

Contracampo

BRAZILIAN JOURNAL OF COMMUNICATION | PPGCOM-UFF

VOLUME 38. NÚMERO 3. 2019. E-ISSN 2238-2577. DEZ/2019 - ,MAR/2020



Editorial vol. 38 n. 3

Temáticas livres

Estimadas leitoras e leitores,

O terceiro número do volume 38 da Revista Contracampo: Brazilian Journal of Communication traz doze artigos de temáticas livres que exploram diversificados aspectos das pesquisas contemporâneas em Comunicação. As temáticas caminham entre audiovisual, streaming, jornalismo e publicidade e apresentam olhares heterogêneos, que acionam desde a história e as teorias da comunicação até as ciências sociais, a antropologia e a ciência política, entre outras áreas. Estes artigos passaram por um rigoroso processo de avaliação por pares que celebra o esforço em ampliar nosso processo de indexação em bases de referência bem como nosso processo de internacionalização.

O primeiro conjunto de artigos reúne reflexões que pensam a temporalidade como forma de entender as mídias hoje. “Flagrantes e anúncios: temporalidades em perspectiva na revista ilustrada Fon-Fon!” analisa textos de 1908 publicados pela Fon Fon! para entender a formação do imaginário em torno das cidades na modernidade. Já o artigo “Ciberpublicidade, gênero e Goffman: hiper-ritualizações no contexto digital” revisita os argumentos que Goffman elaborou ao analisar anúncios na década de 1970 e os transfere para o contexto da “ciberpublicidade”. Em “Temporalidades comunicativas no encontro ético com a alteridade: acolhimento, escuta e resposta em Lévinas”, a reflexão desse autor serve de ponte para o artigo pensar o encontro ético com alteridade, a partir de uma concepção do tempo como fenômeno que se desenha a partir do outro entendido como rosto. Já o artigo “As bifurcações do tempo: considerações sobre três figuras temporais no filme Serras da Desordem, de Andrea Tonacci” concentra-se nas temporalidades inscritas no filme de Tonacci.

O segundo conjunto de textos abraça a relação midiática com a cultura digital. “Redes de imbróglis: a regulação do streaming no Brasil e suas ambiguidades” debate as problemáticas em torno da complexa regulação do streaming no Brasil. Já o artigo “Telejornalismo na era da convergência: a participação do público pelo WhatsApp no ‘Bom Dia MS’, de Campo Grande, MS” desenvolve uma produtiva metodologia para analisar o uso do WhatsApp no jornalismo participativo. “Da Guerra ao Iraque à Primavera Árabe: mídias digitais e ativismo transnacional” analisa os protestos coordenados de 15 fevereiro de 2003 contra a iminente Guerra ao Iraque e os de 2011 no Egito para entender aspectos essenciais do ativismo digital hoje. “As identidades acionadas no jornalismo a partir da dicotomia entre proximidade e afastamento” analisa material jornalístico sobre o Extremo Oeste de Santa Catarina para entender elementos de construção da identidade desse local considerando a luta por reconhecimento de demandas frente ao Estado. O artigo “Bots como agentes de expressão: regime de visibilidades e o poder de criar redes”, por sua vez, analisa o uso de bots no Twitter com um estudo de caso referente às eleições presidenciais de 2014.

Finalmente, o último conjunto de reflexões aciona elementos das teorias do reconhecimento para entender o papel das mídias em diferentes contextos. “O pessoal é político na Revista AzMina:

legitimação pelo testemunho e demandas por reconhecimento nos textos sobre maternidade” analisa textos publicados entre 2015 e 2018 da referida revista concentrando-se no significado dos discursos sobre maternidade materializados nos testemunhos. Já o artigo “Além da identidade e do reconhecimento: por uma comunicação digital geradora de diferença” tensiona e problematiza concepções hegemônicas de comunicação emancipatória em redes digitais e propõe diferentes formas de pensar política e comunicação digital com vistas à transformação e à superação de concepções hegemônicas. Finalmente, “Alimentação e mídia: uma revisão teórica sob a luz da teoria da mídiatização” faz um amplo panorama crítico das pesquisas sobre mídia e alimentação considerando a mediação do conhecimento culinário, o consumo alimentar mídiatizado e a distinção social e capitais midiáticos.

Esta edição concretiza uma mudança importante na equipe editorial da revista: a entrada definitiva da editora-chefe Ariane Holzbach, que a partir desta edição divide com orgulho e gosto o gerenciamento da Contracampo ao lado da também editora-chefe Thaiane Oliveira e de uma equipe consistente, que busca a excelência por meio de um trabalho árduo, seríssimo e verdadeiramente engajado. A Ciência brasileira precisa cada vez mais de equipes assim e é uma honra fazer parte desta. Sigamos!

ARIANE HOLZBACH

THAIANE OLIVEIRA

As editoras

EQUIPE EDITORIAL

Editoras-chefes

Ariane Holzbach (UFF)
Thaiane Oliveira (UFF)
Ângela Pryshton (UFPE)

Editores-executivos

Luana Inocência (coordenadora)
Caio Melo
Gabriel Ferreirinho
Lucineide Magalhães
Matheus Bibiano
Paula Fernandes
Renata Menezes Constant
Rodrigo Reis

Triagem

Seane Melo (coordenadora)
Mayara Araújo

Revisão

Ana Luiza de Figueiredo Souza (coordenadora)
Ana Paula Barros
Manuela Arruda Galindo
Rodrigo Quinan
Verônica Lima

Tradução / Versão

Patrícia Matos (coordenadora)
Deborah Santos
Jessika Medeiros
Leonam Dalla Vecchia

Projeto gráfico / Diagramação

Érica Ribeiro (coordenadora)

Planejamento estratégico

Lumárya Souza (coordenadora)
Angélica Fonseca
Beatriz Medeiros
Camilla Quesada Tavares
Daniela Mazur
Ícaro Joathan

Comunicação

Pollyane Belo (coordenadora)
Lucas Bragança
Nayara Amara

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

Flagrantes e anúncios: temporalidades em perspectiva na revista ilustrada Fon-Fon!

Flagrant and advertisement: temporality in outlook in the illustrated magazine Fon-Fon!

TATIANA SICILIANO

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) – Rio de Janeiro, RJ, Brasil. E-mail: tatianasiciliano@puc-rio.br. ORCID: 0000-0001-6867-195X.

EVERARDO ROCHA

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) – Rio de Janeiro, RJ, Brasil. E-mail: everardo@puc-rio.br. ORCID: 0000-0001-5821-1917.

MARIA CAROLINA MEDEIROS

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) – Rio de Janeiro, RJ, Brasil. E-mail: mariacarolinamedeiros@gmail.com. ORCID: 0000-0003-3740-5936.

MELBA PORTER

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) – Rio de Janeiro, RJ, Brasil. E-mail: melbaporter@hotmail.com. ORCID: 0000-0002-0771-0131.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

SICILIANO, Tatiana ; ROCHA, Everardo; MEDEIROS, Maria Carolina ; PORTER, Melba. Flagrantes e anúncios: temporalidades em perspectiva na revista ilustrada Fon-Fon! *Contracampo*, Niterói, v. 38, n.3, p. 5-21, dez. 2019/mar. 2020.

Enviado em 26/10/2018 /Revisor A: 18/1/2019; Revisor B: 20/2/2019 / Aceito em 7/3/2019

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.27173>

Resumo

A partir do pressuposto de que a comunicação é uma prática social, propomos compreender a relação entre cultura midiática e vida moderna, aqui pensada sob os aspectos da temporalidade, buscando o passado como ferramenta para entender o presente. No presente artigo, tomaremos as revistas ilustradas como construtoras do espetáculo da cidade e da encenação da modernidade, traduzindo para os leitores as formas de sociabilidade adequadas à época e atuando como mediadoras nessa fase de transição. O nosso corpus será composto de 12 edições da *Fon-Fon!*, publicadas em 1908. Tomaremos as seções “Na Calçada” e “O Rio Elegante”, bem como algumas propagandas, como objetos da análise.

Palavras-chave

Modernidade; revistas ilustradas; temporalidade; propagandas; colunas sociais.

Abstract

We propose to understand the relationship between media culture and modern life, based on the assumption that communication is a social practice, thought here under the aspects of temporality. Our premise is to seek the past as a tool to understand the present. In this paper we will assume the illustrated magazines as constructors of the city spectacle and the staging of modernity, translating to readers the ways of sociability suitable for that time and acting as mediators in this transformation stage. Our corpus will be composed of 12 editions of *Fon-Fon!*, published in 1908. We will take the sections “Na Calçada” and “O Rio Elegante”, as well as some advertisements as objects of this analysis.

Keywords:

Modernity; Illustrated Magazine; temporality; advertisements; society section.

Introdução

O ano é 2018. A coluna de meia página da edição de domingo de um dos jornais tradicionais da cidade do Rio de Janeiro¹ destaca: “Etiqueta no caos: como exercitar empatia e educação”. O texto sugere ao leitor aprender um “conjunto de regras que parecem óbvias, mas que a educação permissiva e criadora de príncipes e princesas atual parece incapaz de dar conta”. Seguem-se ao preâmbulo nove regras sobre como se portar adequadamente em espaços públicos, dentre eles transporte e banheiros de uso comum, cinemas, teatros e restaurantes.

Na coluna da semana seguinte², intitulada “Etiqueta no caos 2: insistindo no processo civilizatório”, o leitor acompanha mais nove regras acerca dos modos de ser, agir e se portar na cidade. A continuação, diz o colunista, se dá em função da repercussão da coluna anterior, sucesso mensurado, segundo ele, pela quantidade de e-mails e mensagens nas redes que recebera de amigos citando situações das mais variadas, levando-o a “colocar no papel o que deveria estar na cabeça de todo mundo”.

E o que são essas regras que “deveriam estar na cabeça de todo mundo”? O processo civilizatório mencionado pelo colunista é uma clara referência ao termo cunhado por Norbert Elias (2011), que em sua obra *O processo civilizador* observa que nenhuma sociedade se torna civilizada da noite para o dia e que tampouco o tornar-se civilizado é um acontecimento único e pontual. Para Elias (2011), nos acostumamos a considerar a civilização como uma posse que nos chega pronta e acabada quando, na verdade, ela é parte de um processo no qual nós mesmos estamos envolvidos e que é remontado ao passado.

Daí, então, ganha sentido a busca pelo passado em uma tentativa de compreender o presente. Como observa Reinhart Koselleck (2006), o presente é apreendido enquanto passado a partir da história, em uma dialética cíclica entre passado e futuro, que não termina. O passado é um não mais, e o futuro é um ainda não. Vive-se nessa suspensão, nesse vir a ser. Conforme Koselleck (2014), o tempo histórico é relacionado às experiências concretas dos atores sociais, que articulam a cada momento suas experiências acumuladas e projetam expectativas.

Usamos o passado para dar conta do presente, pois o hoje já é ontem, o instante sempre nos escapa, nunca permanece, como analisa Leo Charney (2004). O instante só é reconhecido após ter passado, de modo que o presente está sempre perdido. O presente em si mesmo é um instante, que só é apreendido depois que já passou. Benjamin (1989) chamou essa experiência efêmera do instante de choque, que para ele representava a própria experiência moderna. É neste contexto que Benjamin (1989) entende a modernidade, neste afastamento da experiência concebida como uma acumulação contínua em direção a uma experiência de choques momentâneos que, segundo ele, bombardearam e fragmentaram a experiência subjetiva como “granadas de mão” (CHARNEY, 2004, p.323).

Para Koselleck (2006), os tempos modernos se traduzem pela ruptura e pela transição, aumentando a diferença entre passado e futuro e abrindo um fosso entre a experiência anterior e a expectativa do que há por vir e que, assim, configura a aceleração como uma experiência básica do tempo. Entendendo a modernidade que apaga a oposição entre passado, presente e futuro, por torná-los instantâneos e imperceptíveis (PAZ, 1974), e partindo do pressuposto que a comunicação é uma prática social, propõe-se compreender a relação entre cultura midiática e vida moderna, aqui pensada sob os aspectos da temporalidade, buscando o passado como ferramenta para entender o presente. Seguir “as pegadas dos múltiplos rastros” seria uma forma de desvelar “alguns desses modos de comunicação” (BARBOSA, 2013, p.166) na alvorada do século XX.

¹ Coluna Sempre aos domingos, escrita pelo jornalista Gilberto Scofield Jr. e publicada no Caderno B do Jornal do Brasil, edição de 20 de maio de 2018, página 6.

² Coluna Sempre aos domingos, escrita pelo jornalista Gilberto Scofield Jr. e publicada no Caderno B do Jornal do Brasil, edição de 27 de maio de 2018, página 6.

A imprensa se configura como ferramenta para disseminar “regras que deveriam estar na cabeça de todo mundo”, o que nos remonta às narrativas das revistas ilustradas, um dos principais meios de comunicação da virada do século XIX para o século XX. Nesse sentido, as revistas ilustradas materializavam esses novos tempos na capital da República que metonimizava o país e assim forneciam uma cartilha do que era ser moderno e como ficar *up-to-date* com os modelos de civilização, como Paris e Londres, além de receberem um tratamento gráfico mais sofisticado e com melhor qualidade de impressão que os jornais (SICILIANO, 2014; OLIVEIRA, 2010 e VELLOSO, 2010).

Eram instantâneos que se descortinavam aos olhos dos leitores fornecendo um mosaico que agrupava acontecimentos, modos e modas. Era possível pelos flagrantes veiculados nas revistas saber quem eram os elegantes, divertir-se com as charges e saborear uma crônica. (SICILIANO, 2014, p.137)

Deste modo, como protagonistas, produtores de conteúdo e testemunhos históricos dessa época, os profissionais da imprensa relataram em letra e traço, deixando como legado para as futuras gerações, suas percepções sobre a “permanente transitoriedade”³ desses tempos acelerados. Culpa de Cronos, “esse velho e barbudo Cronos, que a tudo lança o seu manto de gelo”, como sentenciou o ícone literário da época, Machado de Assis⁴.

Assim, o objetivo deste artigo é discutir a cultura midiática disseminada na imprensa por meio das revistas ilustradas, que sintetizavam o espírito do tempo através da junção da palavra com a imagem, traduzido por “poses e trejeitos” captados por seus artefatos modernos como a fotografia, que apreendia aquele instante, legando seus rastros para os observadores do futuro. A fim de compreender como as revistas ilustradas contribuíram para o desenvolvimento das matrizes de sensibilidades de um estilo de vida moderno, tomaremos o material textual e imagético presente na revista Fon-Fon! como objeto que leva aos fios, os rastros, indícios e vestígios para conduzir ao entendimento do vivido em outra época, como nos ensinou Ginzburg (2007). A revista ilustrada Fon-Fon! circulou na cidade entre 1907 e 1945. Como percurso metodológico, tomaremos 12 edições do ano de 1908, um ano após o lançamento do periódico, e quando o Rio de Janeiro abrigou a Exposição Nacional que mostrava a capital remodelada como “vitrine do progresso” (NEVES, 1991), o que foi registrado também nas páginas das revistas ilustradas, fonte de assimilação dos novos hábitos e costumes anunciados pelos ventos modernos.

