalhos que descrevam e analisem o ocaso da ISF. Warsaw (2003, p. 291-2) credita a desestruturação da ISF após o campeonato de 1972 a um conjunto de fatores, entre eles a falta de prêmios em dinheiro e o desinteresse pelo evento. INTERNATIONAL Surfing Federation (ISF).

³ As referências relativas às fontes e à bibliografia científica estão todas ao final por determinação dos editores de *Contracampo*.

⁴ Por "boicote", refiro-me a um conjunto de medidas, que incluem pressões pela não participação de atletas e equipes da África do Sul em competições no exterior e/ou pela não realização de eventos no país. Em muitos casos, tais pressões incluíram ameaças de não comparecimento de países ou blocos de países caso um determinado evento tivesse participação de delegação representando a África do Sul.

campeonatos mundiais amadores na revista *Surfing* entre 1978 e 1990. O segundo é analisar a cobertura da participação da África do Sul em 1978 e da não participação entre 1980 e 1990. Para tanto, analisa um *corpus* constituído por todas as edições do periódico publicadas no intervalo de anos indicado. Do ponto de vista metodológico, a descrição e análise seguem os procedimentos sugeridos por Luca (2005) para a investigação histórica que tem como fonte e objeto os impressos. A perspectiva de análise aproxima-se da defendida por Booth (2008), “uma abordagem analítica de baixo para cima [ou seja, a partir das fontes], que considera a revista em seus próprios termos”, articulando-a com o contexto em que é produzida e circula (p. 20).⁵

* * *

Criada em 1964 com o título *International Surfing*, *Surfing* “emergiu de um monte de revistas de surfe sediadas no Sul da Califórnia no início e meados dos anos 1960” para tornar-se, na década seguinte, uma das duas – sendo *Surfer* a outra – que dominaram o mercado nos EUA entre aquele período e o presente (WARSHAW, on-line). Começou como bimestral e mudou algumas vezes de perfil, de proprietário e de sede ao longo dos anos 1960 e 1970⁶. Além do mercado estadunidense, onde tinha ampla circulação, estabeleceu-se como uma das três principais publicações de surfe do mundo. Circulou em todos os continentes e teve influência mundial. A venda em banca de seus exemplares (ou a mera possibilidade de sua chegada) criava expectativas em diversas cidades, inclusive do Brasil, como Rio de Janeiro e São Paulo (FORTES, 2011; BRANDÃO, 2014; MÍDIAS, 2014). Deixou de circular no início de 2017. Em 2001, após aquisições envolvendo grupos editoriais que compraram uns aos outros, *Surfing* passou a ser propriedade da mesma empresa (Primedia) que publicava sua principal concorrente, *Surfer*; “em 2013, *Surfing*, *Surfer* e *TransWorld Surf*, as três maiores revistas da modalidade, eram propriedade da mesma empresa, Source Interlink Media” (WARSHAW, on-line; PIERSON, 2017). Passaram por ela cronistas (como Drew Kampion e Nick Carroll) e fotógrafos (como Don James e Dan Merkel) que se tornariam referências na subcultura do surfe (FORTES, 2011; BRANDÃO, 2014; MÍDIAS, 2014). Contava com textos, colunas e reportagens escritos por surfistas profissionais. Alguns, como

⁵ Todas as traduções de trechos das fontes e da bibliografia em inglês foram realizadas por mim.

⁶ Durante a maior parte dos anos 1970, *Surfing* foi bimestral. No corpo do texto, por uma questão de fluência, optei por mencionar apenas um mês, sempre o primeiro do bimestre – as referências completas são encontradas no fim do texto. Quanto ao período propriamente dito de circulação, é difícil sabê-lo com precisão para cada edição. Parece-me que cada edição chegava às bancas aproximadamente no início do bimestre anterior ao da data que aparecia no expediente. Por exemplo, anunciou-se que a edição de outubro-novembro de 1976 estaria “à venda em 3 de agosto” (SURFING, ago-set 1976, p. 118).

Peter Townend e o sul-africano Michael Tomson, passaram a integrar o expediente.

Surfing colocava-se como *apolítica*, o que constitui outra razão para sua escolha como objeto empírico, como se verá adiante no artigo. Ademais, ela apresentava a si mesma como “a melhor em cobertura séria de campeonatos profissionais” e “a fonte confiável sobre o que está acontecendo no dinâmico mundo do surfe profissional”, que constituía seu foco (WARSHAW, on-line; SURFING, mai. 1982, p. 12).

Não obstante, em outubro de 1980, a publicação afirmava um compromisso com o surfe amador:

1964 foi um ano brilhante para o mundo do surfe. Aquele ano testemunhou não apenas a primeira edição da revista *Surfing*, mas o Campeonato Mundial de Surfe Amador também foi realizado pela primeira vez. A revista *Surfing* tem sido uma defensora do surfe amador desde o início, e este ano não será diferente, quando o 8º. Campeonato Mundial de Surfe começar (...) ⁷ (AT RANDOM, 1980, p. 27).

De fato, ela dedicava espaço a este âmbito do surfe: regularmente perfilava jovens surfistas e publicava o resultado de competições. Mas, no que diz respeito às fotos, elemento mais valorizado das revistas de surfe, relativamente poucas eram de surfistas amadores (e da faixa etária que predomina nas competições da categoria, abaixo de 20 anos). Independentemente do espaço dedicado aos competidores não profissionais, a valorização do evento em questão aparece em diversos momentos, como neste editorial de 1988: “(...) o Campeonato Mundial bianual de surfe amador sempre foi considerado um dos eventos mais espetaculares do esporte” (VARNES, 1988, p. 48). Os elogios e a relevância atribuída ao evento constituem um terceiro fator que justifica o foco na publicação neste artigo.

O Campeonato Mundial de Surfe foi um evento “(...) realizado em diferentes locais ao redor do mundo entre 1964 e 1994 (...)” (WARSHAW, 2003, p. 710-11). Entre 1964 e 1972, ele era o mais importante do esporte, foi organizado pela ISF⁸ e admitia a participação de profissionais.⁹ Após um hiato durante os anos 1970, uma nova entidade, a “International Surfing Association (ISA) foi formada em

⁷ 1964 was a stellar year for the surfing world. Not only did that year witness the, first issue of SURFING Magazine published, but the World Amateur Surfing Championships also held their inaugural contest. SURFING Magazine has been an advocate of amateur surfing since the beginning, and this year is no different, as the 8th World Championships of Surfing get underway (...). AT Random. *Surfing*, v. 16, n. 10, out. 1980, p. 27.

⁸ Exceto pelo de 1964 (WARSHAW, 2003, p. 710-11).

⁹ O conceito de *profissional* é tão importante quanto pouco discutido e problematizado nos estudos do esporte no Brasil (à exceção de alguns trabalhos sobre futebol nas quatro primeiras décadas do século XX). Refiro-me aqui à participação de surfistas que recebiam prêmios em dinheiro em outros campeonatos e/ou contavam com alguma forma de patrocínio ou ajuda financeira. O Campeonato Mundial não distribuía prêmios em dinheiro, mas medalhas e troféus.

1976, ocupando o lugar da ISF, para prover uma estrutura mais ou menos consistente de Campeonatos Mundiais” (WARSHAW, 2003, p. 291-292). Ainda de acordo com a *Encyclopedia of Surfing*, o certame “foi oficialmente denominado Campeonato Mundial de Surfe Amador entre 1978 e 1994, para deixar clara a distinção em relação ao circuito mundial profissional fundado em 1976.”¹⁰ Retomado com um evento de pequena escala em 1978, “o campeonato cresceu nos anos que se seguiriam, e em 1988, os surfistas competiram nas divisões masculina, masculina júnior, feminina, *longboard*, *bodyboard* e *kneeboard*, assim como na pontuação geral por equipes” (WARSHAW, 2003, p. 710-11).