Focaremos na coluna social “Na Calçada” e nas crônicas da seção “O Rio Elegante”, publicadas entre maio de 1908 e julho do mesmo ano, bem como alguns reclames destas edições. A partir do que Rocha (2010) nos ensinou com metodologia para análise de anúncios, escolhemos a Fon-Fon! após refletirmos sobre a existência de um material empírico mais propício ou mais refratário ao entendimento da lógica do sistema a que pertencem. Na seleção do periódico e das seções reconhece-se que existe alguma arbitrariedade. Contudo, entende-se que tal escolha cristaliza um certo padrão que funciona como “mito de referência”, possibilitando uma discussão mais ampla de todo um sistema do qual é parte integrante (ROCHA, 2010, p. 95). Nossa hipótese é que as colunas sociais e as propagandas que circulam nas revistas ilustradas funcionam como mediadores do aprendizado das regras de civilidade acerca do dever ser, configurando-se no observável de um código de civilidade partilhado socialmente.

³ Expressão utilizada por Carl Schorske em *Viena Fin de Siècle. Política e Cultura*, obra de 1990. Conforme o autor, a partir de meados do século XIX a palavra moderno, bem como sua chancela nas expressões culturais, não se definiam mais como contraponto ao passado, mas independentemente dele. Um sentido de se estar vivendo em uma época de transitoriedade permanente, provocando constantemente nos sujeitos a reformulação identitária e nos grupos sociais, a tarefa da reinvenção e adaptação dos sistemas de crenças obsoletos.

⁴ Ao escrever sobre os acontecimentos em sua crônica mensal, na revista *Ilustração Brasileira* de fevereiro de 1878, Machado de Assis reclama que ela possa parecer mofada ao leitor, pois “um fato de trinta dias pertence à história, não à crônica” (SICILIANO, 2014).

O Rio de Janeiro da modernidade

Para discutir os signos da modernidade nas revistas ilustradas é preciso contextualizar o Rio de Janeiro, capital federal da República, no início do século XX, bem como compreender as mentalidades de formadores de opinião da época, como os cronistas, fotógrafos, romancistas. A análise das imagens da publicidade também será muito importante neste trabalho, afinal a “imagem visual engendra uma capacidade narrativa que se processa numa dada temporalidade” e “estabelece um diálogo de sentidos com outras referências culturais de caráter verbal e não-verbal. As imagens nos contam histórias, atualizam memórias, inventam vivências”, para, conforme Ana Maria Mauad, imaginar a História (MAUAD, 2005, p.134).

“A vida moderna é feita de relâmpagos no cérebro e de rufos de febre no sangue”, disse o poeta e jornalista Olavo Bilac na crônica que abre o primeiro número da revista ilustrada *Kósmos* em 1º de janeiro de 1904, sob o pseudônimo O.B., iniciais de seu nome. O sentimento de modernidade é ambivalente. Para Marshall Berman (1986) significa um ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, autotransformação e transformação das coisas ao redor, ao mesmo tempo em que “ameaça destruir tudo o que temos, tudo que sabemos, tudo que somos (BERMAN, 1986, p.15).

Esta ambivalência permeará também o raiar do século XX, período em que se deterá este artigo. O cenário é a cidade do Rio de Janeiro em 1908, após um processo de transformação urbana que materializou a ideia de capital federal. Pode-se, como sublinhou Margarida de Souza Neves (1991), considerar a capital federal brasileira como uma metonímia do país, mas tal imagem só se torna convincente após as reformas empreendidas na gestão de Rodrigues Alves (1902-1906), que materializou “a golpes de picaretas” o papel de “vitrine do progresso”:

A cidade, vista pelos seus contemporâneos como síntese e microcosmo do país, deverá apagar as marcas da colonização portuguesa identificada com o atraso, para que possa aparecer como capital do progresso do Brasil, demarcando assim a conquista de um espaço concreto das nações civilizadas (NEVES, 1991, p.5).

O projeto civilizador do Rio de Janeiro, embora tenha conquistado a maior parte da elite, não foi necessariamente compartilhado pelas camadas populares urbanas, obrigadas a driblar os mecanismos do “processo civilizador” e a “etiqueta” requerida pelo “estilo de vida cosmopolita” das elites. Mas mesmo os que viam as mudanças como positivas, estavam imersos nas contradições e nas ambivalências da vida e da experiência humana, oscilando entre a defesa de certas tradições nacionais e a adoção de sociabilidades das modas parisienses e londrinas. Pendulavam entre a valorização de um Brasil regional e diferenciado nos seus modos de viver e pensar e a aventura de uma visão mais conectada aos valores universais, inspirados pela brisa europeia (SICILIANO, 2014; 2016).

Mas, no mundo glamoroso das revistas ilustradas, “O Rio Civilizava-se”. Tal bordão ficou associado à urbanização da capital federal e foi utilizado pela primeira vez por Figueiredo Pimentel, na coluna “O Binóculo”, da *Gazeta de Notícias* (BROCA, 1956, p. 16; EDMUNDO, 2003, p.573). Considerada uma das primeiras do colonismo social, flagrava o mundanismo carioca da rua do Ouvidor e das recém-abertas avenidas, as festas, as batalhas de flores, os corsos, a *toilette* das damas e os figurinos dos *smarts* homens da moda. Contudo, na experiência urbana, nem sempre a pedagogia das revistas ilustradas foi suficiente. Para “educar” os habitantes da capital federal da República brasileira à europeia fez-se o uso da pressão: decretos-lei e proibições na circulação de ambulantes e repressão de práticas como a mendicância, cuspir e urinar na rua.

O ano de 1908 foi importante como “marco civilizacional”; comemorou-se 100 anos da chegada da Corte Portuguesa ao Brasil, bem como a abertura dos portos realizada em 1808. O ápice da comemoração do centenário foi a Exposição Nacional. Temas recorrentes na imprensa e uma prática europeia, as exposições eram espaços construídos para divulgar inventos, mostrar o desenvolvimento

industrial e celebrar a integração entre os diversos países participantes. Comemorações, como sublinha Marialva Barbosa, ajudam a restabelecer uma “lógica narrativa na qual o passado pode ser utilizado concomitantemente ao presente e, assim, moldar uma realidade diferente” (BARBOSA, 2007, p.55). Educar sensibilidades, divulgar códigos de etiqueta, consumir o progresso e exibir civilização: eis as bases ideológicas que norteiam as exposições que sempre celebravam o triunfo dos ideais capitalistas de livre comércio e industrialização, e divulgavam e ensinavam o estilo de vida burguês (LEVY, 2008; NEVES, 1991). Lazer com fins pedagógicos, visualização do progresso e festejos ao trabalho, aos inventos e à indústria eram temas explorados nas exposições, que sempre divulgavam modernos artefatos, erigiam pavilhões à indústria, incentivavam o comércio (SICILIANO, 2014). Comércio, lazer e consumo, assuntos também presentes nas revistas ilustradas.

A escolha do centenário da abertura dos portos como pretexto de realização da Exposição Nacional não foi gratuita. Um século separa um evento do outro, e uma homenagem à data significaria fazer uma retrospectiva dos avanços brasileiros, “traçar um inventário do país”, conforme o decreto de número 6.545, de 4 de julho de 1907, do Congresso Nacional, que definiu que a comemoração se desse através de uma Exposição Nacional, tendo alocado verba para o evento. A mensagem é clara. Era preciso mostrar o progresso – através dos produtos advindos das atividades do comércio, da indústria, agrícolas, das ciências e das artes – aos visitantes, e como o Brasil era diligente, capaz de em um século alcançar o grau de civilização de nações mais conceituadas mundialmente (SICILIANO, 2014).

Encenação da modernidade na *Fon-Fon!*

As revistas ilustradas circularam com frequência no Rio de Janeiro entre o fim do século XIX e a primeira metade do século XX, e inseriam os leitores que compravam a publicação, a liam pelos ombros, ou mesmo que ouviam os comentários a seu respeito, nos assuntos do cotidiano da cidade e nas inovações da vida moderna. Ajudavam os habitantes da urbe a acompanhar a sua temporalidade, em um ritmo acelerado e repleto de informações visuais, como a charge e a fotografia. Dentre os muitos títulos, *Revista da Semana*, *Careta*, *Kósmos*, destaca-se a revista semanal *Fon-Fon!*, que surgiu buzinando e fazendo alusão ao moderno automóvel, máquina que provocava admiração e medo nas grandes cidades. Daí ser tão representativa a chegada de uma revista com o som da buzina – instrumento que chamava a atenção para a chegada dos veículos, fosse ele automóvel ou periódico.

Os exemplares do semanário, disponíveis no acervo digital da Biblioteca Nacional, faziam crítica intensa à política administrativa do período, ao mesmo tempo em que narravam os modos de ser e circular no espaço público, o vestuário adequado para flunar pelas recém-abertas avenidas, se valendo de crônicas e colunas sociais para auxiliar o leitor a se familiarizar com a ideia de uma cidade repleta de estímulos (SIMMEL, 2005) e potenciais de choque (BENJAMIN, 1989). Por isso, propomos usar as colunas “Na Calçada” e “Rio Elegante” como índices para compreender outras temporalidades, embora sempre pensemos com indagações contemporâneas. Afinal, colunas sociais e propagandas também falam da sociedade e suas temporalidades, como destacou Howard Becker (2009). Para o autor, a fotografia, o cinema, o teatro, a literatura, os mapas – acrescentaríamos também as charges, colunas sociais e a publicidade – são tão válidos para se pensar “como a sociedade é construída” quanto os modos geralmente usados pelos cientistas sociais de representar o social. Ao analisar qualquer um desses meios, podem ser obtidas histórias expressivas sobre o mundo que nos cerca, por serem formas narrativas produzidas pela própria sociedade.

Como já dito anteriormente, selecionou-se doze exemplares de *Fon-Fon!* que correspondem às edições de número quatro até a décima quinta edição, publicadas entre os meses de maio e julho de 1908, quando o Rio de Janeiro se torna o cartão-postal da Primeira República. Todos os exemplares analisados possuem trinta e seis páginas. Como nem todas as seções da *Fon-Fon!* eram regulares (não

necessariamente estavam presentes em todas as edições), as colunas selecionadas nos chamam a atenção pela regularidade e conteúdo: a seção de crônicas intitulada “O Rio Elegante” (FIG. 1) e a coluna social “Na Calçada” (FIG. 2) destacam uma narrativa dos hábitos, modos de ser e de se vestir nos espaços públicos (MEDEIROS; PORTER, 2018). As revistas ilustradas eram as lentes que possibilitavam o acesso dos leitores, mesmo os não alfabetizados, à compreensão dos acontecimentos, modos e modas. Era possível, pelos flagrantes veiculados nas revistas, saber quem eram os elegantes, divertir-se com as charges e saborear uma crônica. As revistas ilustradas familiarizavam o leitor “com as novas coordenadas espaço-temporais” (VELLOSO, 2008, p.228).

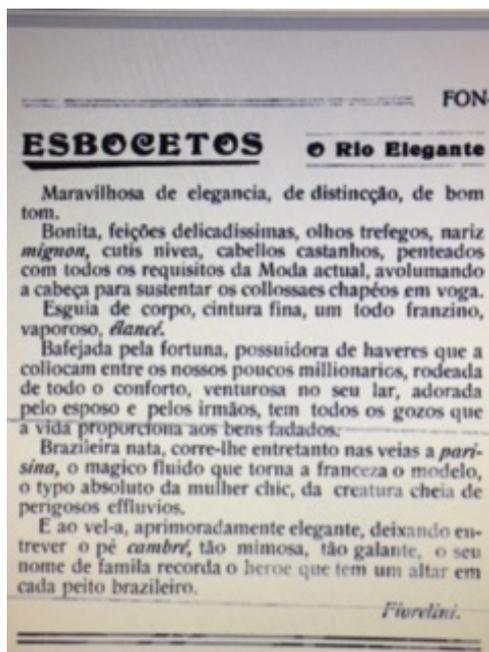


Fig. 1 Fonte: Biblioteca Nacional, Fon-Fon!, nº 10, Junho de 1908, p.19.

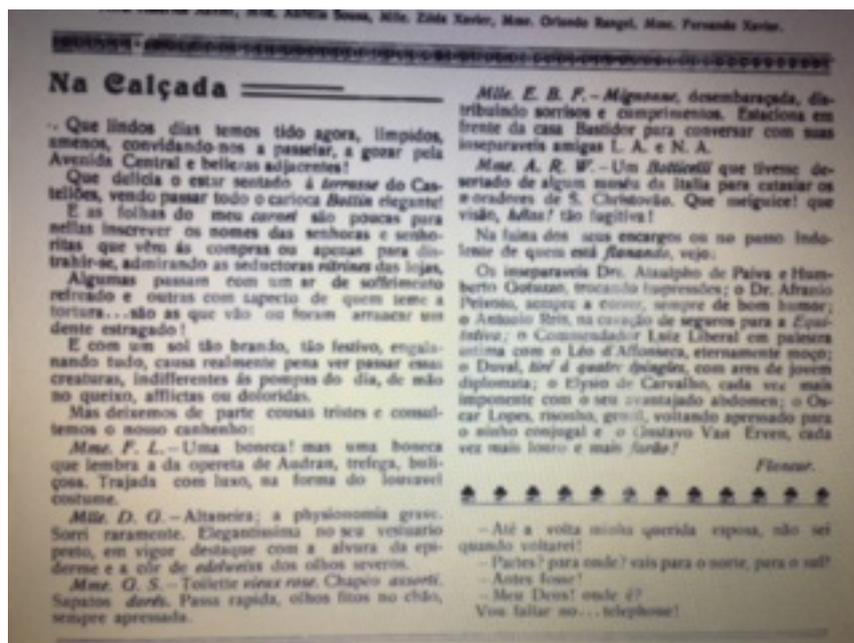


Fig. 2 1 Fonte: Biblioteca Nacional, Fon-Fon!, nº 7, Maio de 1908, p.23

Em “O Rio Elegante”, o autor da coluna, sob o pseudônimo de Fiorelini, escolhe uma senhora da sociedade carioca e, sem revelar sua identidade, narra de forma poética seus modos: como ela circula pelo espaço público, como age, anda, olha, se veste. Além disso, descreve-a fisicamente, além de fazer referência à sua família de origem e descendência familiar. Não muito diferente é a coluna social “Na Calçada”, assinada por Mario Pederneiras sob o sugestivo pseudônimo de *Flâneur* (VELLOSO, 2008, p.46). O termo em francês estava na “boca” da sociedade carioca, e foi tema da Alma Encantadora das Ruas, de João do Rio (2008). Flanar era para João do Rio uma forma de compreensão da “psicologia das ruas”, um esporte, uma prática, uma arte. No Rio de Janeiro moderno do início do século XX “ver e ser visto” fazia parte da rotina das elites, que “flanavam” pelo já remodelado espaço urbano. Benjamin (1989), a partir de Baudelaire (2010), aponta a relação entre caminhar pelas ruas e observar, como um detetive, tentando desvendar o que está por trás das poses, trejeitos, vestes e comportamentos. O colunista social, que está se configurando como profissão nas revistas ilustradas, não deixa de ser um voyeur e um *flâneur*, pois anda pelas ruas e, com sua pena e máquina fotográfica, flagra, extrai o eterno do transitório (BAUDELAIRE, 2010).

As ruas passam a ser o lócus do desfile feminino. Cronistas homens passam a observar as mulheres com olhar curioso, buscando, por meio da análise dos seus movimentos, seus modos de vestir, de falar, de se apresentar em público, fazer uma leitura de sua personalidade, de seus interesses e objetivos de vida, até então nunca explicitamente revelados (MEDEIROS e PORTER, 2018). Colunas também sinalizam os jeitos e trejeitos que uma moça de família pode ter. Afinal, comportamentos em lugares públicos, como sublinha Erving Goffman (2010), requerem certos protocolos de interação face a face específicos e distintos dos ocorridos em lugares privados. São regras que constroem os atores sociais a se “encaixarem”, isto é, adequarem a linguagem corporal, verbal e os temas nas conversas e nas interações a cada grupo e a cada situação de que participam. Afinal, segundo Goffman, “o que pode ser apropriado em uma situação certamente pode não ser em outra” (2010, p.22).

A moda no início do século XX, como sublinhou Simmel (2008), é um vetor importante na interação social, por sintetizar o duplo movimento, a tensão constituinte da modernidade: a singularização e a universalização. Caracteriza-se pela tensão entre particular e universal, igualdade e diferenciação e imitação e distinção. Ao mesmo tempo em que o indivíduo se integra em um grupo a partir de seus modos de vestir, se diferencia de outro, e é nesse movimento que a moda opera. As pessoas flagradas nas avenidas e espaços públicos pelos colunistas e registradas em instantâneos servem de modelos para outras, e o flerte e a coqueteria também fazem parte dos novos comportamentos mundanos. Pela importância da moda, era desejável estar atento e informado sobre as últimas novidades e figurinos, além dos códigos de etiqueta oriundos principalmente da França e da Inglaterra. Afinal, a nova cidade convidava o *homo urbanus* a se exibir no espaço público, a ver e a ser visto nas novas avenidas e nas vias remodeladas. Convidava o cidadão à sociabilidade e ao *vouyerismo*. Como sublinhou Robert Pechman, a capital federal não encenava apenas “o lugar do processo civilizatório, [mas ela era o] componente fundamental desse processo” (PECHMAN, 2003, p.130) e, conseqüentemente, a sociabilidade e a performance tornavam-se práticas essenciais à manutenção do mito da capital. A cidade transforma-se e seus habitantes deviam se mostrar *up-to-date* com tais mudanças. Daí passar a ser importante, nas novas “vitrines” urbanas, vestir-se com apuro e saber comportar-se como uma “pessoa civilizada”, mantendo a conveniente “fachada” no teatro social.

Nas colunas “Rio Elegante” e “Na Calçada” das doze edições analisadas, percebe-se uma recorrência da descrição física e da escolha do vestuário feminino. São recorrentes expressões como: mímica, vaporosa, delicada, requintada, distinção em elegância, movimentos graciosos, serena, apurado gosto, mas sem exagero, *chic*, trajada no rigor da moda. Todas apresentam mulheres passantes, provavelmente pertencentes à alta sociedade, pois são descritas como ricas e “bafejadas pela fortuna”, com capital cultural (adora música, teatro, fala francês e viaja frequentemente para a Europa), embora

seus nomes não sejam citados. Mas, certamente, são facilmente identificáveis. A mulher, antes restrita ao espaço privado do lar, passa a circular no espaço público, nas avenidas e cafés. Também forma um dos principais públicos para a compra de revistas ilustradas, a fim de estar atualizada com os últimos acontecimentos culturais da cidade e ter assuntos para uma conversa ao circular pelos espaços públicos. Ver e ser visto, falar da vida alheia e ter seu próprio comportamento como objeto de uma conversa ou fofoca tornam-se estratégias de socialização nos espaços públicos da capital federal no início do século XX. Exatamente o que promove o colonismo social.

Países europeus ditavam as modas e as regras de conduta. Os habitantes de um Rio civilizado buscavam as referências, principalmente em Paris, na maneira de se vestir e de se comportar no espaço público e no convívio social. Os veículos demonstravam na própria narrativa: “Maravilhosa de elegância, de distinção e de bom tom. Tipo francesa” (FIORELINI, 1908b, p. 19). Falar francês e viajar para Europa é frequentemente mencionado nas duas colunas como sinônimo de bom gosto e distinção. “Na Calçada” apontava como a toilette e trejeitos de Mademoiselle C.K., trajada à francesa, tornavam-na atraente para o olhar masculino, deixando um “rastro de corações machucados”:

toilette vaporosa bruma da manhã, própria da estação – gris automne. Chapéu de igual nuance. Para temperar tanto frio as brasas da avermelhada boca. Passos de gazela. A cabecinha levantada, arrogante, de quem sabe que vai deixar um rastro de... corações machucados!(FLÂNEUR, 1908a, p. 32).

As revistas ilustradas veiculavam comportamentos femininos que deveriam servir de modelos de polidez e elegância, bom tom a ser copiado pelas demais leitoras: “sobriedade de cores”, “repertório clássico com uso de peças francesas, sem requintes, nem exageros”; “usos de chapéus”. Nas palavras do colunista do “Rio Elegante”, sua escolhida na edição de número 7, de maio de 1908, era “um tanto avara de sorrisos, sem entretanto poupar aos conhecidos a mais sedutora afabilidade. Veste-se com apurado gosto, com propriedade, sem os requintes nem os exageros que a moda, na sua frivolidade, aconselha” (FIORELINI, 1908a, p. 30). Modelo de discrição e sociabilidade, sem afetação, como uma moça de boa família ou uma senhora casada deveriam se portar, conforme os manuais de etiqueta.

Sugeria-se sempre o casamento como destino das moças, embora a submissão e a dependência não aparecessem mais como condição feminina, na época. Na fase adulta, as senhoras são narradas como distintas, elegantes, requintadas e comparadas às europeias, deusas, obras de arte e personagens de óperas. “*Madame A.R.W.*, um *Botticelli* que tivesse desertado de algum museu da Itália para extasiar os moradores de São Cristóvão. Que meiguice! Que visão hélas! Tão fugitiva!” (FLÂNEUR, 1908b, p. 23). Sobre o estado civil das mulheres, quando identificadas como casadas, as expressões são de “bem cuidadas”, “cercada de numerosa e bonita prole” ou “na companhia dos maridos”, em sinal de que deveriam sempre estar acompanhadas pela família (filhos, marido, irmã, sobrinhos) ou cercada de amigos.

Vale sublinhar que o casamento, a partir de meados do século XIX, começa a creditar ao amor romântico e à vida familiar importância central nos projetos, tanto masculinos como femininos, das camadas médias e das elites urbanas. Só que os papéis sexuais desempenhados pelos homens e pelas mulheres eram bem marcados e diferenciados (ARAÚJO, 1993). O homem era o chefe da família e legalmente seu representante, embora não tivesse mais, como na época da colônia, poderes ilimitados. O domínio dos códigos adequados aos grupos sociais que frequentavam o espaço público era muitas vezes acionado de forma distinta. Em público, mostrava-se uma face adequada e, no privado, fazia-se tudo diferente (SICILIANO, 2014). Já as mulheres deveriam saber se comportar, como sinal de distinção. E as colunas reforçavam esta regra como sinônimo de civilidade.

Nas narrativas das edições analisadas, somente apresentam-se duas fases da vida da mulher: a juventude e a adulta, sendo a última na condição de viúva ou casada, jamais menção a demais estados civis, como solteira ou divorciada. Na fase da juventude, os adjetivos utilizados para descrever a aparência são:

vivas, interessantes, mimosas, delicadas, teteias, fetiche. As mulheres são comparadas a flores, manhãs, anjos, representando a leveza da fase da vida em que não há preocupações e grandes responsabilidades. A exceção se dá quando narram jovens distantes dos noivos, às quais atribuem adjetivos como pálida e triste, pela falta do companheiro, como na edição de número 13, de julho de 1908, onde é narrado na seção “Na Calçada”: “*Mademoiselle N. V., pálida, excessivamente pálida. Nostálgica pela ausência do noivo, o guapo T.P.*”. Estas narrativas sugerem que as jovens estavam sempre em busca de bons pretendentes para maridos, citando explicitamente quando algumas delas eram flagradas observando jovens nas calçadas, como na seção da mesma coluna da *Fon-Fon!* de número 12, de junho de 1908: “*Mademoiselle O. X., enquanto desfila a procissão segue com o olhar um guapo oficial de marinha. A ancora não simboliza a esperança?*” (FLÂNEUR, 1908c, p. 16).

Em nenhuma das narrativas aparece a palavra *civilidade* ou o verbo *civilizar*, o que sugere que a expressão não precisava mais ser usada de modo tão direto, suavizando a pressão para adotar novos modos. As novas formas de sociabilidade eram sugeridas de modo mais subjetivo. Os traços da personalidade eram expressos majoritariamente de duas formas: sorridente, que retribuía cumprimentos a todos; e a mulher sombria e pouco afeita a risos, sendo a primeira narrada com mais frequência, tida como modo de agir mais adequado.

As propagandas também eram construtoras do espetáculo da cidade e indicavam as formas de sociabilidade adequadas à vida moderna. Marcia Padilha (2001) mostra, em seu trabalho com propagandas de São Paulo, que a publicidade ocupa um lugar considerável na configuração dos novos espaços públicos urbanos “que iam se construindo e modificando ao mesmo tempo em que a cidade” (PADILHA, 2001, p.104). Ressalta-se, como apontou Everardo Rocha (2010) que o discurso publicitário transforma a produção em bens de consumo que nos localizam no mundo e os publicitários são *bricoleurs* que se apropriam de “diversos saberes”, fazendo uso de signos coletivamente compartilhados como elementos constitutivos de sua narrativa. Afinal, através da publicidade podemos compreender a lógica de uma determinada época e sociedade. Pois “em cada anúncio vendem-se estilos de vida, sensações, emoções, visões de mundo, relações humanas, sistemas de classificação...” (ROCHA, 2010, p. 32).

Desde a chegada da corte, por sua centralidade de capital (Corte, Império e República), o Rio de Janeiro tornava-se palco de uma sociedade que cada vez mais saía às ruas e configurava um mercado consumidor crescente. A publicidade assumia, assim, um papel relevante na construção desse imaginário social. Alencastro (1997) mostra que no imaginário brasileiro o impacto da chegada regular de pacotes – e, sobretudo, os bens de consumo e as novidades da moda e dos costumes que traziam – foi tamanho que a menstruação das mulheres da época do Império e da República ficou conhecida pelo mesmo termo, em referência ao ciclo de 28 dias que as mercadorias levavam da Inglaterra até o Rio de Janeiro.

O hábito de consumo do lazer também se modifica no Império. Passa-se a frequentar cafés, confeitarias e restaurantes. Em 1874, cerca de dez mil casas dispunham de iluminação a gás, obrigando a população a rever seu modo de se vestir e se apresentar em casa e na rua. No ambiente iluminado das casas, dos salões e dos cafés, a aparência individual devia revestir-se de novos atributos estéticos. Chapéus, luvas e vestidos, muitas vezes provenientes de estoques que as crises econômicas ou as viradas da moda haviam tornado invendáveis na Europa e nos Estados Unidos, são importados no Rio de Janeiro. Alguns desses adereços deixam entrever os hábitos e as expectativas íntimas das camadas ascendentes da sociedade imperial (Alencastro, 1997).

Ainda para Alencastro (1997), novidades nacionais e estrangeiras recebiam a aprovação da sociedade e da imprensa da Corte e daí irradiavam para o resto do país. Coisa de gente fina também eram os sapatos, exclusivos dos homens livres e libertos. Não bastava ter dinheiro para adquiri-los; mesmo os escravos de ganho⁵ não podiam calçar sapatos, demarcando claramente a distinção entre quem podia

⁵ Esses escravos, que realizavam tarefas remuneradas a terceiros e repassavam parte da quantia recebida

ou não possuir esse bem (MEDEIROS, 2017). O Rio de Janeiro da Corte era frequentado pelas senhoras dos fazendeiros de café, que faziam compras na rua do Ouvidor, iam ao teatro, buscavam tratamentos de saúde, tudo visando replicar o comportamento de gente fina. A representação social almejada ocorria através do consumo de produtos e modismos da corte – e até mesmo do exterior. Os inventários de grandes fazendeiros da época demonstram ostentação no consumo, com predominância de prataria, joias, roupas finas e de importados. “Louças, móveis, roupas de cama e vestidos eram adquiridos muitas vezes por meio de catálogos das grandes lojas da corte ou até mesmo da França, especialmente a Galeria Lafayette” (MAUAD, 1997, p.212).

Alencastro (1997) afirma que o tempo imperial entra em sincronia com o tempo da modernidade europeia; consumir e saber como se comportar faz parte disso. Como vimos, o consumo praticado pela sociedade do Rio de Janeiro no Brasil imperial visava a simbolizar status, fazer parte de um grupo, distinguir-se. Objetos, como o piano, tornaram-se mercadoria-fetice dessa fase econômica e cultural – mesmo por quem não pretendia tocá-los, na tentativa de se aproximar do que Alencastro (1997, p.43) denominou “francesismo da elite do Rio de Janeiro”. E no início do século XX, o Rio de Janeiro, “capital irradiante”, como designa Sevckenko (2002), potencializou sua centralidade como “caixa de ressonância das grandes transformações em marcha pelo mundo” (SEVCENKO, 2002, p.513) e dissemina, inclusive através da mídia impressa, os novos códigos da modernidade. Os anúncios também se tornavam pedagogias sobre modos e estilos de vida, através da divulgação dos códigos da modernidade, de novos hábitos, inclusive higiênicos. Ensinavam práticas e condutas para ajudar na performance dos aspirantes ao cosmopolitismo. Nas primeiras décadas do século XX a publicidade tinha um formato mais poético, redigida por literatos, jornalistas e cronistas. O crescimento da propaganda se dá também em função da urbanização, da implantação dos transportes (linhas regulares de bonde), do comércio. O novo precisava ser anunciado e consumido.

Nas doze edições de Fon-Fon! analisadas, a figura feminina merece destaque. Vários são os anúncios que apresentam produtos para as mulheres. Em geral, roupas, adornos, perfumes importados, principalmente, da França. O que fica evidente desde os nomes dos estabelecimentos anunciados como Parc Royal, Maison Blanche, Madame Garnier, Madame Soussan, Madame Berthe, A Notre Dame de Paris, entre outros. E quando os anúncios são de marcas nacionais, o mote é que rivalizam com as melhores marcas estrangeiras, o que sinalizava distinção e qualidade dos produtos. Estar elegante e chic eram imperativos na cidade remodelada, como podemos ver em alguns dos anúncios a seguir.

ao seu senhor, muitas vezes, conseguindo formar um pecúlio que resultava na compra de sua liberdade, tinham meios para usufruir de muitos bens: “calças bem postas, paletó de veludo, relógio de algibeira, anel com pedra, chapéu-coco e até fumar charuto” (Alencastro, 1997, p. 79), mas tinham de andar descalços, sendo o calçado um bem simbólico de pertencimento à elite.