O Campeonato Mundial Amador buscava se aproximar dos eventos olímpicos. Havia cerimônias de abertura e de encerramento, nas quais as delegações desfilavam com um atleta à frente carregando a bandeira do país. O certame fez parte dos esforços da ISA evidenciar que o esporte está presente em numerosos países de diferentes continentes – tarefa complicada, considerando-se a pouca ou nenhuma penetração, durante o século XX, na maioria dos países da África, Ásia e Europa. “A ISA tornou-se membro da General Assembly of International Sports Federations em 1987, tornando-a um passo mais próxima da aprovação para os Jogos Olímpicos pelo Comitê Olímpico Internacional” (WARSHAW, 2003, p. 291). Em 1995, ela foi reconhecida pelo COI como o órgão que governa os esportes sobre ondas (50TH, [s.d], on-line).¹¹

Em revistas e filmes de surfe, assim como em livros escritos por surfistas e/ou jornalistas, são comuns referências aos vencedores até 1972 como simplesmente *campeões mundiais*, sem a adjetivação de *amadores* que seria adotada em 1978. Para um jornalista de *Surfing*, o evento era relevante sobretudo pela oportunidade de reunir pessoas envolvidas com o esporte em diferentes países para intercâmbio de informações – algo difícil até meados dos anos 1990, antes do advento da internet (HOLMES, 1981, p. 62).

Feita esta breve apresentação de *Surfing* e do Campeonato Mundial Amador, passo à análise da cobertura de 1978 a 1990.

Os Campeonatos Mundiais de Surfe Amador em *Surfing*

Conforme apontado no parágrafo inicial, Basil Lomborg, presidente da South African Surfriders’ Association (SASA), foi um importante articulador para a

¹⁰ De acordo com Warshaw (2003), “o Campeonato Mundial de Surfe Amador foi substituído em 1996 pelos Jogos Mundiais de Surfe” (p. 710-11).

¹¹ Em 1988, uma nota afirmava que “(...) o esporte (...) tem uma grande chance de fazer parte da Olimpíada de 1996” (VARNES, 1988, p. 85). Em agosto de 2016, o COI anunciou o surfe e o skate entre as cinco modalidades incluídas nos Jogos Olímpicos de 2020, agendados para Tóquio (IOC, 2016).

fundação da ISA e a retomada dos mundiais amadores (THOMPSON, 2015). Isto constitui uma das evidências do quanto o surfe competitivo se distanciava da posição da maioria das entidades esportivas em relação ao boicote. Enquanto em outras modalidades as confederações sul-africanas e seus representantes estavam banidos, suspensos ou haviam sido expulsos, no surfe não apenas o campeonato foi realizado no país, mas o presidente da SASA articulou a criação da entidade e foi eleito presidente, ocupando o cargo por quatro anos (1976-1980) (WARSHAW, 2003, p. 291). Durante o período, a África do Sul foi também sede da ISA, segundo a determinação de que “o escritório-sede da organização ficaria localizado no país de quem estivesse cumprindo o mandato de presidente da ISA”.¹²

Na edição de outubro de 1978, uma nota afirmava que “haverá ao menos cinco países representados no” 7º. Campeonato Mundial de Surfe Amador, previsto para ocorrer entre 3 e 24 de julho em Nahoon Reef (África do Sul) e parabenizava os escolhidos para representar os EUA (SURFING, out.-nov. 1978, p. 34). Diferentes fontes apontam as limitações da competição de 1978. De acordo com a *Enciclopédia do Surfe*, “seis países competiram num Campeonato Mundial de Surfe pequeno e com duração de um dia” (WARSHAW, 2003, p. 291). O preço alto das passagens aéreas desde diversos países¹³ até a África do Sul e o próprio fato de o país ser a sede (considerando-se as articulações internacionais antiapartheid) provavelmente dificultaram o comparecimento de atletas e seleções. Contudo, desconheço fontes ou pesquisas a respeito.

Do ponto de vista organizacional, refundou-se praticamente do zero uma federação internacional num momento tumultuado do cenário do surfe profissional, em que o iniciante circuito da International Professional Surfers (IPS) enfrentava resistências e divergências (BOOTH, 2001). Houve uma preocupação com relação a como reagiriam os envolvidos com o profissionalismo. De acordo com texto de um dos principais dirigentes da IPS, um ponto de pauta da primeira assembleia da entidade era “distinguir e separar profissionais e amadores”, sendo que os últimos poderiam “competir no 7º. Campeonato Mundial de Surfe Amador, reconhecido pela ISA, previsto para a África do Sul”. O artigo acrescentava que “o diretor executivo da IPS, Sr. Fred Hemmings, disse: ‘O conselho diretor da IPS está comprometido com o reconhecimento de uma associação amadora forte. Apoiamos 100% a recém-formada ISA’” (RARICK, 1977, p. 21).

Pelo que se pode perceber, os dirigentes da ISA consultaram os da IPS,

¹² Desconheço fontes ou pesquisas que expliquem tal medida. Considero que, dada a escassez de recursos, a saída mais prática (e talvez a única viável) tenha sido um rodízio entre as federações, com o presidente e a entidade local (nacional) acumulando a infraestrutura, as tarefas e os custos de manter a ISA em funcionamento. Trata-se de uma questão a investigar (WARSHAW, 2003).

¹³ Como se verá adiante, à época as principais seleções eram Austrália, Estados Unidos e Havai – todos situados a milhares de quilômetros da África do Sul.

com, ao menos, dois propósitos: estabelecer critérios que separassem os dois âmbitos do esporte; e obter apoio dos organizadores do circuito profissional, que naquele momento ganhava força e visibilidade. O prognóstico para 1977 era otimista:

Com o surfe profissional entrando, o circuito de 1977 com premiação muito superior a US\$ 100.000 e os amadores vislumbrando o prestígio do Campeonato Mundial, o surfe está se movendo adiante num ritmo impressionante. O público em geral agora pode atribuir ao surfista profissional a aclamação merecida por qualquer esportista com similar status¹⁴ (RARICK, 1977, p. 21).

Durante o período de pesquisa pós-doutoral na Califórnia, entrei em contato com a ISA, interessado em documentos (como atas e minutas de reuniões; e cartas trocadas com federações) que tratassem da discussão em torno do boicote e da participação da SASA e/ou de equipes e atletas que representavam a entidade. Afirmei que a África do Sul não competira no período indicado devido ao boicote, e que estava interessado em fontes relativas às disputas e negociações que levaram à decisão final em cada Mundial. Eis a resposta:

Com base nas informações que tenho, não posso passar à conclusão de que a África do Sul não competiu devido ao apartheid. Muitos países não conseguem enviar uma equipe porque simplesmente não há recursos. Infelizmente, de fato não há quaisquer documentos para sustentar ou negar tais alegações.¹⁵

De acordo com a ISA,¹⁶ as informações existentes sobre a participação da equipe sul-africana nos Campeonatos Mundiais entre 1978 e 1990 são as seguintes:

Tabela 1: Campeonatos Mundiais e participação da África do Sul

Ano	Participação da África do Sul	Sede
1978	Campeã	África do Sul
1982	Não competiu	Austrália
1984	Resultados indisponíveis	Califórnia
1986	Não competiu	Inglaterra

¹⁴ With professional surfing entering the 1977 circuit with well over \$100,000 in prize money and the amateurs looking forward to the prestige of the World Championships, surfing is moving ahead at a tremendous pace. The general public is now in a position to acknowledge the professional surfer the acclaim due any sportsman of similar status (RARICK, 1977, p. 21).

¹⁵ Troca de e-mails realizada entre 16/5/2016 e 18/5/2016 com Evan Quarnstrom, coordenador de Mídia e Marketing da ISA, a quem agradeço pelas informações.

¹⁶ Idem.

1988	Não competiu	Porto Rico
1990	Não competiu	Japão

Duas observações sobre estes dados: a) A lista da entidade pula o campeonato de 1980, realizado na França;¹⁷ b) Não há registro dos resultados do campeonato de 1984, realizado no Sul da Califórnia, região onde hoje se localiza a sede da entidade. Não consegui informações ou explicações a respeito destas lacunas, assim como desconheço a data em que a ISA estabeleceu-se definitivamente no estado (e se está na mesma sede e em La Jolla deste então). Provavelmente o sistema de sedes itinerantes contribuiu para espalhar e dificultar o acesso à documentação.

* * *

A cobertura do Mundial de 1978 restringiu-se a um terço de página, numa seção de assuntos diversos. Sob o título “Campeonato Mundial Relançado”, abordou o desempenho de alguns atletas, a realização de um campeonato júnior à parte e os resultados de ambos (WORLD, 1978-1979, p. 31). Informou que o vencedor individual fora um sul-africano, mas não que o país também conquistara o título por equipes. Segundo o texto, havia “representantes de todas as grandes nações do surfe (exceto a Austrália, que retirou-se devido a considerações políticas)”. Além do país-sede, identifiquei a participação de EUA, Porto Rico e França.¹⁸

Por um lado, menciona-se a ausência australiana, ainda que sem se especificar o motivo ou mencionar as palavras boicote e apartheid. Por outro, a afirmação de que fora a única equipe forte a não comparecer pode sugerir que o campeonato contara com contendores de qualidade e representativos, sendo, portanto, relevante. De qualquer forma, o foco do curto texto encontra-se no âmbito competitivo; a política aparece de passagem, para justificar uma ausência notável. A visão que predomina é a do campo esportivo como algo distinto e separado do campo político.

As avaliações a posteriori sobre o certame variam. A *Encyclopedia of Surfing* afirma que ele “praticamente não foi notado: apenas 48 surfistas de seis países competiram num (...) campeonato de um único dia e exclusivamente masculino, e as políticas de apartheid evitaram que a Austrália mandasse uma

¹⁷ Na lista de campeões mundiais disponível no site da entidade aparecem os vencedores individuais de 1980 e dos demais anos. Contudo, não há o resultado por equipes. Disponível em: <<https://www.isasurf.org/isa-world-champions>>. Acesso em 2 jun. 2016.

¹⁸ A menção à presença de “todas as grandes nações” indica que o Havá também compareceu.

equipe” (WARSHAW, 2003, p. 710-11).¹⁹ Thompson (2015) afirma que a equipe australiana boicotou o evento devido ao apartheid, mas apresenta uma avaliação distinta: “embora o Campeonato Mundial de 1978 tenha sido a última competição internacional organizada pela ISA em que os sul-africanos participaram até 1994, o governo da África do Sul usou este evento para ilustrar a competitividade esportiva internacional” do país (p. 111). Prossegue ele:

Após o Campeonato Mundial de 1978, em 1979 o Departamento [de Esporte] conferiu outros prêmios para o surfe sul-africano: a State President’s Sport Award de 1978 para Anthony Brodowicz por “surf-riding” e Basil Lomborg, presidente da SASA, recebeu o South African Sports Merits Awards de 1979, um prêmio para dirigentes esportivos (THOMPSON, 2015, p. 112).

Os premiados eram, respectivamente, o vencedor e o organizador do Campeonato Mundial. O órgão estatal já concedera prêmios ao surfista profissional Shaun Tomson, campeão mundial profissional de 1977. Segundo este, “na África do Sul, nós sempre fomos considerados atletas profissionais, por sorte evitando os estereótipos que cercam os surfistas aqui nos Estados Unidos” (TOMSON, MOSER, 2006, p. 13). Certamente o apoio estatal integrava e impulsionava tal reconhecimento. De acordo com Thompson, os relatórios anuais do Departamento de Esporte citavam o surfe como um exemplo de que a África do Sul tinha “amigos” internacionais e bom desempenho esportivo (THOMPSON, 2015, p. 112). Ou seja, o surfe era usado em documentos estatais como instrumento para minimizar tanto o boicote como os efeitos dele – um exemplo de uso explícito do esporte para fins políticos, e também das relações bastante próximas entre os campos. O campeonato de 1978 foi mobilizado politicamente pelo governo sul-africano: os investimentos estatais no surfe faziam parte de um projeto político; contudo, tal relação e o impulso e legitimidade que ela dava à modalidade no país não são considerados por *Surfing* uma intromissão da política do esporte. Embora a realização do campeonato tenha se devido em grande parte à iniciativa pessoal de um dirigente esportivo, realizou-se um evento “mundial” no país, em meados de 1978, quando o boicote esportivo já se encontrava bastante disseminado, e *Surfing* não considerou isto um fato político.

* * *

Um dos aspectos que dão relevância às coberturas dos campeonatos mundiais amadores é que elas são um dos raros momentos em que o papel de

¹⁹ A cobertura de *Surfing* afirma que o Campeonato Júnior foi realizado em um dia, o que sugere que o Campeonato Mundial durou mais do que isso.

dirigentes sul-africanos no comando e articulação do surfe internacional aparece. A principal ocasião se deu em 1980, pouco após a morte de Basil Lomborg:

O beijo da vida que ressuscitou o Campeonato Mundial em 1978 foi, em grande medida, resultado dos esforços e da visão de um homem – Basil Lomborg, da África do Sul – que dedicou imensas quantidades de tempo e despesas pessoais para reagrupar as entidades organizadoras nacionais que, no passado, haviam formado a Federação Internacional de Surfe (ISF). O novo órgão organizador, a Associação Internacional de Surfe (ISA), tinha o propósito expresso de fornecer aos surfistas amadores uma meta suprema: o título do Campeonato Mundial. Basil Lomborg morreu súbita e inesperadamente ano passado, e seu falecimento foi um golpe sério e triste para o órgão amador mundial que ele apoiou e cultivou com tanto entusiasmo. Não obstante, seu trabalho estabeleceu as fundações para a continuidade do Campeonato Mundial. E eis que o Campeonato Mundial foi realizado na França este ano, sob a direção da Federação Francesa de Surfe²⁰ (HOLMES, 1981, p. 62).

Destaco três pontos nesta citação. Primeiro, embora o texto não informe, como já dito, não houve Mundial após 1972. De acordo com o jornalista, o empenho pessoal do dirigente fora fundamental para que se organizasse uma nova entidade para governar o esporte amador. As responsabilidades assumidas por Lomborg ajudam a explicar que o campeonato de 1978 tenha sido realizado justamente na África do Sul. Segundo, o tom elogioso que é comum encontrar na imprensa – não só esportiva – quando alguma figura ou liderança pública morre. Terceiro, a construção textual que apresenta a competição de 1980, objeto da reportagem, como um desenvolvimento direto do trabalho de Lomborg. O recurso permite fazer tanto uma homenagem ao dirigente como uma breve contextualização da retomada do evento, algo recente e cuja viabilidade de repetição em intervalos regulares ainda era incerta. A matéria prossegue falando do campeonato em si:

Embora o evento tenha se beneficiado de boas ondas durante a maior parte, se realizado num ambiente de surfe magnífico (na melhor época do ano) e produzido um campeão mundial após uma sequência de etapas com julgamento adequado, não se pode dizer que o campeonato correu sem sua cota de controvérsia e

²⁰ The kiss of life that resurrected the World Contest in 1978 was largely a result of the efforts and vision of one man – Basil Lamberg of South Africa – who devoted vast amounts of personal time and expense to reunite the national surfing bodies that had once made up the International Surfing Federation. The new amateur world body, the International Surfing Association, had the express purpose of providing amateur surfers with a supreme aim – the World Championship title. Basil Lamberg died suddenly and unexpectedly last year, and his passing was a sad and serious blow to the world amateur body he had wholeheartedly supported and nurtured. Nevertheless, his efforts laid the groundwork for the continuation of the World Contest. So it was that the World Contest took place in France this year under the direction of the French Surfing Federation (HOLMES, 1981, p. 62).

problemas²¹ (HOLMES, 1981, p. 62).

Sobre “controvérsia e problemas”, o trecho, os dois parágrafos seguintes e aquele que encerra a reportagem usam termos genéricos (“fraquezas”, “incongruências organizativas” e “falhas”), sem deixar claro que problemas exatamente ocorreram e quem foi afetado por eles. (HOLMES, 1981, p. 63-4). O texto explicita que o julgamento fora bem feito durante a maior parte do tempo, algo significativo, pois eram comuns, à época, reclamações (de surfistas, mas também de dirigentes, técnicos, patrocinadores, empresários, repórteres etc.) quanto aos resultados das baterias, no surfe amador e no profissional. Uma série de fatores – que não cabe explorar aqui – provocavam tal situação.