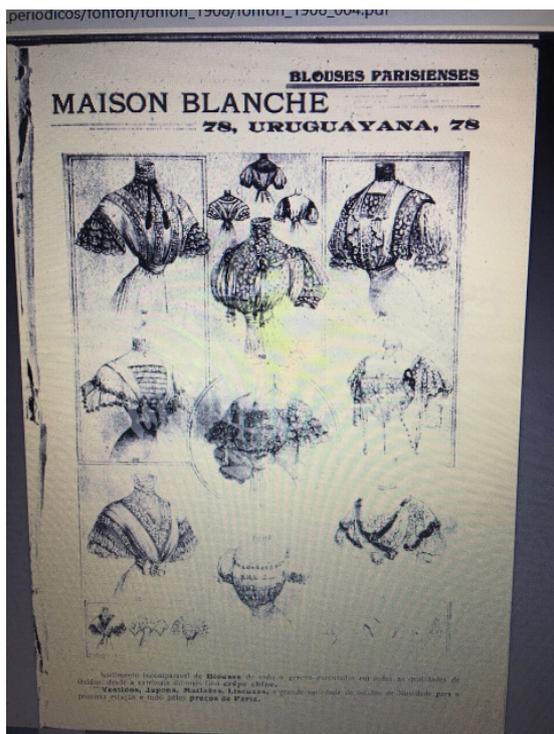


Fig. 3 Fonte: Biblioteca Nacional, *Fon-Fon!*, n. 4, maio de 1908, p. 03.

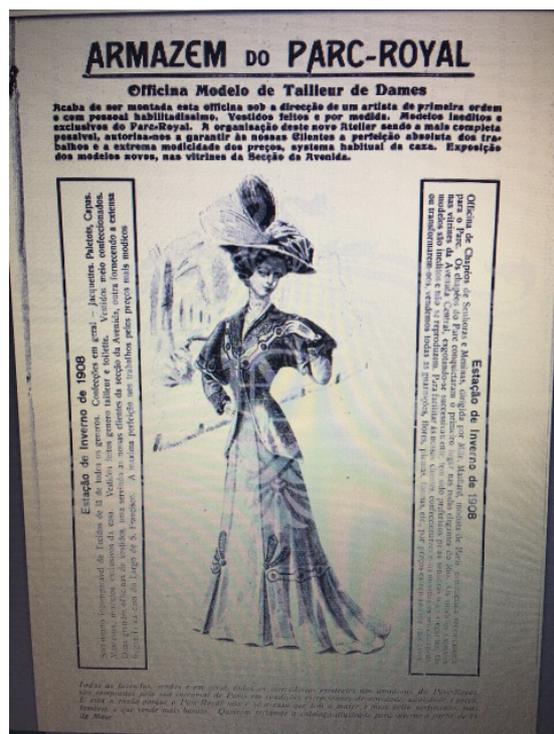


Fig. 4 Fonte: Biblioteca Nacional, *Fon-Fon!*, n. 4, maio de 1908, p. 05.



Fig. 5 Fonte: Biblioteca Nacional, *Fon-Fon!*, n.5, maio de 1908, p. 32.



Fig. 6 Fonte: Biblioteca Nacional, *Fon-Fon!*, n.10, junho de 1908, p. 33.

COLLETES

de Madame

GARNIER

ULTIMAS CREAÇÕES
de 1908

Os mais bellos Colletes do Mundo!

Os celebres colletes **DEVANT DORMIT** de Mme. Garnier, são primorosos, hygienicos, delicados e extramamente elegantes; mil-lhares de senhoras e senhoritas do nosso "lygh-ville" o podem attestar. Confeccionados exactamente conforme os principios de uma anatomia severa, os colletes de Mme. Garnier modelam o corpo das senhoras, pondo em relevo as suas be-llezas naturaes.

TABELLA DOS PREÇOS	
FIDELLE, magalha Casaca em ruban de cores, commodidade e duravel, com 2 ligas	22000
IVETTE, lanchante collete, para detemtoes de 10 a 14 annos, com 2 ligas	22000
MARQUEE, collete sem estal, em coralll amarelado de cor, com 2 ligas, modelo recente	21000
MARQUINETTE, o mesmo tipo de Marquee, confeccionado com os mesmos tecidos, e comecando todas as boas qualidades d'aquele. Encolher e sobre as quaternas, com 4 ligas	25000
TALISMAN, gracios collete de uma saucelha, com 4 ligas	20000
ATOLON, em brocade inglesa sobre batiste, magalha collete chic e saposito, com 4 ligas	20000
MARIE ANTOINETTE, mais collete, o que mais sobre do chic, com 4 ligas de seda e guarnições, novidade	20000
PARFUM, o mais fino collete com conta de caravelha, possuindo a fidelidade e a leveza que os mais bellos colletes do seu genero até huj conseguio. Parfuit e o mesmo, e todos os colletes de Mme. Garnier são feitos de tecidos de primeira qualidade, e os seus tecidos são de primeira ordem, e os seus tecidos são de primeira ordem, e os seus tecidos são de primeira ordem.	20000
ROSEMONDE, magalha collete de lã em vola Pompadour, com 4 ligas	20000

Os maravilhosos colletes de Mme. GARNIER realçam huj no mundo inteiro a belleza e a elegancia. Um corpo esculpado, nelle se immortaliza, um corpo fulgurante, bello e gracioso, e o encanto que elle produz e a primeira das suas belezas.

Para mais detalhes, consulte os catálogos em Paris, com a revista collette, ou em qualquer das seguintes cidades: FAZENDAS PRETAS, de Rua Urugayana, 70, sendo o unico e exclusivo para todo o Brasil, dos bellos colletes de Mme. GARNIER.

Cuidado com as imitações!

Fig. 7 Fonte: Biblioteca Nacional, *Fon-Fon!*, n. 13, julho de 1908, p. 03.

Considerações Finais

O colunismo social e os anúncios funcionavam como vitrine da elegância e cartilha para o domínio dos códigos urbanos, no modelo europeu, especialmente francês. Não é a toa que as palavras mais citadas nos anúncios são francesas. O anúncio da casa de Mme. Soussan está todo na língua francesa. Nesse sentido e na perspectiva dos anúncios, a presença da indústria nacional era quase nula. Quando havia

anúncios de algo produzido no país era relativo a alimentos, e quando relativo à vestimenta, os termos utilizados eram de comparação com os produtos importados.

Outro aspecto que chama a atenção é a centralidade do chapéu como elemento distintivo, demarcador de uma elite elegante que se diferenciava da massa não elegante. O chapéu torna-se, assim, um elemento de moda carregado de valores tanto estéticos, distintivos e sociais quanto simbólicos e semânticos, diretamente ligado aos pensamentos e ao mundo das ideias (LENZI, 2015). O escritor Machado de Assis (1884), inclusive, no conto Capítulo do Chapéu retrata a importância que o adorno tinha na época para o quem o portava. Conrado, personagem do conto, acreditava que o chapéu fazia parte do seu corpo. E mesmo quando tal objeto deixa de ter essa importância, é substituído por outro. O mesmo acontece com os bondes, substituídos pelos automóveis, ônibus etc.

Independente dos objetos que adornam os corpos e as cidades, uma vez que as sociedades são socialmente construídas e precisam de mediações para facilitar as interações, continua sendo fundamental dominar os códigos de etiqueta, bom tom e vestuário para circular no espaço público urbano. Tais códigos, expressos aqui nas colunas e anúncios das revistas ilustradas, mediam a comunicação em uma perspectiva temporal de passado, presente e, para Machado de Assis, também de futuro:

Não sei se V. Ex.^a Revma. é como eu. Eu gosto de contemplar o passado, de viver a vida que foi, de pensar nos homens que antes de nós, ou honraram a cadeira que V. Ex.^a Revma. ocupa, ou espreitaram, como eu, as vidas alheias. Outras vezes estendo o olhar pelo futuro adiante, e vejo o que há de ser esta boa cidade de São Sebastião um século mais tarde, quando o bonde for um veículo tão desacreditado como a gôndola, e o atual chapéu masculino uma simples reminiscência histórica (ASSIS, 1877).

Pensemos na mídia como mediadora desse processo que, como observa Silverstone (2014), se estende para além do ponto de contato entre os textos midiáticos e aqueles que os consomem – neste caso, os leitores das revistas ilustradas (entendendo este público como aqueles que tinham contato com essa mídia impressa, mesmo os não alfabetizados) –, envolvendo-os numa “atividade mais ou menos contínua de engajamento e desengajamento” (SILVERSTONE, 2014, p.33). Para o autor, a experiência é dilatada de tal forma que possibilita que esses significados sejam avaliados e absorvidos de muitas maneiras diferentes.

Retomando a visão de Koselleck (2014) com a qual iniciamos este artigo, o tempo histórico se relaciona às experiências dos atores sociais, em uma dialética entre experiências acumuladas e expectativas projetadas. Nesse sentido, comunicação, tempo e mídia se entrelaçam e funcionam como cenário para refletir sobre essa multiplicidade de experiências às quais estamos sujeitos. Pensar o tempo é sempre um desafio, afinal, “o tempo é um tecido invisível em que se pode bordar tudo, uma flor, um pássaro, uma dama, um castelo, um túmulo. Também se pode bordar nada”, como nos ensinou Machado de Assis em *Esaú e Jacó*.

Referências

ALENCASTRO, Luiz Felipe. Vida privada e ordem no Império. In: ALENCASTRO, Luiz Felipe (org.). **História da vida privada no Brasil: Império**. Volume 2. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p. 11-94.

ARAÚJO, Rosa Maria Barboza. **A vocação do prazer**. A cidade e a família no Rio de Janeiro republicano. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

ASSIS, Machado de. Esaú e Jacó. **Memorial de Aires**. São Paulo, Editora Nova Cultural, 2003.

ASSIS, Machado de. História de Quinze Dias (1876-1878). Org. e introdução de Leonardo de Miranda Pereira, s/d (mimeografado).

- ASSIS, Machado de. Ilustração Brasileira. **História de 15 dias**, 1 de Janeiro de 1877.
- ASSIS, Machado de. Capítulo do Chapéu. In: **Volume de contos**. Rio de Janeiro: Garnier, 1884.
- BARBOSA, Marialva. **História da Comunicação no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.
- BARBOSA, Marialva. **Percursos do olhar**: comunicação, narrativa e memória. Niterói, RJ: EdUFF, 2007.
- BAUDELAIRE, Charles. **O pintor da vida moderna**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.
- BECKER, Howard S. **Falando da sociedade**. Ensaios sobre as diferentes maneiras de representar o social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2009.
- BENJAMIN, Walter. Charles Baudelaire. Um lírico no auge do capitalismo. **Obras escolhidas III**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989.
- BERMAN, Marshall. **Tudo o que é sólido desmancha no ar**. A aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.
- BROCA, Brito. **A vida literária no Brasil – 1900**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação e Cultura, 1956.
- CHARNEY, Leo. Num instante: o cinema e a filosofia da modernidade. In: CHARNEY, Leo & SCHWARTZ Vanessa R. (orgs.). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2004.
- EDMUNDO, Luiz. **O Rio de Janeiro do meu tempo**. Brasília: Edições do Senado Federal, 2003.
- ELIAS, Norbert. **O processo civilizador, volume 1**: Uma História dos Costumes. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- FIORELINI, O Rio Elegante. **Fon-Fon!**. N. 7, Rio de Janeiro, 1908a.
- FIORELINI, O Rio Elegante. **Fon-Fon!**. N. 10, Rio de Janeiro, 1908b.
- FLÂNEUR, Na Calçada. **Fon-Fon!**. N. 5, Rio de Janeiro, 1908a.
- FLÂNEUR, Na Calçada. **Fon-Fon!**. N. 7, Rio de Janeiro, 1908b.
- FLÂNEUR, Na Calçada. **Fon-Fon!**. N. 12, Rio de Janeiro, 1908c.
- GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas e sinais**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- GOFFMAN, Erving. **Comportamentos em lugares públicos**. Petrópolis: Vozes, 2010.
- KOSELLECK, Reinhart. **Estratos do tempo**. Estudos sobre história. Rio de Janeiro: Contraponto: Puc-Rio, 2014.
- KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado**. Contribuição à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro: Contraponto, Editora Puc-RJ, 2006.
- LENZI, Gabriela Poltronieri. Da proteção à moda: o chapéu como elemento distintivo. **Anais do 5º ENP – Encontro Nacional de Pesquisa de Moda**. Universidade FEEVale, Rio Grande do Sul, 2015. Disponível em: <http://www.feevale.br/Comum/midias/c6f0918b-9e15-4547-8eeb-b8c0e319964a/DA%20PROTE%C3%87%C3%83O%20%C3%80%20MODA%20-%20O%20CHAP%C3%89U%20COMO%20ELEMENTO%20DISTINTIVO.pdf>
- LEVY, Ruth. **Entre palácios e pavilhões**. A arquitetura efêmera da Exposição Nacional de 1908. Rio de Janeiro: EBA Publicações, 2008.
- MAUAD, Ana Maria. Imagem e auto-imagem do Segundo Reinado. In: ALENCASTRO, Luiz Felipe (org.).

História da vida privada no Brasil - Império: a corte e a modernidade nacional. Volume 2. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p. 181-232.

MAUAD, Ana Maria. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. In: **Anais do Museu Paulista**. São Paulo. v.13, n.1, p. 133-174. Jan-jun 2005.

MEDEIROS, Maria Carolina E. **Regras de convivência:** um estudo sobre etiqueta e manuais de civilidade no Brasil. 2017. Dissertação (mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2017. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/acesoConteudo.php?nrseqoco=100902>

MEDEIROS, Maria Carolina; PORTER, Melba. Civilidade e modernidade: narrativas e mediações no Rio de Janeiro dos séculos XIX e XX. **Artigo aceito no Poscom 2018**. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <http://poscom.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=7>

NEVES, Margarida de Souza. **Brasil, acertai vossos ponteiros**. Rio de Janeiro: Museu de Astronomia, 1991.

OLIVEIRA, Claudia. A iconografia do moderno: a representação da vida urbana. In: OLIVEIRA, Claudia; VELLOSO, Mônica Pimenta; LINS, Vera. **O moderno em revistas: representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930**. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

PADILHA, Marcia. **A cidade como espetáculo:** publicidade e vida urbana na São Paulo dos anos 20. São Paulo: Annablume, 2001.

PAZ, Otavio. **Os filhos do barro:** do romantismo à vanguarda. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1974.

PECHMAN, Robert Moses. De civilidades e incivilidades. **Revista Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, Laboratório de Políticas Públicas/UERJ, maio-ago. 2003.

RIO, João do. **A alma encantadora das ruas: crônicas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo:** um estudo antropológico da publicidade. 4ª edição. São Paulo: Brasiliense, 2010.

SCHORSKE, Carl E. **Viena Fin-de-Siècle**. Política e Cultura. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

SCOFIELD JR, Gilberto. *Jornal do Brasil. Caderno B*, 20 de maio de 2018a.

SCOFIELD JR, Gilberto. *Jornal do Brasil. Caderno B*, 27 de maio de 2018b.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnicas, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando A.; SEVCENKO, Nicolau (org). **História da Vida Privada no Brasil. Volume 3:** República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SICILIANO, Tatiana Oliveira. **O Rio de Janeiro de Artur Azevedo:** cenas de um teatro urbano. Rio de Janeiro: Mauad X: FAPERJ, 2014.

SICILIANO, Tatiana Oliveira. A cultura das mídias e a experiência urbana na Belle Époque carioca. **XXV Encontro Anual da Compós**. Universidade Federal de Goiás. Goiânia, junho de 2016. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/aclturadasm%C3%ADdiaseaexperi%C3%AAnciaurbananabelle%C3%89poquecarioca_tatianasiciliano_3345.pdf

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 4a ed. São Paulo: Ed. Loyola, 2014.

SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito. **Mana** 11(2): 577-591, 2005.

SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

VELLOSO, Monica Pimenta. Sensibilidades modernas: as revistas literárias e de humor no Rio da Primeira República. In: LUSTOSA, Isabel (org.). **Imprensa, História e Literatura**. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2008.