Estariam as “controvérsias” relacionadas à ausência da África do Sul? É difícil saber. O país sediara o evento anterior e conquistara o título. Ou seja, a campeã estava impossibilitada de defender o título, o Mundial se realizava sem a presença de um país importante, e pouco após a morte de uma liderança crucial para reativar o campeonato. Imediatamente após destacar o papel de Lomborg, o texto fala em “controvérsia e problemas”, sem explicitar do que se trata. Apenas uma análise das rotinas produtivas poderia permitir saber se o tom vago resulta do que foi escrito pelo repórter e/ou do processo de edição, bem como os motivos para tal.

Antecedendo cada Mundial, houve debates, controvérsias e ameaças nas negociações entre as associações nacionais no que diz respeito à participação de algumas delas, em função da perspectiva de haver ou não comparecimento sul-africano. Aliás, tais negociações e escaramuças antecederam grande parte dos eventos que acabaram excluindo a participação sul-africana, o que mostra que a adesão ao boicote esteve longe de ser consensual e estável entre os governos nacionais e, mais ainda, entre os dirigentes esportivos. Pesquisas como as de Nauright (1997) e Booth (1998) incluem dezenas de exemplos, em distintas modalidades.

De acordo com Thompson (2015), a federação holandesa ameaçou boicotar o evento caso a África do Sul participasse. As congêneres da Grã-Bretanha e da Irlanda, por sua vez, asseguraram que compareceriam mesmo que seus governos nacionais, que advogavam o boicote, cortassem a verba para custear a viagem.²² A federação francesa titubeou nos meses anteriores ao evento, em dúvida sobre que posição tomar. Ao final, o governo francês negou-se a emitir vistos para os atletas

²¹ While the event enjoyed good waves for the most part, was located in a magnificent surfing environment (at the prime time of year), and produced a world champion in a sequence of adequately judged rounds, it could not be said that the contest ran without its share of controversy and problems (HOLMES, 1981, p. 62).

²² Nos resultados, *Surfing* listou apenas as três primeiras colocadas, o que não permite saber se Holanda e Irlanda compareceram. A Inglaterra participou, como afirma uma legenda da p. 63 (aparentemente, a revista utilizou Inglaterra como sinônimo de Grã-Bretanha).

da África do Sul viajarem e competirem. Numa decisão que não veio das organizações do surfe, mas do Estado francês, a seleção amadora sul-africana sofreu pela primeira vez os efeitos do boicote.

Ainda segundo Thompson (2015), durante o mundial, Tim Millward, então presidente da SASA, foi eleito um dos vice-presidentes da ISA, e escreveu que a associação não tinha problemas com a África do Sul – a causa da ausência fora o governo francês. Baron Stander (secretário da Natal Surfing Association), que viajou para a competição, afirmou em texto para *Zigzag* (revista de surfe sul-africana) que a ISA aprovara uma resolução determinando que, para um país sediar o Campeonato Mundial, deveria aceitar que os sul-africanos competissem.²³ Se não o fizesse, a sede seria trocada. *Surfing* não mencionou o assunto, assim como a ausência da equipe sul-africana – significativa, pelos motivos expostos e pela louvação de Lombert no início da reportagem.

* * *

A cobertura do campeonato de 1982, realizado na Austrália, ocupou um terço de página, tal como a de 1978 (SHARP, 1982, p. 28). A matéria apresenta como uma preocupação “de todos” saber se os EUA manteriam o título e se Tom Curren se provaria o melhor amador do mundo – na sequência, informa que ele disputara as categorias Junior e Open, vencendo a última. Ela dá bastante destaque à equipe dos EUA, à qual pertencia o autor – quarto colocado na final do *kneeboard* –²⁴, o que, em parte, talvez explique a ênfase na seleção do país (SURFING, 1983; SURFING, 1985; WARSHAW, on-line). A perda do título²⁵, além de reveladora da expectativa de vitória, é creditada à decisão da United States Surfing Federation (USSF) de levar dois surfistas de cada associação que a compunha, e não uma seleção com os melhores, independentemente da região de origem. O foco da maior parte do texto são as praias, as ondas e as baterias finais de cada categoria, com os respectivos resultados.

Seguindo os critérios de participação no surfe competitivo internacional, a matéria e a tabela com os resultados tratam o Haváí como uma equipe separada dos EUA. Houve por vezes intensa rivalidade entre ambas, como em 1984, quando os membros estiveram à beira de uma briga na areia durante a terceira etapa.

²³ Trata-se da única referência a tal decisão encontrada por mim até o momento. Esta evidência sugere o manancial de informações e questões que podem advir do acesso, no futuro, à documentação das federações.

²⁴ Sharp não figurava no expediente, mas passaria a fazê-lo oito meses depois, como estagiário. Em 1985, era editor-associado, o segundo cargo na hierarquia da redação. No fim da década, tornou-se editor da revista.

²⁵ O texto dá a entender que a Austrália ganhou por equipes, embora não diga isso claramente. A consulta a outras fontes mostra o país-sede como campeão.

Segundo o texto, isto se devera à postura dos havaianos que, já sem chances de conquistar o título por equipes, passaram a perseguir os americanos durante as baterias. No surfe profissional, os atletas havaianos competem como tais (e não como estadunidenses). No surfe amador, a Hawaiian Surfing Association (HSA) é uma das entidades regionais que constituem a USSF, de cujas competições os atletas participam. Contudo, quando se trata de eventos internacionais sob os auspícios da ISA, o Havaí envia uma seleção independente. Os campeonatos também contaram com participação de Porto Rico; “França B”; “EUA Continental”, “EUA Havaí”, Tahiti, Ilhas Francesas e França (CARTER, 1984b, p. 72; SURFING, 1990, p. 126).

As cambiantes representações nacionais, que variam de acordo com a modalidade esportiva e o tipo de competição, são um tema pouco explorado nos estudos do esporte.²⁶ Pesquisas específicas sobre competições como o Campeonato Mundial Amador também poderiam problematizar a classificação dos esportes como individuais ou coletivos, naturalizada em muitos trabalhos científicos. Embora se costume colocar o surfe entre os primeiros, o Campeonato é disputado por equipes, cada uma representando uma nação (aliás, o mesmo vale para competições de outras modalidades consideradas individuais, como a natação).

No que diz respeito à África do Sul, segundo Thompson, a Australian Surfing Association (ASA), responsável pela organização, “excluiu a equipe amadora sul-africana do Campeonato Mundial de Surfe 1982, realizado em Brisbane (...)” (THOMPSON, 2015 p. 114). Uma vez mais, a não participação sul-africana foi silenciada na cobertura de *Surfing*.

* * *

A cobertura de 1984 foi a mais extensa e mais crítica em relação ao próprio campeonato e aos organizadores (CARTER, 1984b). O Mundial foi realizado no Sul da Califórnia, em Oceanside, Ventura e Huntington Beach, localizadas, respectivamente, a cerca de 40, 200 e 75 quilômetros de San Clemente, onde se situava a redação de *Surfing*. (SURFING, 1984)²⁷ Ocorrido em praias e cidades costumeiramente objeto de atenção de *Surfing*, e organizado por dirigentes e

²⁶ Esporadicamente houve debate em torno do tema em *Surfing*, quase sempre através de cartas de leitores (por exemplo: SURFING, 1987, p. 24, 29). A cobertura do Mundial de 1988 referiu-se aos “havaianos, que por alguma razão ainda não consideram a si mesmos parte dos EUA”; o fato de os porto-riquenhos competirem separados dos EUA foi naturalizado (sem semelhante questionamento) (VARNES, 1988, p. 203).

²⁷ O pier de Oceanside fica a cerca de 40km de carro do Centro de San Clemente. As praias da cidade de Ventura, a cerca de 200km. E as de Huntington Beach, a aproximadamente 75km (Fonte: estimativas feitas por mim a partir de mapas do litoral da Califórnia e de ferramentas do site Google Maps). As principais autopistas que atualmente percorrem o litoral californiano já estavam em funcionamento nos anos 1980.

entidades pertencentes à rede de contatos da revista, o campeonato recebeu bastante destaque.

A matéria começa explicando a proposta de que o Mundial fosse disputado concomitantemente aos Jogos Olímpicos de Los Angeles, para se apresentar o surfe aos dirigentes do COI e convencê-los a aceitá-lo na Olimpíada (CARTER, 1984b). Contudo, esta possibilidade de avanço rapidamente desaparece do texto, que passa a descrever diversos problemas de organização: o trabalho de Ian Cairns, dirigente contratado para organizar o evento, deixara a desejar; sua contratação fora feita em cima da hora, impedindo que houvesse tempo hábil para planejar adequadamente a competição; o patrocinador (cerveja Stroh's) demorara a assinar o contrato, provocando um atraso no cronograma por falta de recursos financeiros.

De acordo com o jornalista, “apesar de ser assolado por vários problemas organizacionais, o Campeonato Mundial ainda assim apresentou um leque impressionante de talentos do surfe amador internacional” oriundos de 14 países (CARTER, 1984b, p. 68). Lançando mão de um exemplo (o vencedor da final de uma das categorias não se sagrou campeão), o texto descreve o que considera um formato inovador e confuso de competição, os caminhos para chegar ao título e as categorias em disputa (homens, mulheres, júnior, *kneeboard* e equipes) (CARTER, 1984b, p. 70-1).

O evento durou oito dias. O alojamento durante a primeira etapa consistiu em barracas dentro da base militar de Camp Pendleton²⁸ – os participantes receberam inclusive roupas militares para vestir. A reportagem se refere ironicamente à “vila olímpica” e a compara a um acampamento de beduínos. Houve quem alugasse *trailers* (federação havaiana), pagasse por um quarto de hotel ou dormisse no próprio carro para escapar do alojamento oferecido pela organização (CARTER, 1984b, p. 68, 71).

Tal como em quase todos os campeonatos, as equipes com melhor desempenho foram Austrália, EUA e Havaí. Segundo a matéria, a seleção estadunidense tivera desfalques por vários motivos, um deles a suspensão de atletas por falsificação de notas escolares. Seguem-se novas críticas quanto à organização:

Ao final dos dois dias da perna de Ventura, todos haviam descoberto a luta interna pré-cancerosa que estava comprometendo a qualidade geral do Campeonato (...), a saber, uma luta por poder

²⁸ A base ocupa uma área superior a 500 quilômetros quadrados e toda a faixa litorânea entre Oceanside e San Clemente, que inclui ondas importantes como Trestles (INTRODUCTION, [s.d].). Um mapa oficial ilustrando a extensão da base está disponível em: <<http://www.mccscp.com/wp-content/uploads/2014/06/CampPenMap.png>>. Acesso em 28 jun. 2016.

e polarização ideológica entre Cairns e Dr. Couture da USSF²⁹ (CARTER, 1984b, p. 72).

Ele [o Campeonato Mundial] também falhou como um intercâmbio cultural, com a situação azedando quando a equipe dos EUA, através do técnico Chuck Allen, recusou-se a comparecer a uma cerimônia internacional de reinauguração do memorial Duke Kahanamoku na entrada do pier [de Huntington Beach]. O técnico americano ou havia ficado ofendido com as táticas competitivas dos havaianos ou estava se recusando a cooperar com o gesto cultural do Dr. Colin Couture devido a conflitos pessoais entre ambos³⁰ (CARTER, 1984b, p. 77).

Os dois trechos abordam rivalidades entre dirigentes envolvidos na organização (há outras menções à disputa entre Allen e Couture) e as apontam como fatores que prejudicaram o evento. O segundo trecho vai além, classificando-o como um fracasso do ponto de vista das trocas culturais – justamente o aspecto considerado mais valioso em reportagem já citada. Os motivos alegados para a ausência da equipe dos EUA na cerimônia variam entre retaliação a uma conduta considerada antidesportiva e mesquinhez (vingança pessoal). Seja como for, trata-se de uma homenagem em torno da estátua do havaiano celebrado ao redor do mundo como o pai do surfe, ao final de um Mundial realizado nos EUA. O tom melancólico retoma o tema inicial: “os dirigentes olímpicos, que haviam prometido comparecer a algumas das cerimônias no último dia, nunca deram as caras. Para sorte do surfe amador, eles não estavam lá para ver o esporte dar um imenso passo atrás” (CARTER, 1984b, p. 77).

A África do Sul foi novamente excluída “apesar do poder institucional que (...) tinha na ISA – Tim Millward, presidente da SASA, era também o diretor-executivo da ISA e havia sido escolhido como o diretor de competição da ISA para o evento californiano” (THOMPSON, 2015, p. 115). Silenciado na longa matéria, o assunto fora objeto de um editorial e de um artigo na edição de setembro de 1984, e de cartas comentando-os em edições subsequentes.³¹ O editorial posiciona-se contra a exclusão da África do Sul, considerada uma intrusão da política no esporte,

²⁹ By the final day of the two-day Ventura leg everyone had gotten wind of the precancerous political infighting which was compromising the overall quality of the World Contest (...), namely a power struggle and ideological polarization between Cairns and Dr. Couture of the USSF. (CARTER, 1984b, p. 72)

³⁰ It also failed as a cultural exchange, hitting a sour note when the U.S. team, per Coach Chuck Allen, refused to show up at an international ceremony for a rededication of the Duke Kahanamoku memorial at the entrance to the Pier. The American coach had either taken offense to the Hawaiian competitive tactics or was refusing to cooperate with Dr. Colin Couture's cultural gesture out of personal conflicts between the two (CARTER, 1984b, p. 77).

³¹ Levanto aqui uma hipótese: a cobertura no período antecedente ao evento propriamente dito tende a focar em aspectos políticos e em outros assuntos que não a questão propriamente competitiva (desempenho, resultados, avaliações sobre táticas etc.) por um motivo estrutural: a competição ainda não está ocorrendo. Na medida em que há a decisão editorial de tratar do evento, é preciso recorrer a outros elementos – e aí abre-se espaço para a discussão política. Desconheço trabalhos que discutam esta questão, que poderia representar um avanço para a pesquisa do esporte na Comunicação.

e compara-a ao boicote da URSS e países do Leste Europeu aos Jogos Olímpicos de Los Angeles (CARTER, 1984a). Já o artigo anuncia que “haverá a notável ausência da forte equipe da África do Sul, impossibilitada de competir devido a regras amadoras relativas à competição com governos que sancionavam o apartheid” (GEORGE, 1984, p. 80). Apesar da construção estranha e ambígua da frase, chamo a atenção para o raro uso da palavra apartheid.

Uma das cartas, de um dirigente da Eastern Surfing Association (ESA), contesta boa parte do editorial e do artigo, inclusive a versão de que a África do Sul não participaria devido a regras amadoras:

Presumivelmente ele (...) se refere a regras australianas (...). A USSF, de acordo com o presidente Couture, não reconhece tais regras. A África do Sul foi, sim, convidada para participar do evento. O presidente da South African Surfriders Association, Tim Millward, graciosa e generosamente declinou o convite porque a associação sentiu que sua presença poderia resultar em manifestações de natureza política, as quais tinham o risco de estragar o espírito positivo do Campeonato Mundial³² (HENNIGSEN, 1984, p. 13).

Discuto cinco pontos a partir deste trecho. Em primeiro lugar, a carta ignora o tema apartheid/boicote e nega qualquer relação entre este e a ausência da equipe sul-africana. Segundo, expressa a visão, compartilhada por muitos agentes envolvidos com o surfe, de que: a) esporte e política são campos distintos – no caso específico, contrapõe-se a afirmação de um “espírito positivo” supostamente inerente ao evento a uma visão negativa das manifestações políticas; e b) que qualquer ação considerada de natureza política significa uma intromissão indevida no âmbito esportivo. Tal ponto de vista é expresso com frequência por dirigentes esportivos, sobretudo no âmbito das federações internacionais. Booth (1998) e Nauright (1997) descrevem e analisam dezenas de exemplos em entidades de distintas modalidades esportivas e níveis (mundial/internacional, continental, nacional etc.). Evidentemente, o campo esportivo mantém sólidas e múltiplas relações com o universo da política e com o Estado – como, por exemplo, por conta do Mundial de 1978 –, o que não impede seus agentes de mobilizar tal discurso quando lhes é conveniente.

Terceiro, Millward era dirigente da SASA e ocupava um alto cargo na ISA e na organização do próprio campeonato. Ignoro em que medida ele era aliado da ESA e da USSF e/ou se a carta continha informações que foram cortadas na edição.