VELLOSO, Monica Pimenta. As distintas retóricas do moderno. In: OLIVEIRA, Claudia; VELLOSO, Monica Pimenta; LINS, Vera. **O moderno em revistas: representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930**. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

Tatiana Siciliano é professora do Departamento de Comunicação e do PPGCOM da PUC-Rio. Doutora em Antropologia Social pelo Museu Nacional/UFRJ. Pós-doutora em Sociologia pela UFRJ (bolsa Capes/PNPD). Rio de Janeiro, RJ, Brasil. No presente artigo, contribuiu com fundamentação teórica e participou do processo de redação e revisão do artigo.

Everardo Rocha é professor associado do Departamento de Comunicação Social e do PPGCOM da PUC-Rio. Doutor em Antropologia- Museu Nacional/UFRJ. Grupo de pesquisa: Laboratório de Antropologia do Consumo (LAC) - Comunicação, tempo presente e história cultural. Rio de Janeiro, RJ, Brasil. No presente artigo, contribuiu com redação e revisão do artigo.

Maria Carolina Medeiros é doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio e Mestre pelo mesmo programa. Pesquisadora e autora de artigos e capítulos de livro na área de Comunicação. Rio de Janeiro, RJ, Brasil. No presente artigo, contribuiu com fundamentação teórica e participou do processo de redação e revisão do artigo.

Melba Porter é doutoranda Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. Mestre em Sistemas de Gestão - ênfase em Organizações e Estratégia pela UFF. No presente artigo, contribuiu com empiria, processos metodológicos e fundamentação teórica.

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

Ciberpublicidade, gênero e Goffman: hiper-ritualizações no contexto digital

Cyber-advertising, gender and Goffman: hyper-ritualizations in the digital context

FERNANDA CARRERA

Universidade Federal do Rio de Janeiro - ECO/UFRJ - Rio de Janeiro, RJ, Brasil. E-mail: fernanda.carrera@eco.ufrj.br. ORCID: 0000-0001-5024-0860.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

CARRERA, Fernanda. **Ciberpublicidade, gênero e Goffman**: hiper-ritualizações no contexto digital. Contracampo, Niterói, v. 38, n.3, p. 22-40, dez. 2019/mar. 2020.

Enviado em 23/11/2018 /Revisor A: 31/01/2019; Revisor B: 26/03/2019 / Aceito em 07/05/2019
DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.27366>

Resumo¹

Este trabalho realiza uma análise exploratória da ciberpublicidade sob a égide de Erving Goffman em *Gender Advertisements*. Pressupunha-se que o ambiente digital, ao permitir a amplitude de vozes reprimidas anteriormente pelos meios de massa; disponibilizar artifícios para o ciberativismo, sobretudo em relação à representatividade; e ainda fazer emergir uma publicidade com efeito de realidade, pudesse revelar resultados imagéticos significativamente diferenciados daqueles encontrados por Goffman nos anúncios impressos de revista na década de 70. Percebeu-se, no entanto, uma continuidade expressiva das concepções goffmanianas, revelando a urgência de pesquisas futuras que busquem o mapeamento das hiper-ritualizações de gênero na publicidade contemporânea.

Palavras-chave

Hiper-ritualização; Gênero; Goffman; Ciberpublicidade.

Abstract

This paper undertakes an exploratory analysis of cyber-advertising from Erving Goffman's perspective in *Gender Advertisements*. It was assumed that the digital environment, by allowing the spread of voices previously suppressed by the mass media; providing artefacts for cyber-activism, especially in relation to representativeness; and yet making emerge advertising with reality effect, could reveal significantly different imagetic results from those found by Goffman in print magazine advertisements in the 1970s. There was, however, a significant continuity of Goffmanian conceptions, revealing the urgency of future research that seeks the mapping of gender hyper-ritualizations in contemporary advertising.

Keywords

Hyper-ritualization; Gender; Goffman; Cyber-advertising.

¹ Trabalho apresentado no XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte - MG, 05 a 08 de junho de 2018. Versão revista.

Introdução

A abordagem interacionista de Goffman, que buscava nas nuances da vida cotidiana suas pressuposições teóricas a respeito do funcionamento da vida social, não limitou o seu olhar apenas às relações face a face e suas implicações nos comportamentos ritualizados dos indivíduos. Compreendendo a importância dos discursos circulantes na cultura para o entendimento da sociedade e de seus mecanismos, Goffman dedicou um livro ao estudo da publicidade e suas representações de gênero, percebendo-a como um interessante dispositivo revelador de estruturas e agenciamentos socioculturais que direcionam as percepções e as atitudes empreendidas nas interações sociais rotineiras. Aliás, para o autor, as ferramentas utilizadas pelo discurso publicitário para a construção da sua mensagem não diferem muito daquelas dispostas pelo seu objeto de análise mais recorrente: a situação social (GOFFMAN, 1979, p. 27).

Em *Gender Advertisements*, publicado no final dos anos 1970, Goffman então buscou perceber estas ritualizações do comportamento social, que já estavam sob o seu escrutínio, agora representadas e mediadas pelos objetivos peculiares da publicidade (GOFFMAN, 1979). Analisando, portanto, mais de 500 anúncios de diversos segmentos, o autor explora as fotografias dispostas na mensagem em uma busca por uma “gramática da linguagem corporal” (POLLAY, 1978, p. 313), de uma forma geral, e pela representação, em particular, de movimentos do corpo que deixam escapar diferenciações e estereótipos de gênero. Seu primeiro argumento fundamental reside na aceção de que “a formação imagética é em si um processo de produção e não é, portanto, para ser considerada de forma imediata como neutra” (KUHN, 1980, p. 315)².

Ao seguir a perspectiva da não neutralidade da construção imagética, sobretudo nas narrativas comerciais e publicitárias, este trabalho busca revisitar os argumentos propostos pelo autor em *Gender Advertisements*, de forma exploratória, agora para o contexto da ciberpublicidade. Quase quarenta anos após a publicação do livro, em um contexto que permite a amplitude de vozes anteriormente pouco ouvidas (LEMOS, 2003); que oferece recursos acessíveis para a disseminação do ciberativismo (ANTOUN e MALINI, 2013), sobretudo em relação à representatividade (STROZENBERG, 2006) e que, conseqüentemente, reivindica uma “publicidade com efeito de realidade” (CARRERA, 2018, p. 231), é possível identificar, ainda, marcas desta hiper-ritualização de gênero revelada por Goffman nos anúncios impressos de revista na década de 70? Propõe-se, portanto, um percurso sobre a proposta do autor com um olhar sobre a ciberpublicidade e suas representações de gênero, buscando perceber as continuidades e as rupturas deste processo e inserindo os primeiros passos para a construção de uma análise aprofundada sobre as hiper-ritualizações na publicidade contemporânea.

As imagens, os gêneros e a publicidade em *Gender Advertisements*

O pressuposto inicial de Goffman em *Gender Advertisements* reside na aceção de que qualquer produção imagética revela um processo de dramatização. Isto é, qualquer fotografia, seja ela publicitária ou para circulação particular, obedece a processos de construção similares, nos quais uma ação narrativa se desenvolve; o local fornece elementos contextuais, assim como os modelos e os adereços utilizados; e ainda são inferidos um antes e um depois no momento da leitura da imagem. Nesse sentido, o autor já questionava a suposta autenticidade das imagens familiares em detrimento daquelas com fins comerciais: “todas essas imagens compartilham de uma importante característica: elas são todas cenas, representações, não importa se inocentes, falsas ou claramente simuladas, de ‘eventos’ acontecendo” (GOFFMAN, 1979, p. 15)³.

² “image-making is itself a production process and is therefore not to be taken-for-granted as neutral” (tradução nossa).

³ “all these pictures share one important feature, namely, they are all scenes, that is, representations, whether candid, faked, or frankly simulated, of ‘events’ happening” (tradução nossa).

A diferença entre as imagens produzidas para fins privados e aquelas fabricadas pela publicidade, então, se manifestaria na representação da subjetividade ali exposta: enquanto nas fotografias particulares há quase nenhum esforço para parecer ser quem se é, isto é, não há necessidade de esforço cênico para combinar o sujeito com a sua própria representação de si, na publicidade este esforço é essencial, uma vez que o modelo é transformado em qualquer sujeito em prol da cena instaurada. Em outras palavras, o cerne enunciativo da publicidade é a transformação dos sujeitos para a construção de um momento imaginário, enquanto às fotografias privadas só é necessário transformar “o modelo em uma representação decorativa de si mesmo” (GOFFMAN, 1979, p. 17)⁴.

Ademais, o que o publicitário deseja prioritariamente não é representar indivíduos já conhecidos para o espectador, assim como acontece nas imagens particulares, mas sua preocupação reside na descrição de atividades que podem ser reconhecíveis quando performativizadas na vida real por pessoas desconhecidas. Essas pessoas, portanto, podem não publicizar determinados momentos das suas vidas que a publicidade faz questão de encenar com vistas à persuasão, retirando os constrangimentos sociais existentes na vida real e proporcionando ao espectador o caráter onisciente daquele que tudo vê. A esse aspecto peculiar ao discurso publicitário, Goffman dá o nome de “licença social” (GOFFMAN, 1979, p. 19).

Ao representar, portanto, a vida social, a publicidade contemporânea ao livro instauraria o chamado realismo comercial, isto é, uma transformação convencionalizada da realidade criada com o intuito de estimular o consumo (CAVAN, 1981, p. 746). Nesse sentido, os participantes da representação publicitária não precisam de identidades reais além da necessária exposição de seu gênero, idade, raça e ocupação (que pode também ser encenada). Eles são representações simbólicas da realidade social e ajudam a criar uma dramatização da vida em sociedade legitimada pela audiência (WEITZ, 1980, p. 312). Desta forma, o público constrói sentido tanto da realidade percebida no cotidiano quanto do realismo comercial da publicidade por meio de categorias abstratas produzidas cognitivamente. Estas categorias gerais, segundo Goffman, são tão importantes para o propósito de interpretar um anúncio quanto para a intenção de enfrentar um local público. Assim, o que é visto na publicidade é, portanto, um sentido parasita à competência social adquirida no comportamento em grupo, isto é, o realismo comercial assegura que a sua audiência mobilize seu conhecimento a respeito do mundo social percebido “através da redução da ambiguidade e da abertura de cenas que permitem uma visão clara do que está acontecendo” (SMITH, 2010, p. 177)⁵.

Formada por discursos, portanto, a realidade social seria tanto matéria-prima para a produção publicitária quanto seria constituída por ela, mas Goffman não se aprofunda sobre esta influência intercambiável e a possível heterogeneidade nos níveis de poder de uma sobre a outra. Ao contrário, o autor parece querer deixar evidente a impossibilidade de a publicidade produzir cenários sociais que diferem muito daqueles já existentes nas interações cotidianas. De acordo com sua perspectiva, os rituais dispostos na cultura em sociedade são expressões empregadas para produzir sentido e tornar as situações reconhecíveis para a construção das relações. Neste sentido, até mesmo o objetivo publicitário seria semelhante (GOFFMAN, 1979, p. 84).

A hiper-ritualização proporcionada pelos anúncios publicitários seria, dentro dessa perspectiva, uma forma de coreografar intencionalmente rituais cotidianos para evitar ambiguidades. Uma vez que os comportamentos interacionais já carregam signos sociais compartilhados; cerimônias repletas de significação; atitudes e posturas enfeitadas em situações de copresença, representá-los seria uma forma de ritualizar aquilo que já é, per se, ritualizado. Daí a necessidade do prefixo hiper. Esta amplificação, portanto, é essencial ao discurso da publicidade, uma vez que sem ela os efeitos simbólicos da sua

⁴ “a model into a decorative representation of himself” (tradução nossa).

⁵ “by reducing ambiguity and opening up scenes to allow a clear view of what is transpiring” (tradução nossa).

encenação estariam deslocados, não fariam sentido. Idealizando o consumo como uma troca social, a publicidade se coloca como uma instituição cultural que conduz o pensamento simbólico, e por isso necessita daqueles que a assistem uma confirmação visual e pertinente a respeito do que coloca em cena.

Constituindo-se, então, como uma ampliação das ações interacionais corriqueiras, a hiper-ritualização torna a publicidade, segundo Goffman, um objeto ideal para a análise das representações de gênero, seu objetivo central no livro. Embora reconheça que algo tão acessível e facilmente reconhecível como as imagens publicitárias não deva ser um espelho exato do comportamento masculino e feminino, uma vez que “o mundo representado no ritual não é uma fotografia de como as coisas são mas sim um guia entusiasmado para a percepção” (GOFFMAN, 1979, p. 3)⁶, o autor acredita que os anúncios oferecem uma fonte valiosa de representações exageradas e estilizadas que são versões daquelas encontradas no mundo social percebido pelo público. Isto é, “representações de gênero em anúncios de uma certa forma editam todo o ruído e coisas maçantes da vida cotidiana, deixando as formas cristalinas da conduta de gênero” (SMITH, 2010, p. 177)⁷.

A ideia da representação de gênero de Goffman (*Gender Displays*), na verdade, pode ser interpretada como um desdobramento da noção de frame (ou enquadramento), apresentada em outro estudo publicado anteriormente⁸. Se a análise do enquadramento envolve a compreensão dos sentidos sociais por meio do estudo da sociedade e das suas estruturas, e a representação de gênero se refere às descrições convencionalizadas de construção do masculino e do feminino, pode-se entender que a análise do enquadramento foi estendida ao contexto da publicidade. Ou seja, embora sentidos múltiplos possam ser endereçados a partir das representações publicitárias, as imagens enquadram a mensagem em uma perspectiva singular. É a partir deste foco dado aos símbolos de gênero que a publicidade recai, quase que inevitavelmente, nos estereótipos (LAWTON, 2009, p. 6-7).

Ao analisar as diversas imagens publicitárias em busca da compreensão deste fenômeno, Goffman descreve seis categorias que podem guiar a análise da representação de gênero nos anúncios comerciais: *relative size; feminine touch; function ranking; the family; the ritualization of subordination; e licensed withdrawal*⁹. De acordo com sua perspectiva, sob investigação, estas expressões se tornam pequenas ilustrações ritualísticas de comportamentos que representam uma concepção ideal dos gêneros e da estrutura relacional que engendram entre si, uma vez que indicam, de forma idealizada, o perfil dos atores na situação social. Veladas pelo signo da naturalidade, portanto, estas expressões revelam as nuances performáticas que envolvem a vida em sociedade: “Fotografias publicitárias, claro, envolvem apresentar poses performativizadas cuidadosamente no estilo de ser ‘apenas natural’. Mas argumenta-se que as atuais expressões de gênero são poses engenhosas, também” (GOFFMAN, 1979, p. 84)¹⁰.

Ao descrever, portanto, as categorias propostas pelo autor, este trabalho as ilustra com imagens da ciberpublicidade¹¹, veiculadas e reproduzidas no contexto digital e, sobretudo, em sites de redes sociais, mais especificamente o Facebook. São quase 70 anúncios veiculados no período de 2013 a 2016, de marcas e produtos diversos, que ajudam a compor o olhar sobre a ciberpublicidade e suas hiper-

⁶ “the world portrayed in ritual is not a picture of the way things are but a passing exhortative guide to perception” (tradução nossa).

⁷ “*gender displays* in ads in a sense edit out all the noise and dull stuff of everyday life, leaving the crystalline forms of gendered conduct” (tradução nossa).