³² Presumably he (...) refer[s] to Australian rules (...). The USSF, according to President Couture, recognizes no such rules. South Africa was indeed invited to participate in this event. The South African Surfriders Association's President, Tim Millward, graciously and unselfishly declined the invitation because it was felt by his association that their presence might result in demonstrations of a political nature which could mar the positive spirit of the World Contest (HENNIGSEN, 1984, p. 13).

De qualquer forma, o tom respeitoso do elogio à atitude de Millward e o fato de que associações de surfe dos EUA estiveram entre os raros parceiros que ofereceram à SASA oportunidade de realizar competições internacionais entre 1976 e 1991, sugerem que sim.

Quarto, a revista contestou parte das afirmações da carta, mas não aquelas sobre o boicote. De qualquer forma, a divergência entre a carta e a versão apresentada por *Surfing* evidencia que, mesmo olhando-se uma única publicação, é possível chegar a explicações e narrativas razoavelmente distintas para um mesmo fenômeno. Isto aponta para a relevância de se ter em conta a seção de cartas: mesmo com as limitações que, por definição, existem neste espaço, trata-se de uma arena que permite a expressão de distintas vozes. Isto reforça o argumento desenvolvido por mim de que as revistas de surfe são simultaneamente agentes e arenas onde diversos agentes expressam suas posições (FORTES, 2011).

Quinto, o quanto as histórias do surfe e de sua mídia podem se beneficiar do acesso a arquivos das entidades esportivas – que, até onde sei, não foram objeto de pesquisa tanto nos EUA quanto na África do Sul, exceto por alguma correspondência utilizada por Laderman. Documentos como cartas trocadas entre as entidades e seus dirigentes; entre as entidades e outros agentes (governos nacionais, órgãos estatais nos diferentes níveis da administração, empresas e/ou patrocinadores), que podem estar guardados em arquivos das entidades esportivas ou de órgãos públicos são importantes para que se possa avançar em direção a narrativas mais completas e complexas da história da mídia esportiva e do surfe, que deem conta de suas diversas dimensões e privilegiem aspectos pouco explorados nos trabalhos existentes – salvo raras exceções, como as pesquisas de Booth (2001) e o debate entre ele e outros autores (BOOTH, 2012a; BOOTH, 2012b; JAGGARD, 2012; PHILLIPS, 2012; PHILLIPS, BOOTH e JAGGARD, 2012) –, como os âmbitos institucionais (clubes, associações, federações), os pontos de vista de treinadores, empresários e dirigentes, as relações políticas e internacionais etc.

Resta saber que acervos existem e, dentre estes, quais encontram-se disponíveis para pesquisa. Destarte, parece-me que os pesquisadores enfrentarão as dificuldades rotineiras quando se trata do acesso a associações esportivas (MELO et al., 2013), como enfrentei com a ISA. A entidade tem ainda a especificidade de ter mudado de “sede” diversas vezes ao longo dos anos – na prática, o presidente de uma federação nacional assumia a direção da ISA, mas continuava operando a partir das instalações da associação nacional –, o que provavelmente resulta numa documentação espalhada por diversos arquivos, cidades e países. E, na medida em que: 1) tais cargos não eram remunerados e a organização dependia dos esforços de indivíduos; 2) é improvável que as instituições nacionais contassem com espaço

físico adequado para o arquivamento de documentos; torna-se complicado saber que documentação existe, onde se localiza e se está acessível para pesquisa.

* * *

A cobertura do campeonato de 1986, realizado em Newquay (Grã-Bretanha), ocupou duas páginas (GRIGGS, 1987). A matéria destacou a existência de equipes de qualidade além das usuais (Austrália, EUA e Havai). O nome do certame, 1986 Quiksilver World Surfing Championships, evidencia o patrocínio de uma das principais empresas da indústria do surfe. Dois aspectos inter-relacionados aparecem: o crescimento e consolidação do evento, que se legitimava como a arena a reunir numerosos talentos amadores de diversos países (à exceção da África do Sul), tornando-se um espaço interessante para empresas que buscavam visibilidade e legitimidade na modalidade; e também o crescimento da própria indústria de *surfwear*, que, de empresas relativamente pequenas até princípios dos anos 1980, passa a contar com um punhado de empresas multinacionais com faturamento anual de centenas de milhões de dólares entre meados da década e a primeira metade da seguinte. A partir deste período, tais marcas e seus produtos – especialmente camisas e bermudas – se tornarão a referência de moda e os objetos de desejo de boa parte das crianças e jovens do sexo masculino de diversos países (FORTES, 2011; 2014). O público consumidor amplia-se significativamente, ultrapassando de longe o horizonte dos aficionados.

A matéria fala em 187 competidores de 20 países, enquanto a tabela com resultados lista 18 seleções (GRIGGS, 1987, p. 86). Uma vez mais, não houve referência à ausência sul-africana. O texto enfatiza a competição em si (desempenho, resultados, grau de justiça das notas dos juízes) e pouco aborda os aspectos organizacionais e políticos. Novamente recorro a Thompson, que trabalhou com fontes sul-africanas:

Robin de Kock, da SASA, cobriu o Campeonato Mundial de Surfe de 1986, realizado em setembro em Newquay, no Reino Unido, e forneceu uma indicação clara do estado de isolamento do surfe amador sul-africano e uma percepção do clima político internacional: “os Springboks estavam ausentes – de novo. Lamentavelmente, poucas equipes chegaram a sentir falta dos Boks (...) É terrível ser um desterrado – talvez exista uma ironia aí” (THOMPSON, 2015, p. 116).

O fato de que um dirigente de federação realizou a cobertura da competição para uma revista evidencia os múltiplos papéis desempenhados pelos indivíduos e as relações existentes dentro do surfe, diferenciando-o – e sua mídia – do que ocorre com a cobertura de modalidades consolidadas no cenário internacional

(como futebol e tênis). A menção à ironia pode ser articulada à política segregacionista do país, que promoveu “remoções forçadas de milhões de não-brancos” (NAURIGHT, 1997, p. 186). A partir da visão de um dirigente da SASA, o autor afirma:

Deste ponto de vista, pode-se argumentar que a posição da ISA [de proibir a participação sul-africana em competições] foi mais material e pragmática para manter seus membros, e para ficar numa posição boa aos olhos das outras federações esportivas internacionais, do que uma tomada de posição política contra o esporte na África do Sul³³ (THOMPSON, 2015, p. 116).³⁴

Adiante, o autor cita outra vez o dirigente da SASA, para quem o problema não eram as federações em si, mas o fato de elas receberem recursos dos respectivos governos nacionais e destes as pressionarem em favor do boicote. De qualquer forma, o argumento parece-me procedente, embora inexista acesso à documentação da ISA. Pelo que se pode inferir da narrativa de Thompson, em momento algum a SASA chegou a ser suspensa pela ISA, ao contrário do que ocorreu em muitas modalidades.

* * *

Antes de seu início, o Mundial de 1988 foi objeto de um editorial criticando o critério das seletivas para a equipe dos EUA, pois Kelly Slater, considerado pela publicação o melhor amador do país, ficara de fora. O editorial comparava a situação com a do tênis: “John McEnroe e Jimmy Connors não ganham todos os jogos que disputam, mas haveria uma hecatombe se ao menos um deles – por causa dos resultados passados – não fosse escolhido para representar os EUA na Copa Davis” (VARNES, 1988, p. 48, 50). O tênis foi o esporte mais usado como referência de comparação nas páginas das revistas de surfe da época (excluindo os esportes diretamente ligados a ele, como skate, *bodyboarding* e *snowboard*). Parece-me que isto se explica pela popularidade³⁵ da modalidade no país, pela presença na televisão aberta e por haver, ao longo do século XX, ídolos do país entre os melhores do mundo. No caso específico desta menção, há ainda a coincidência de serem os eventos competições de seleções em esportes majoritariamente vistos como individuais e cujas atenções são dominadas pelos respectivos circuitos profissionais. Adiante, uma nota afirma que o evento estava “programado para fevereiro em Porto Rico”, onde atletas “de nações surfísticas

³³ A meu ver, seria mais adequado dizer *contra o apartheid no esporte na África do Sul*.

³⁴ Acredito que a busca de inclusão nos Jogos Olímpicos tenha contribuído para a postura da ISA.

³⁵ Em termos de praticantes e de espectadores (em quadras e pela televisão).

emergentes” poderiam ameaçar a hegemonia das três potências. O editor estava otimista quanto à quantidade de países e participantes: “espera-se uma invasão de centenas de surfistas de mais de trinta países (...), e os promotores estão contando o campeonato (...) como o maior já realizado” (VARNES, 1988, p. 60).

A página dupla abrindo as dez dedicadas ao Mundial, que durou 11 dias, estampou o brasileiro Fabio Gouveia, vencedor da categoria Open (VARNES, 1988). Outra foto mostrava a equipe australiana comemorando o título. O parágrafo inicial sintetiza a cobertura: “competição atlética, boa vontade, patriotismo, política e espírito esportivo se fundiram no evento principal do surfe amador, de uma forma nunca vista antes nos círculos surfísticos, (...) comumente associada com atividades de nível olímpico” (VARNES, 1988, p. 133). Os elogios se estenderam ao “presidente da Puerto Rican Surfing Federation (PRSF) e (...) da International Surfing Association” pelos patrocinadores conquistados de empresas do surfe (G&S – Gordon & Smith) e de fora do esporte (Bacardi, Coca-Cola, Suzuki), além do “apoio financeiro de seis dígitos em troca do patrocínio no nome do evento – *The 1988 Budweiser World Surfing Titles*” (VARNES, 1988, p. 134).

Tais recursos somaram-se ao apoio do governo porto-riquenho, que “se ofereceu para fornecer alimentação, alojamento e segurança aos competidores”. Por ocasião da cerimônia de abertura, “(...) prefeitos e os principais líderes políticos do país compareceram para dar boas-vindas aos competidores”. De acordo com o texto, “não foi um campeonato de surfe – foi uma invasão” de 400 surfistas de 26 países. O “fervor sem igual nos anais do surfe competitivo” com o qual os porto-riquenhos se dedicaram garantiu que o “evento fosse um sucesso” (VARNES, 1988, p. 134). Ainda entre as palavras positivas a respeito da organização, houve elogios à presença de público (“multidões variando entre 20.000 e 40.000 pessoas lotaram o campeonato a cada dia”, com 50.000 no último dia, quando foi disputada a final de cada categoria) e à programação noturna (com show da banda Ramones, festas e disputadas partidas de sinuca em mesas de bar).

Houve críticas ao comportamento dos atletas da equipe dos EUA – em menor quantidade e tom mais ameno que em anos anteriores. A matéria destacou o desempenho da equipe brasileira, pela primeira vez elencada entre as candidatas ao título (VARNES, 1988).

Surfing dedicou bastante espaço ao evento, considerando-se seus parâmetros à época: somando-se a matéria e a entrevista com Chris Brown, vencedor da categoria Júnior, foram mais de dez páginas inteiras de cobertura, realizada por quatro profissionais (dois de texto e dois fotógrafos). Mesmo com tais recursos, o padrão de silenciamento sobre a ausência da África do Sul se manteve. Apesar do parágrafo inicial da reportagem, as menções à política limitaram-se aos

trechos citados: apoio governamental e presença de autoridades na cerimônia de abertura – novamente, com elogios.

* * *

O Japão sediou o Mundial de 1990, que recebeu seis páginas de cobertura (CALLAHAN, 1990). Como de costume, a matéria se concentrou no resultado das etapas (o campeonato continuava sendo disputado em três etapas preliminares e uma final), vencedores, pontuação por equipes, condições das ondas etc. Elogiou o desempenho de alguns “brasileiros desconhecidos” e do técnico da seleção (Avelino Bastos) e destacou a participação de Kelly Slater. Houve menções a festas organizadas pelos anfitriões e ao notável consumo de cerveja dos australianos. O texto ressaltou o esforço dos membros da equipe dos EUA, que, ao final, foram derrotados pelos australianos (novamente campeões por equipes) e não venceram categoria alguma. O resultado final lista 16 equipes (SURFING, 1990). Nenhuma palavra foi dita sobre a falta da África do Sul.

Considerações finais

Este trabalho analisou a cobertura dos Campeonatos Mundiais de Surfe Amador realizados entre 1978 e 1990. Quanto ao primeiro objetivo, as coberturas enfatizam os aspectos efetivamente competitivos, como as condições do mar, o talento e o desempenho dos atletas e das equipes e o desenvolvimento das competições (quem passava de fase, quem se mostrava um potencial campeão, quais os prognósticos e chances de título individual e por equipes). Um recurso comum foi a ênfase em expectativas em relação ao desempenho da equipe norte-americana e de algum membro considerado particularmente promissor (durante o período analisado, Tom Curren e Kelly Slater). *Surfing* circulava em dezenas de países, mas era produzida nos EUA, majoritariamente por norte-americanos (com contribuição de sul-africanos, australianos e britânicos) e para leitores norte-americanos, o que explica a atenção dispensada à seleção do país. Ademais, a proximidade parece ter sido um fator quanto à extensão da cobertura: as maiores foram nos eventos realizados nos EUA (1984 e 1988).

No que diz respeito ao segundo objetivo, na maioria dos casos a ausência da África do Sul foi silenciada. As raras menções à não participação se deram quase sempre antes dos eventos; exceto em um caso (1984), foram curtíssimas. A palavra apartheid foi utilizada uma única vez e não se escreveu nenhum parágrafo buscando contextualizar a situação.

A ênfase nos aspectos competitivos e o pouco destaque dado às relações políticas prévias à realização de cada edição da competição – que, afinal, determinavam a exclusão da seleção sul-africana – foram um traço geral da cobertura. Mesmo quando se dedicou espaço razoável à organização e mencionou explicitamente questões políticas (em 1984 e 1988), manteve-se a escolha editorial de silenciar o caso sul-africano. Houve críticas à relação entre esporte e política quando se abordou o boicote, mas o apoio governamental aos campeonatos geralmente recebeu elogios.

O foco nos aspectos estritamente ligados ao desempenho aproxima a cobertura de *Surfing* daquela que o jornalismo em geral realiza ao cobrir certames esportivos.³⁶ A exceção foi a cobertura do Mundial de 1984, que destacou negativamente atritos entre dirigentes dos Estados Unidos, apontados como causa principal dos problemas na competição.

Por ora, estou trabalhando com a hipótese geral de que a relevância da África do Sul no cenário internacional do surfe seja um fator explicativo para a postura adotada pela maior parte dos agentes da modalidade, que se opuseram ao boicote. O país tinha grande peso, sob vários aspectos, alguns dos quais foram abordados neste artigo: dirigentes e entidades participavam ativamente da organização do surfe profissional e amador; atletas sul-africanos se destacavam em competições – alguns, como os primos Michael e Shaun Tomson, tornaram-se ídolos mundiais do esporte (ambos, aliás, contribuíam com *Surfing*; o primeiro trabalhou para ela por anos); os campeonatos lá realizados compunham parte relevante do circuito mundial profissional (em termos de prêmios em dinheiro, pontos para o ranking e boas ondas); empresas nele sediadas patrocinavam atletas e competições; o mercado sul-africano era importante para as multinacionais do surfe; o extenso litoral proporcionava ondas de qualidade, muitas então inexploradas ou pouco exploradas – algumas destas ondas são altamente valorizadas na subcultura do surfe, ao menos desde a apresentação elogiosa de Cape St. Francis como a onda *perfeita* no filme *The Endless Summer*, de Bruce Brown, na primeira metade dos anos 1960. Conforme sintetizou um escritor, “na África do Sul encontra-se a mais antiga e bem estabelecida cultura do surfe fora dos EUA e da Austrália” (WARSHAW, 2003, p. 552-554). Contudo, como tal relevância se desdobra em múltiplos aspectos, e como *Surfing* raramente se posicionou de maneira explícita sobre o assunto, apenas ao final da pesquisa será possível fazer afirmações a respeito do período como um todo.