⁸ O autor publicou o livro *Frame Analysis: An essay on the organization of experience*, em 1974, um pouco antes da publicação de *Gender Advertisements*.

⁹ Tamanho relativo; toque feminino; ranking de função; a família; a ritualização da subordinação; e licença para ausência (tradução nossa).

¹⁰ “Commercial photographs, of course, involve carefully performed poses presented in the style of being ‘only natural’. But it is argued that actual gender expressions are artful poses, too” (tradução nossa).

¹¹ Conceito desenvolvido pelo REC – Grupo de Pesquisa em Retórica do Consumo, liderado pelo prof. Dr. Guilherme Nery (UFF).

ritualizações de gênero, expondo a relevância, ainda, da proposta goffmaniana para a análise publicitária e imagética na contemporaneidade.

As hiper-ritualizações de gênero na ciberpublicidade

Ao propor analisar as hiper-ritualizações de gênero no contexto publicitário contemporâneo, percebe-se a necessária articulação do conceito que aqui se emprega: ciberpublicidade. Embora o termo esteja sendo discutido tanto no âmbito da retórica do consumo (ATEM e AZEVEDO, 2013; ATEM e TAVARES, 2014) quanto nas problematizações em relação à humanização das marcas (CARRERA, 2018), aqui considera-se ciberpublicidade aquelas materialidades discursivas da publicidade contemporânea, que mesmo sem ancoragem no ambiente digital, são afetadas e transformadas pelos seus pressupostos.

A ciberpublicidade, portanto, neste contexto, é uma apropriação das potências desta conjuntura cultural da atualidade, que se hibridiza com as novas tecnologias para a criação de novas práticas estratégicas de enunciação persuasiva. A ela se atribui uma “retórica para além da linguagem verbal, mas articulando o verbal com as diversas linguagens não verbais, assim ‘falando’ com os corpos, não só com a racionalidade instrumental” (ATEM e TAVARES, 2014, 137). Nesse sentido, faz uso da emergência de individualidades publicizadas pela visibilidade digital para a criação de enunciados direcionados, subjetivos e personalizados. É assim que, de forma atualizada e ainda mais profunda, ela continua a “constituir a identidade de seu público, o que fará oferecendo ao leitor – de maneira reflexiva, desta vez – a suposta imagem de seu próprio ‘desejo’” (LANDOWSKI, 1992, p. 105).

A compreensão da ciberpublicidade como parte de uma transformação das práticas socioculturais contemporâneas, então, pressupõe o seu engajamento no que se entende como cibercultura (LÉVY, 1999). Entendida como “uma nova relação entre a técnica e a vida social” (LEMOS, 2008, p. 15), a cultura contemporânea instaura novas formas de sociabilidade ao aliar-se às sugestões e aos desdobramentos das tecnologias digitais. Ao permitir o imbricamento destas tecnologias às minúcias da vida em sociedade, revelado no cotidiano das relações sociais, a cultura se vê em transformação, cujos indícios se traduzem, também, em construções publicitárias impregnadas de estímulos à participação e interação tecnológica.

Desse modo, anúncios publicitários em forma de posts em sites de redes sociais, por exemplo, sugerem um *modus operandi* de impacto na audiência diferenciado daqueles pressupostos em meios de comunicação de massa, assim como possibilitam resposta e reações imediatas que anteriormente eram inviabilizadas (CARRERA, 2018). Dentro dessa perspectiva, seriam esses anúncios mais complexos em torno da ritualização de gênero, uma vez que antecipam a participação e a reivindicação mais instantânea dos públicos?

Diante deste questionamento, portanto, propõe-se aqui uma análise destes novos modos de fazer publicidade, materializados por imagens circuladas no ambiente digital e até mesmo para além dele, entendendo que a publicidade contemporânea, em qualquer veículo, não está imune ao net-ativismo (DI FELICE, 2018), às reconfigurações culturais alicerçadas pelas tecnologias digitais (LEMOS, 2008) e às demandas de uma vida social imersa na cibercultura.

No entanto, com o intuito de articulação metodológica mais estreita, analisou-se aqui somente imagens publicitárias veiculadas em sites de redes sociais, especificamente no Facebook¹², compreendendo que estes ambientes são fundamentados pelo estímulo à interação e, portanto, exigiriam ainda maior gerenciamento marcário sobre suas estratégias. Assim, mesmo aquelas imagens publicitárias que tinham prioritariamente o objetivo de circular em outros meios, como veículos impressos e audiovisuais, por exemplo, mas que foram divulgados pela marca também nestes ambientes digitais, são analisados aqui

¹² O Facebook foi escolhido para esta análise em virtude do seu alcance global. Atualmente, é o maior site de rede social do mundo. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/maior-rede-social-do-mundo-facebook-completa-15-anos/>. Acesso em 18 jun. 2019.

como materialidades discursivas da ciberpublicidade, uma vez que estão imersas na compreensão do digital como fundamento contemporâneo.

Além disso, optou-se pela análise de anúncios de marcas diversificadas, sobretudo em relação ao segmento de produto, como forma de ampliar o alcance das articulações sobre ritualizações de gênero. Ao longo dos quatro anos de coleta de anúncios (2013-2016), foram escolhidos anúncios do segmento de cosméticos, moda, higiene e limpeza, casa e decoração, alimentos e bebidas e, até mesmo, setor financeiro, na tentativa de abarcar uma quantidade significativa de expressões imagéticas de hiper-ritualizações publicitárias de gênero. Sendo assim, propõe-se aqui a questão norteadora da análise: caberia o olhar sobre a ciberpublicidade sob os moldes das categorias de hiper-ritualização de gênero que Goffman sugeria, em *Gender Advertisements*, para o entendimento de outros contextos socioculturais?

*Relative Size (Tamanho Relativo)*¹³

A primeira categoria proposta por Goffman diz respeito ao tamanho relativo das personagens colocadas na cena fotográfica. De acordo com o autor, o peso social, que consiste em quanto o indivíduo dispõe de poder, autoridade, obrigações e renome, é ecoado constantemente nas situações sociais em que ele se coloca, e se traduz especialmente através do tamanho – sobretudo a altura - em relação ao outro. Nesse sentido, a legitimação através da altura seria continuamente compartilhada nas situações de interação, principalmente naquelas em que o tamanho poderia ser influente. Entre pais e filhos, por exemplo, a biologia em si já ajudaria nessa indexação social de poder, instaurando naqueles que deveriam ser obedecidos um tamanho maior.

As fotografias publicitárias, portanto, fariam uso desta fonte biológica e social de poder e representariam através das poses apresentadas uma lógica de poder inclusive entre os gêneros. Assim, as diferenças de tamanho seriam correlatas às diferenças de peso social ao qual o autor se refere, e esta relação seria “uma maneira de assegurar que a narrativa da imagem será compreendida com apenas um olhar” (GOFFMAN, 1979, p. 28)¹⁴. Os homens, portanto, seriam predominantemente representados de forma aumentada em relação às mulheres, em um esforço sgnico de demonstração de subordinação feminina à importância social do gênero masculino.

Considerando a hipótese de uma argumentação contrária, sobretudo pelo fato de os homens serem biologicamente mais propensos a alturas maiores, Goffman compara a representação dos gêneros em contextos diferenciados daqueles comumente estabelecidos, em que homem e mulher posam como um casal ou como parceiros de trabalho. De acordo com o autor, quando a mulher é posta em cena ao lado de homens menores, estes representam classes inferiores e, especialmente, estão ao seu serviço. Essa questão do capital econômico, portanto, representaria um papel importante na caracterização dos comportamentos interacionais, tanto na vida social quanto no contexto simbólico da publicidade (ver figura 1).

¹³ Como descrito anteriormente, buscou-se aqui ilustrar as categorias goffmanianas com imagens publicitárias atuais, na tentativa de perceber as continuidades em relação aos rituais de comportamento representadas até mesmo na ciberpublicidade. Algumas imagens, portanto, seguem o padrão da inserção da logo marcária ao final da peça publicitária, mas outras, pela circulação em páginas de sites de redes sociais articuladas à marca, não o fazem. Nestes casos, foi colocada aqui a logo para facilitar o entendimento da origem da peça.

¹⁴ “a means of ensuring that the picture’s story will be understandable at a glance” (tradução nossa).



FIGURA 1 - Imagens publicitárias contemporâneas retiradas do ambiente digital alinhadas à hipótese goffmaniana: tamanho relativo como representação de poder. FONTE – Posts nas páginas das marcas Guaraná Antarctica (2015) e Campari (2013) no Facebook (logo da Campari inserido para facilitar entendimento da origem da peça).

Feminine Touch (Toque Feminino)

A segunda categoria proposta pelo autor se refere ao simbolismo do toque feminino como algo delicado, comvente e gentil. Mulheres, mais do que homens, são representadas usando dedos e mãos para delinear os contornos de um objeto ou até mesmo para acariciar a sua superfície. Ademais, podem também representar o autotoque, transmitindo a ideia do corpo feminino como algo delicado e precioso. Dessa maneira, o toque sutil da mão feminina seria um ritual para ser distinguido daquele mais utilitário que agarra, segura e manipula alguma coisa. Aliás, como nada pode ser de fato segurado com esse toque, a face muitas vezes é utilizada também como forma representativa deste toque feminino (ver figura 2).

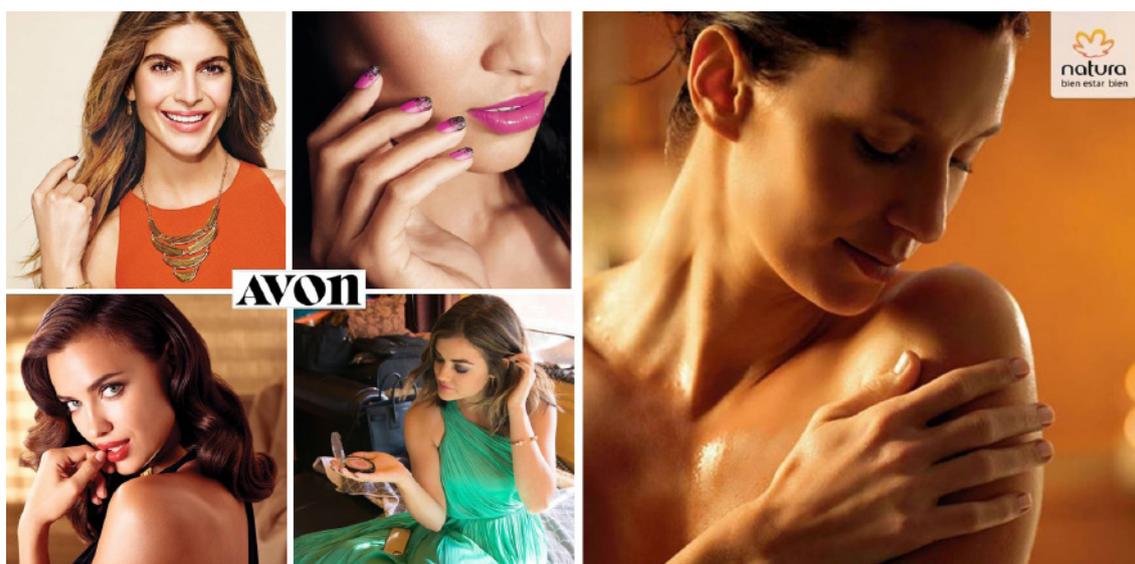


FIGURA 2 - O toque feminino: contorno e delicadeza pelo toque das mãos e face femininas. FONTE - Posts nas páginas das marcas Avon (2015) e Natura (2015) no Facebook (logo da Avon inserido para facilitar entendimento da origem das peças).

Function Ranking (Ranking de Função)

A terceira categoria da análise goffmaniana da publicidade ressalta que as representações funcionais dos homens e das mulheres geralmente colocam o homem em uma posição superior; agindo como aquele que ensina uma determinada tarefa. Essa hierarquia de funções normalmente é enquadrada em contextos ocupacionais específicos, como o ambiente executivo, hospitalar ou esportivo. O autor ainda ressalta que, até mesmo nos casos de anúncios de produtos para trabalhos domésticos, cuja competência é sempre atribuída à mulher, a encenação emprega comumente alguém do sexo masculino como aquele que ensina sobre a eficácia do produto (ver figura 3).

Essa ideia de hierarquia é também representada entre adultos e crianças, mostrando que geralmente o comportamento corporal deve inserir uma certa ignorância infantil em relação aos adultos no desenvolvimento das atividades. Segundo Goffman, essa é uma forma, inclusive, de demonstrar graça, encanto na representação de crianças. No entanto, a caracterização infantilizada transcende o contexto pueril e alcança outras esferas, uma vez que a própria noção de aprendizado já se torna desassociada do contexto adulto, e infere um certo contato físico entre aquele que ensina e aquele que aprende: “Esses recursos expressivos da situação de aprendizagem são reforçados pela ligação entre aprendizado e subordinação escolar” (GOFFMAN, 1979, p. 34)¹⁵. Nesse sentido, como a instrução envolve certo nível de subordinação e deferência do aprendiz em relação ao instrutor, “homens parecem ser mais representados instruindo as mulheres do que o contrário” (GOFFMAN, 1979, p. 34)¹⁶.

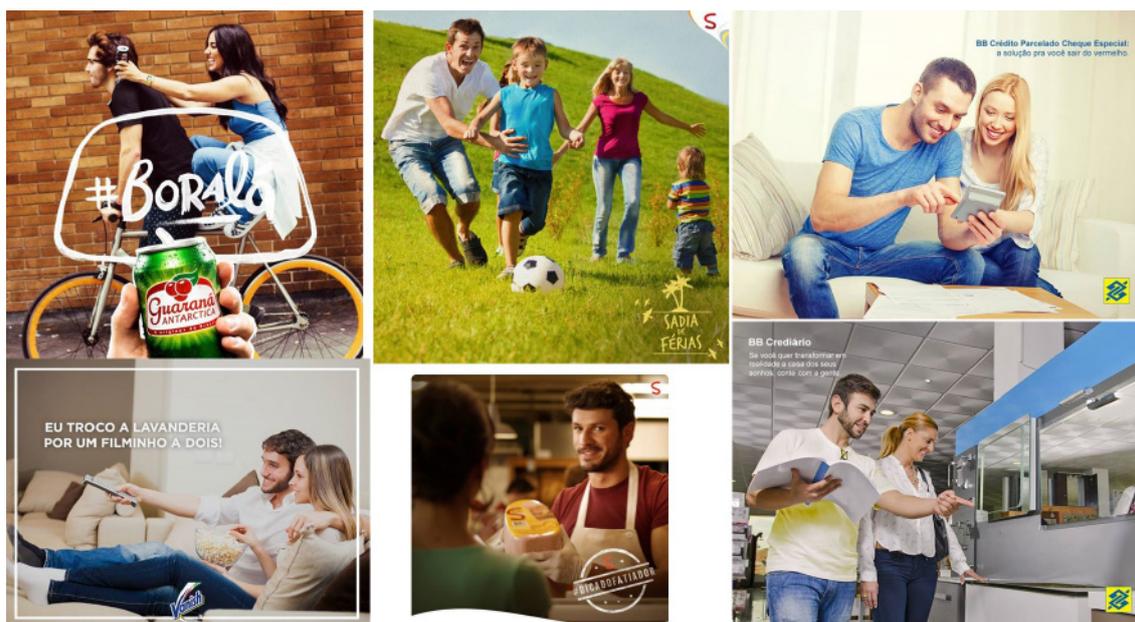


FIGURA 3 - Rituais representativos de função também na publicidade digital: Mulheres estão geralmente associadas ao “aprendiz” e os homens ao “instrutor”. Fonte: Posts nas páginas das marcas Guaraná Antarctica (2015), Sadia (2016), Vanish (2015) e Banco do Brasil (2015) no Facebook.