O espaço relativamente pequeno para a cobertura sistematizada do surfe

³⁶ Contudo, desconheço trabalhos que privilegiam a investigação desta questão e permitam sustentar tal afirmação. Trata-se, portanto, de uma impressão.

amador na revista talvez seja uma das razões para haver poucas referências diretas ao apartheid. Pelo que sugerem os dados e a bibliografia trabalhados até o momento, o boicote no surfe amador foi mais amplo do que no surfe profissional.³⁷

Por fim, o artigo aponta para um aspecto ignorado pela bibliografia que lida com o surfe e o boicote esportivo à África do Sul: o papel dos dirigentes sul-africanos nas entidades internacionais. Pelos dados analisados até o momento, parece que mesmo entre os agentes que reivindicavam o boicote, não se advogou a suspensão ou expulsão de entidades e dirigentes sul-africanos dos âmbitos organizativos do surfe amador e profissional – e, caso se tenha advogado, a posição não obteve sucesso. O protagonismo de Basil Lomborg na criação da ISA e na reestruturação do Campeonato Mundial de Surfe Amador sugerem que, considerando as dificuldades estruturais de organização do surfe amador competitivo em escala internacional e outras características do surfe durante os anos 1970, era impensável a exclusão do país. Portanto, por ora, tais dificuldades, bem como o peso relativo da África do Sul (como já apontado) e o lugar relevante ocupado por seus dirigentes parecem ser fatores explicativos importantes para a falta de consenso em torno do boicote, ainda que, na prática, o país tenha ficado fora dos campeonatos realizados entre 1980 e 1992.

Referências bibliográficas

BOOTH, Douglas. **Australian Beach Cultures: The History of Sun, Sand and Surf.** London: Frank Cass, 2001.

BOOTH, Douglas. O lado obscuro do salvamento no mar. **Recordre:** Revista de História do Esporte, v. 5, n. 2, p. 1-13, jul.-dez. 2012a.

BOOTH, Douglas. (Re)reading The Surfers' Bible: The affects of Tracks. **Continuum:** Journal of Media & Cultural Studies, v. 22, n. 1, p. 17-35, February 2008.

BOOTH, Douglas. **The Race Game: Sport and Politics in South Africa.** London: Frank Cass, 1998.

BOOTH, Douglas. Um enredo trágico? Uma resposta para Jaggard e Phillips. **Recordre:** Revista de História do Esporte, v. 5, n. 2, p. 1-11, jul.-dez. 2012b.

BRANDÃO, Leonardo. **Para além do esporte: uma história do skate no Brasil.** Blumenau: Edifurb, 2014.

FORTES, Rafael. Entre o surfe feminino, a indústria de *surfwear* e a promoção da África do Sul: uma análise de *A Onda dos Sonhos 2*. In: FORTES, Rafael; MELO, Victor Andrade de (org.). **Comunicação e esporte: reflexões a partir do cinema.** Rio de Janeiro: 7 Letras/Faperj, 2014. p. 49-70.

³⁷ Contudo, nenhum dos autores faz tal afirmação/comparação de forma explícita.

FORTES, Rafael. **O surfe nas ondas da mídia**: esporte, juventude e cultura. Rio de Janeiro: Apicuri/Faperj, 2011.

JAGGARD, Ed. Escrevendo a história do salvamento no mar na Austrália. **Recorde: Revista de História do Esporte**, v. 5, n. 2, p. 1-15, jul.-dez. 2012.

LADERMAN, Scott. **Empire In Waves**: A Political History of Surfing. Berkeley: University of California Press, 2014.

LUCA, Tania Regina de. História do, no e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 111-53.

MELO, Victor Andrade de; DRUMOND, Mauricio; FORTES, Rafael; SANTOS, João M. C. Malaia. **Pesquisa histórica e história do esporte**. Rio de Janeiro: 7 Letras/Faperj, 2013.

NAURIGHT, John. **Sport, cultures and identities in South Africa**. London: Leicester University Press, 1997.

PHILLIPS, Murray G. Uma avaliação crítica da narrativa na história do esporte: lendo o debate sobre o salvamento no mar. **Recorde: Revista de História do Esporte**, v. 5, n. 2, p. 1-26, jul.-dez. 2012.

PHILLIPS, Murray G.; BOOTH, Douglas; JAGGARD, Ed. Analisando divergências na história do esporte: o debate sobre o salvamento no mar. **Recorde: Revista de História do Esporte**, v. 5, n. 2, p. 1-10, jul.-dez. 2012.

THOMPSON, Glen. Surfing, Gender and Politics: **Identity and Society in the History of South African Surfing Culture in the Twentieth-Century**. 2015. Tese (Doutorado em História) – Stellenbosch University, Stellenbosch, 2015.

Outras referências

50TH Anniversary ISA History. **ISASurf.org**, [s.d.]. Disponível em: <<https://www.isasurf.org/isa-info/history-of-the-isa>>. Acesso em: 28 jun. 2016.

AT Random. **Surfing**, v. 16, n. 10, out. 1980, p. 27.

CALLAHAN, John. 1990 World Amateur Championships. **Surfing**, v. 26, n. 9, set. 1990, p. 152-6, 158.

CARTER, Chris. Inside. **Surfing**, v. 20, n. 9, set. 1984a, p. 5.

_____. The 1984 World Contest. **Surfing**, v. 20, n. 11, nov. 1984, p. 68-77.

GEORGE, Sam. World Contest Preview. **Surfing**, v. 20, n. 9, set. 1984, p. 80.

GRIGGS, Meg. Sainsbury Wins World Contest. **Surfing**, v. 23, n. 2, fev. 1987, p. 35-6.

HENNIGSEN, Kit. Letters. **Surfing**, v. 20, n. 11, nov. 1984, p. 13.

HOLMES, Paul. World Contest. **Surfing**, v. 17, n. 3, mar. 1981, p. 62.

INTRODUCTION to Camp Pendleton. Disponível em: <<http://www.pendleton.marines.mil/About/Introduction.aspx>>. Acesso em 19 jul.

2017.

IOC approves five new sports for Olympic Games Tokyo 2020. **Olympic**, 2016. Disponível em: <<https://www.olympic.org/news/ioc-approves-five-new-sports-for-olympic-games-tokyo-2020>>. Acesso em 28 ago. 2016.

MÍDIAS de surfe. Direção: Rafael Mellin. In: **70 & Tal** (série). Canal Off, 2014. 30 min.

PIERSON, Daniel. RIP Surfing Magazine (1964-2017). **Surflines**, Jan. 25, 2017. Disponível em: <http://www.surflines.com/surf-news/matt-warshaw-weighs-in-on-the-end-of-an-era-rip-surfing-magazine-1974-2017_144865/>

RARICK, Randy. IPS Report. **Surfing**, v. 13, n. 3, jun.-jul. 1977, p. 21.

SHARP, Bill. Curren Cops World Title. **Surfing**, v. 18, n. 12, dez. 1982, p. 28.

SURFING, v. 12, n. 4, ago.-set. 1976, p. 118.

_____, v. 14, n. 5, out.-nov. 1978, p. 34.

_____, v. 18, n. 5, mai. 1982, p. 12

_____, v. 19, n. 10, out. 1983.

_____, v. 20, n. 1, jan. 1984, p. 25.

_____, v. 21, n. 4, abr. 1985.

_____, v. 23, n. 4, abr. 1987, p. 24, 29.

_____, v. 26, n. 9, set. 1990, p. 126.

TOMSON, Shaun; MOSER, Patrick. **Surfer's Code: 12 Simple Lessons for Riding Through Life**. Salt Lake City: Gibbs Smith, 2006.

VARNES, Mitch. Caribbean Surfers Ready for World Contest. **Surfing**, v. 24, n. 4, abr. 1988, p. 60.

_____. Editorial. **Surfing**, v. 24, n. 4, abr. 1988, p. 48.

_____. Greatest Show on Earth. **Surfing**, v. 24, n. 7, jul. 1988, p. 130-7; 203.

_____. Puerto Rican to Head ISA. **Surfing**, v. 24, n. 7, jul. 1988, p. 85.

WARSHAW, Matt. **The Encyclopedia of Surfing**. Orlando: Harcourt, 2003.

_____. **Encyclopedia of Surfing**. On-line. Disponível em:

<<http://encyclopediaofsurfing.com>>. Acesso em: 28 abr. 2017.

WORLD Contest Relaunched. **Surfing**, v. 14, n. 6, dez. 1978-jan. 1979, p. 31.