Além disso, quando homens são inseridos em contextos tradicionalmente associados à autoridade e à competência feminina, como a cozinha, o berçário e o momento de limpeza da casa, geralmente não estão envolvidos em nenhum papel de fato, “dessa maneira evitando tanto subordinação quanto

¹⁵ “These expressive features of the learning situation are reinforced by the linking of learning to age-grade subordination” (tradução nossa).

¹⁶ “men seem to be pictured instructing women this way more than the reverse” (tradução nossa).

contaminação com uma ‘tarefa feminina’” (GOFFMAN, 1979, p. 36)¹⁷. No entanto, se são representados envolvidos em alguma tarefa doméstica, estarão sempre sob a análise “daquela que saberia fazer de forma correta”. A mulher, portanto, é colocada com um olhar atento e um sorriso no rosto, atestando que aquela atividade não deve ser vista com seriedade (ver figura 4). De forma correspondente, ainda, quando mulheres estão envolvidas em alguma tarefa tipicamente masculina, o homem parece paternalizar a atividade, supervisionando de forma avaliadora, condescendente e preocupada.



FIGURA 4 - Quando os homens e as mulheres “invadem” o lugar do outro. O olhar de aprovação e a paternalização da ajuda. Fonte: Posts nas páginas das marcas Ariel (2015), Ypê (2015), Seara (2016), Sadia (2016), Suvini (2015) e Coral (2014) no Facebook.

The Family (A Família)

De acordo com Goffman, o núcleo familiar é uma das bases da organização social mais facilmente encontrada nos anúncios publicitários. Geralmente, no contexto da análise empreendida no livro, a família é representada por, pelo menos, uma criança do gênero feminino e outra do gênero masculino, simbolizando o conjunto em sua completude (ver figura 5). Além disso, recursos sígnicos são empregados para exibir um certo vínculo especial entre a menina e a mãe e o menino e o pai, no entanto, de forma mais frequente, há a tendência de uma aproximação maior da mãe com a filha do que do pai com o filho: “Meninos, por assim dizer, têm que abrir caminho para a vida adulta” (GOFFMAN, 1979, p. 38)¹⁸. Mais do que isso, a figura masculina paterna (ou na sua ausência, o próprio filho), é representada frequentemente fora do círculo físico dos outros membros da família, “como se para expressar um relacionamento que está associado à proteção talvez até mesmo se exija distância” (GOFFMAN, 1979, p. 39)¹⁹.

¹⁷ “in this way avoiding either subordination or contamination with a ‘female task’” (tradução nossa).

¹⁸ “Boys, as it were, have to push their way into manhood” (tradução nossa).

¹⁹ “as if to express a relationship whose protectiveness is linked with, perhaps even requires, distance” (tradução nossa).



FIGURA 5 - Representações de família na ciberpublicidade. Continuidades na aproximação de mãe e filha e pai e filho; na representação da família ideal. FONTE: Posts nas páginas das marcas Bradesco (2014), Bombril (2016), Vanish (2014) e Seara (2016) no Facebook

The Ritualization of Subordination (Ritualização de Subordinação)

Abaixar-se, segundo Goffman, é uma das formas mais clássicas e estereotipadas de demonstrar deferência em situações sociais. Ao contrário, manter-se ereto com a cabeça levantada é também a maneira mais simples de encenar orgulho, superioridade e desdém. De acordo com o autor, os anúncios publicitários utilizam destes rituais com bastante frequência, utilizando, inclusive, alguns objetos que reforçam estas ideias de subordinação e poder, como a cama e o piso – que representariam lugares que põem o indivíduo abaixo do seu interagente e, portanto, são associados a algo menos limpo, puro (ver figura 6). Além disso, a atitude de se evidenciar deitado é também uma expressão convencional de estar disponível sexualmente. Ou seja: “O ponto aqui é que parece que crianças e mulheres são representadas no chão e nas camas mais que os homens” (GOFFMAN, 1979, p. 41)²⁰.

Por outro lado, portanto, estar de certa forma em um local elevado, fisicamente, simboliza também estar elevado socialmente. Nesse sentido, os homens tendem a ser representados mais frequentemente em lugares acima das mulheres, e esta ritualização também pode revelar paternalismo e cortesia, a qual seria uma obrigação masculina na sociedade em questão (uma vez que os homens seriam obrigados a ceder o assento às mulheres, por exemplo). Além disso, é comum a representação feminina com joelhos dobrados e corpos e cabeça inclinados, o que não acontece de forma tão rotineira com o gênero masculino (ver figura 6).

²⁰ “The point here is that it appears that children and women are pictured on floors and beds more than are men” (tradução nossa).

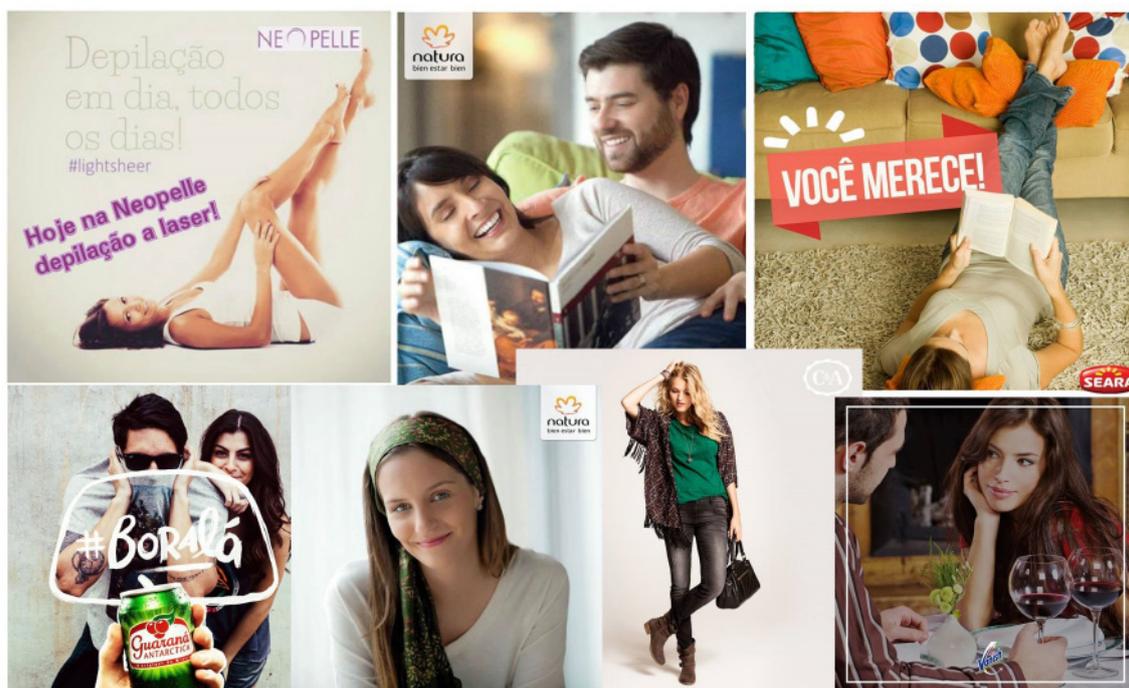


FIGURA 6 - Rituais de subordinação: mulheres abaixo ou atrás dos homens, deitadas no chão, e com cabeças e corpos inclinados. FONTE: Posts nas páginas das marcas Neopelle (2015), Natura (2015), Seara (2014), Guaraná Antarctica (2015), C&A (2015) e Vanish (2014) no Facebook.

Mais do que isso, há ainda outras formas de representar rituais de subordinação, segundo Goffman. O sorriso, por exemplo, é uma destas maneiras, uma vez que supõe cordialidade e abertura. As mulheres na sociedade ocidental, conforme o autor, podem sorrir mais e de forma mais expansiva que os homens, e esta configuração social é bem absorvida pelos anúncios publicitários. Ademais, a falta de seriedade, associada à aparência infantil (quando se usa o corpo inteiro como uma forma de brincadeira), também é um atributo diretamente relacionado às mulheres (ver figura 7). Os homens, nas publicidades, são geralmente representados formalmente ou com certa informalidade, mas não com tamanha leveza, sobretudo com uma constante sobriedade. A publicidade, assim, “coloca as mulheres como menos seriamente presentes em situações sociais que os homens” (GOFFMAN, 1979, p. 51)²¹.

Além do sorriso, outros pequenos gestos podem ser reveladores de rituais de subordinação e dominação entre os gêneros. Segundo o autor, há quatro arranjos comportamentais fundamentais que podem expor, de maneira primária, que há duas pessoas envolvidas entre si, isto é, formando uma unidade social. Dentre eles, sentar ou estar perto um do outro já é uma forma de demonstrar envolvimento, até mesmo de forma simétrica, sem mostrar qualquer hierarquia social. A segunda maneira é o que o autor chama de “*arm lock*”²², um dos principais signos de envolvimento entre um homem e uma mulher. Nesse caso, revela que a mulher está sob a proteção do homem (quando segura o seu braço). Assim como o terceiro arranjo, o *shoulder hold*²³, que implica uma relação também assimétrica na qual a pessoa maior demonstra possuir aquela que está sob seus ombros. Finalmente, as mãos dadas, que se configuram como um arranjo simétrico de associação que simboliza geralmente potencial sexual (ver figura 7).

²¹ “locates women as less seriously present in social situations than men” (tradução nossa).

²² “braços entrelaçados” (tradução nossa).

²³ “abraço de ombro” (tradução nossa).



FIGURA 7 - Rituais de subordinação: sorrisos femininos, brincadeiras com o corpo, braços dados, "shoulder hold" e mãos dadas. Fonte: Posts nas páginas das marcas Guaraná Antarctica (2015), Vanish (2014), Renner (2015) e C&A (2015) no Facebook.

Licensed Withdrawal (Licença para ausência)

Conforme a análise publicitária feita por Goffman, mulheres, mais do que homens, são representadas em movimentos que as retiram psicologicamente da situação social, deixando-as desorientadas e, possivelmente, dependentes da proteção ou boa vontade de outros que estão ou poderiam estar presentes. Nesses casos, a resposta emocional é a perda de controle sobre a expressão facial, levando, principalmente, à cobertura da boca pelas mãos. Estas emoções podem ser exemplificadas pelo medo, vergonha, remorso, riso descontrolado, etc. Além disso, morder levemente a ponta dos dedos ou tocar levemente um dedo contra o outro também pode ser uma demonstração ritualística de ansiedade, preocupação e distanciamento da situação, assim como desviar o olhar, ou parecer mentalmente distante da cena (ver figura 8). Todas estas atitudes estão associadas mais rotineiramente ao gênero feminino.



FIGURA 8 - Distanciamento feminino e signos de dependência emocional: mão no rosto, dedos unidos e olhar distante. FONTE: Posts nas páginas das marcas Avon (2015) e Vanish (2014) no Facebook.

Embora tenha sido exaustivamente replicado por diversos pesquisadores e seus contextos diferenciados (Kang, 1997; Lawton, 2009; Lindner, 2004; McLaughlin e Goulet, 1999; Wei, 2010), *Gender Advertisements* também sofreu críticas, principalmente em virtude da escolha metodológica para a análise de Goffman. Sua amostra, declaradamente exploratória, poderia embasar conclusões enviesadas sobre o contexto publicitário da época, representando apenas uma pequena parte das imagens que seriam interessantes à comprovação das suas hipóteses. Isto é, “se você coleta amostras suficientes, você adquire evidência para ilustrar qualquer ponto que você deseja demonstrar” (GITLIN, 1981, p. 156)²⁴. Nesse sentido, apesar de contribuir com interpretações interessantes a respeito das representações imagéticas de gênero, Goffman terminaria oferecendo “uma interpretação parcial e até mesmo superficial de como realmente os anúncios publicitários funcionam como representações, tanto em geral quanto em particular” (KUHN, 1980, p. 316)²⁵.

Para outros autores, ainda, o estudo empreendido por Goffman demonstra mais a capacidade criativa e idealizadora do autor que de fato um paradigma geral para a análise da publicidade. Assim, sua contribuição recairia, no máximo, em um modelo construído para ser replicado (MCGREGOR, 1995), carecendo de estudos com vistas à sua validação (POLLAY, 1978). Essa validação, portanto, deveria, sobretudo, dar conta do caráter datado da análise de *Gender Advertisements*, uma vez que o autor não traz qualquer problematização a respeito das fotografias estudadas e das suas conjunturas temporais: “obviamente, convenções pictóricas, convenções publicitárias, ou convenções de gênero têm mudado neste século, mas fotografias de 1930 são usadas com fotografias de 1970, sem comentários sobre quaisquer diferenças” (CHEATWOOD, 1979, p. 385)²⁶.

Além disso, a lacuna da contextualização abrange outras esferas, especialmente aquelas que envolvem os sujeitos envolvidos na produção e no consumo das imagens publicitárias. No âmbito da recepção, o autor assumiria como pressuposto a legitimação das representações de gênero e dos estereótipos adotados, negligenciando a existência de outros sujeitos que poderiam oferecer resistências e contrapontos (HUNT, 1980). Na ponta da produção, Goffman deixaria de discutir aspectos importantes do funcionamento da produção fotográfica na publicidade, omitindo a influência da rede discursiva que envolve suas construções de sentido (CHEATWOOD, 1979, p. 385).

Goffman admite que utiliza as imagens fotográficas da publicidade como ferramentas para suas descobertas e interpretações, e não como prova. Ademais, o autor reconhece a natureza idiossincrática das suas observações, mas considera um resultado inevitável da análise de conteúdo, que se alicerça sob o ponto de vista do analista (POLLAY, 1978). No entanto, pode-se dizer que o que ele descreve como representações de gênero na publicidade faz emergir pressupostos culturais importantes, gerando esforços científicos diversos em prol da sua validação. Desde que foi publicado, portanto, o livro serviu como base para discussões a respeito do gênero na publicidade e suas diversas manifestações e efeitos de sentido.

O estudo de Mee-Eun Kang, *The Portrayal of Women's Images in Magazine Advertisements: Goffman's Gender Analysis Revisited*²⁷, de 1997, é uma das mais importantes atualizações da análise goffmaniana considerando outros contextos. A pesquisa teve como objetivo discutir comparativamente os padrões de comportamento associados aos gêneros nas publicidades de 1979 (analisadas por

²⁴ “if you collect enough samples you acquire the evidence to illustrate just about any point you might care to make” (tradução nossa).

²⁵ “a highly partial and even superficial account of how actual advertisements work as representations, both in general and in particular” (tradução nossa).

²⁶ “obviously, pictorial conventions, advertising conventions, or sexual conventions have changed in this century, but photographs from the 1930s are used with photographs from the 1970s, without comment on any differences” (tradução nossa).

²⁷ “A representação da imagem das mulheres em anúncios publicitários de revista: análise de gênero de Goffman revisitada” (tradução nossa).

Goffman) e de 1991. Utilizando uma amostra randômica, a análise de Kang tenta se desvencilhar das críticas metodológicas a respeito da escolha deliberativa de Goffman, tentando apresentar um escopo que pudesse, de fato, criar uma generalização sobre as imagens visuais da publicidade, e não apenas comprovar um pressuposto.

Os resultados da análise de Kang revelaram que pouca mudança ocorreu entre as representações de gênero nas publicidades de 1979 e 1991. Apesar de algumas categorias terem obtido pouca relevância nos anúncios estudados, como *Relative Size* e *Function Ranking*, outras permaneceram proeminentes ou até mesmo ficaram mais evidentes. De acordo com sua perspectiva, o processo de transformação nas imagens publicitárias é lento, principalmente quanto à mudança nas representações degradantes a respeito dos papéis associados ao gênero feminino. As alterações culturais transferidas para a publicidade, portanto, seriam manifestadas no âmbito superficial, enquanto a base ideológica subjacente permaneceria intocada.

Katharina Lindner (2004) também usou *Gender Advertisements* como base para o seu estudo: *Images of Women in General Interest Fashion Magazine Advertisements from 1955 to 2002*²⁸. O foco da sua pesquisa é o contraste entre a representação da mulher em uma revista de interesse geral, *Time*, e uma revista de moda feminina, *Vogue*, tentando perceber se o contexto midiático influenciaria no conteúdo das imagens. De acordo com seus resultados, a publicidade na *Vogue* representava o gênero feminino de forma mais estereotipada que os anúncios publicados na *Time*, particularmente em relação às categorias *Relative Size*, *Function Ranking* e *Movement*. Esta última foi criada pela autora para demonstrar a associação entre liberdade de expressão e poder.

Outros estudos tentaram aplicar as categorias de Goffman dentro de contextos geográficos e culturais diferenciados, na tentativa de perceber se as representações de gênero transcendiam a conjuntura ocidental norte-americana. Hovland et al (2005), por exemplo, buscaram uma análise comparativa entre as imagens da mulher e do homem nas publicidades americanas e coreanas. Segundo os autores, ao propor um estudo não-verbal da publicidade, Goffman permitiu uma universalização dos seus pressupostos, evitando possíveis problemas de interpretação linguística. Em seus resultados, destaca-se a falta de diferenças proeminentes entre as representações nos dois contextos, o que, de acordo com os autores, pode caracterizar uma suposta ocidentalização dos estereótipos coreanos de gênero (HOVLAND et al, 2005, p. 896-897).

No contexto chinês, Wei (2010) pôde identificar contrastes interessantes nos padrões de comportamento de gênero publicizados através dos anúncios de revista de moda. De acordo com o estudo, na China, a representação da mulher ocidental não corresponde de forma alguma com os resultados de Goffman em *Gender Advertisements*. Como a imagem ideal da mulher chinesa é passiva, quieta e casta, a mulher ocidental é representada de forma oposta: ativa, poderosa e autoconfiante. Em vez de dobrar os joelhos, como nos anúncios analisados por Goffman, a mulher ocidental na publicidade chinesa está predominantemente com as pernas eretas, com a cabeça erguida e o olhar direto para a câmera. Além disso, não colocam a mão na boca enquanto riem, mesmo que esse comportamento seja considerado falta de polidez entre as mulheres chinesas (WEI, 2010). Sem dúvida, a diferença cultural representa um papel fundamental nas imagens das mulheres diante desse enquadramento.

Outros estudos tentaram ir ainda mais além na análise das representações do homem e da mulher na publicidade, como aqueles que buscaram perceber a relação entre gênero e raça (Baker, 2005; Wright et al, 2007; McLaughlin e Goulet, 1999). Wright et al (2007), por exemplo, compararam as imagens atribuídas aos gêneros nos contextos de revistas para o público geral e aquelas especializadas, direcionadas para grupos minoritários. Conforme seus resultados, as publicidades veiculadas em revistas *mainstream* eram baseadas mais comumente em estereótipos de gênero do que aquelas direcionadas às

²⁸ "Imagens de mulheres em anúncios publicitários de revistas de moda, de 1995 a 2002" (tradução nossa).

minorias. McLaughlin e Goulet (1999) também conseguiram resultados interessantes quando compararam publicidades em revistas direcionadas ao público negro e aquelas que tinham como alvo o público caucasiano. De acordo com as autoras, outros estereótipos parecem representar um papel importante quando se cruza gênero e raça. Por exemplo, ideais femininos de afabilidade e delicadeza, que Goffman generaliza, não estão relacionados às mulheres negras, que são representadas como antagonistas, agressivas e fortes (MCLAUGHLIN e GOULET, 1999, p. 63-64).

No contexto do ambiente digital, alguns autores buscaram perceber as influências e os efeitos de sentido da representação de gênero na publicidade a partir de diferentes pontos de partida. Tortajada, Araña e Martínez (2013), por exemplo, buscaram demonstrar como os adolescentes se envolvem no que Goffman chama de hiper-ritualização: quais recursos utilizam para a apresentação de si; quais semelhanças estas representações têm com aquelas veiculadas pela publicidade; assim como de que forma as identidades de gênero destes adolescentes são moldadas por meio das interações nos ambientes dos sites de redes sociais. Já Knupfer (1998) buscou identificar estereótipos de gênero em banners publicitários veiculados na web, chegando à conclusão de que houve de fato uma transferência dos padrões atribuídos à publicidade impressa para o contexto dos anúncios digitais. A autora nota que homens são representados nestes banners em posições dominantes, estando no controle das situações, enquanto as mulheres são colocadas como submissas, emotivas e prestativas, assim como nas revistas.

A representação dos gêneros pode transcender inclusive as imagens das mulheres e dos homens e caracterizar também os produtos. Como percebeu Guthrie, em *Bottles are men, glasses are women: religion, gender, and secular objects*²⁹, de 2007, é comum a representação de objetos com características humanas em todo o contexto midiático, inclusive na publicidade. No entanto, quando há esta transferência, geralmente a representação também dos objetos obedece a regimes de comportamento baseados em estereótipos de gênero. Ou seja: “Objetos masculinos são tipicamente públicos, oficiais e independentes, enquanto objetos femininos são domésticos, familiares e dependentes” (GUTHRIE, 2007, p. 18)³⁰. Utilizando os pressupostos de Goffman para embasar seu ponto de vista, portanto, o autor defende que é possível perceber nuances ritualísticas de gênero, de forma estereotipada, na caracterização dos objetos nas publicidades, como conclui:

A mesma representação pode acontecer para atores não-humanos. Café, por exemplo, geralmente concebido como forte e masculino (por exemplo Taster's Choice é comercializado em uma jarra modelada em um tronco masculino), pode ser feito por uma máquina retilínea identificada como “Sr. Coffee”. Em contraste, chá, concebido como mais fraco e feminino, algumas vezes tem sido feito por uma máquina curvilínea identificada como “Sra. Chá” (GUTHRIE, 2007, p. 21)³¹.

No Brasil, alguns estudos também empreenderam análises com base no estudo de Goffman a respeito dos gêneros e da publicidade. Corrêa (2012), por exemplo, investiga dois anúncios publicitários televisivos para compreender de que maneira os discursos sobre a maternidade concretizam e atualizam os papéis, as emoções e os lugares destinados a pais e mães na contemporaneidade. Já Santos (2013) problematiza a construção do gênero feminino pelas drag queens, postulando que as codificações predominantes na mídia publicitária são estilizadas e repetidas, da mesma forma que os atos performáticos

²⁹ “Garrafas são homens, copos são mulheres: religião, gênero e objetos seculares” (tradução nossa)

³⁰ “Male objects typically are public, official, and independent, while female objects are domestic, familiar, and dependent” (tradução nossa).

³¹ “The same portrayal may be accomplished by nonhuman actors. Coffee, for example, generally conceived as strong and masculine (e.g., Taster's Choice is marketed in a jar modeled on a male torso), may be made by a rectilinear machine identified as ‘Mr. Coffee’ In contrast, tea, conceived as weaker and feminine, sometimes has been made by a curvilinear machine identified as ‘Mrs. Tea’” (tradução nossa).

pelos drag queens, sinalizando a percepção de um idioma ritual padronizado em relação ao gênero.

Por sua vez, Rocha (2001) também dedica um artigo a respeito da construção da identidade feminina na publicidade. Segundo o autor, a identidade feminina é sempre classificada em uma relação de contraponto com o homem. O lugar no sistema de classificações e a posição na hierarquia vão indicar um espaço para ser revestido de valores que, junto a outras significações, ajudam a construir o modelo identitário para a mulher na publicidade. E essa classificação não coloca a mulher, em todos os seus momentos de vida, em um único lugar no sistema classificativo. Em outras palavras, “primeiro, como mostrou Goffman, frente ao mundo masculino, mas (...) a classificação também se dá frente aos vários tipos de mulher. A identidade da mulher vai se diferenciar também da noção de menina ou mocinha” (ROCHA, 2001, p. 28).

Considerações finais

Embora o escopo metodológico de *Gender Advertisements* tenha sido amplamente aplicado e discutido no âmbito da comunicação publicitária ao longo dos anos, sua proposta analítica não pode ser negligenciada. Ao estudar as dinâmicas representacionais na publicidade, o autor oferece importantes questionamentos a respeito dos rituais de comportamento tanto em meio ao contexto comercial dos anúncios publicitários quanto em meio àquelas interações diárias e corriqueiras. Neste sentido, especialmente as nuances da atitude de gênero são dignas de maior aprofundamento porque servem como matéria-prima para a construção do self da marca (CARRERA, 2018), cuja formatação deve encarar princípios de legitimação fundamentais para os públicos com quem interagem no ambiente digital.

De que forma, portanto, a marca insere elementos verbais e não-verbais à produção discursiva de si nos sites de redes sociais que oferecem pistas de caracterização de gênero? É importante para a marca delimitar estes caracteres ou a ela não se faz esta exigência? Estas questões fazem emergir, ainda, outra problemática interessante para a compreensão de suas estratégias: a relevância ou não da sua autenticidade nestes casos. Se há o entendimento de que a validação do público é importante para as representações de gênero na publicidade, uma vez que elas tomam como recurso os rituais da vida social, pode-se afirmar que a percepção de autenticidade é algo significativo até mesmo porque ela transmite “a ilusão da realidade da vida cotidiana em referência à situação de consumo” (STERN, 1994, p.388)³². Aliás, ela pode representar mais do que um papel importante, mas ser fundamental:

Percepções sobre a autenticidade parecem ser filtros primários para qualquer marca ou informações de produtos veiculadas no anúncio publicitário. Ou seja, pode-se especular que dificilmente os benefícios da marca serão avaliados se a publicidade não passar primeiro no teste da autenticidade (CHALMERS, 2008, p. 442)³³

Se, portanto, há relevância da questão da autenticidade para a publicidade impressa, de que forma este fenômeno é transferido para as interações das marcas nos sites de redes sociais? Uma vez que se envolvem em conversações com o intuito de simular o contato indivíduo-indivíduo, é possível que a autenticidade alcance maior importância? Além disso, quais os caracteres empreendidos na construção da sua persona nestes ambientes, e que são acionados no momento da interação, que ajudam a produzir esta percepção de autenticidade de gênero?

Nesse sentido, este trabalho buscou apresentar os primeiros passos para a construção de um caminho investigativo mais aprofundado, ciente do seu caráter exploratório e das problematizações

³² “the illusion of the reality of ordinary life in reference to a consumption situation” (tradução nossa).

³³ “authenticity assessments seem to be primary filters for any brand or product information conveyed in the advertisement. That is, one might speculate that it is unlikely brand benefits would be evaluated if the advertisement did not first pass the authenticity test” (tradução nossa).

identificadas pela comunidade científica a respeito deste tipo de abordagem. Assim, foi objetivo aqui a inserção de discussões iniciais a respeito das hiper-ritualizações de gênero na ciberpublicidade, visando a construção de um escopo teórico-metodológico que englobe amostras significativas e representativas de imagens ciberpublicitárias que revelem, de forma acurada, as dinâmicas de representação de gênero na contemporaneidade midiática.

Referências

ANTOUN, Henrique; MALINI, Fábio. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

ATEM, Guilherme Nery; TAVARES, Mariana Ayres. O pathos discursivo da Ciberpublicidade. In: ATEM, Guilherme Nery; OLIVEIRA, Thaiane Moreira de; AZEVEDO, Sandro Tôres de. (Org.). **Ciberpublicidade: discurso, consumo e experiência na cultura transmidiática**. 1ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2014, v. 1, p. 1-25.

_____; AZEVEDO, Sandro Torres. **A Ciberpublicidade: ensaio de sociosemiótica**. In: TEIXEIRA, Lucia; CARMO JR., José Roberto (Orgs.). **Linguagens na cibercultura**. 1 ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2013, v. 1, p. 125.

BAKER, Christina N. **Images of Women's Sexuality in Advertisements: A Content Analysis of Black - and White - Oriented Women's and Men's Magazines**. *Sex Roles*, v. 52, n. 1/2, January 2005.

CARRERA, Fernanda Ariane Silva. **Marcas humanizadas e suas interações sociais com consumidores no ambiente digital**. Curitiba: Appris, 2018.

CAVAN, Sherri. **Review of Gender Advertisements**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1979. 84 pp. *American Journal of Sociology*. v. 87, n. 3, p746-747. 2p, Nov 1981.

CHALMERS, Tandy D. **Advertising Authenticity: Resonating Replications of Real Life**. *European Advances in Consumer Research*. Volume 8, 2008.

CHEATWOOD, Derral. **Review of Gender Advertisements**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1979. 84 pp. *Social Forces*. Book reviews. v. 58 n. 1, September, 1979.

CORRÊA, Laura Guimarães. **Quem sempre troca a Maria?: transgressão e permanência dos papéis de gênero na publicidade**. In: FRANÇA, Vera V.; CORRÊA, Laura G. (Org.). **Mídia, instituições e valores**. 1ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2012, v. 1, p. 85-96.

DI FELICE, Massimo. **Net-ativismo: da ação social para o ato conectivo**. Pia Sociedade de São Paulo-Editora Paulus, 2018.

GITLIN, Todd. Reviews. **Theory and Society**, Elsevier, Amsterdam, v.10, p. 139-159, 1981.

GOFFMAN, Erving. **Gender Advertisements**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1979.

GUTHRIE, S. **Bottles are Men, Glasses are Women: Religion, Gender, and Secular Objects**. *Material Religion: The Journal of Objects, Art and Belief*, 3(1), 14-33, 2007.

HOVLAND, Roxanne et al. **Gender Role Portrayals in American and Korean Advertisements**. *Sex Roles*, v. 53, n. 11/12, December, 2005.

HUNT, Pauline. **Reviews the book "Gender Advertisements," by Erving Goffman**. *Sociological Review*, v. 28 n. 2, p. 442-444. 3p. May, 1980.

KANG, M.-E. **The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited**. *Sex Roles*, 37, 979-997, 1997.

KUHN, Annette. **Review of Gender Advertisements**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1979. 84 pp. *Sociology*, v. 14, n. 2, p. 315-316, May 1980.

LANDOWSKI, E. **A sociedade refletida**: ensaios de Sociossemiótica. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

LAWTON, Erica. **Gender Advertisements**: Replication of a Classic Work Examining Women, Magazines, and Facebook Photographs” (Dissertation). Honors Projects in Communication. Paper 6, Bryant University, 2009.

LEMONS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____; Cibercultura: Alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, A.; Cunha, Paulo (Orgs.). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003. pp. 11-23.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LINDNER, K. **Images of women in general interest fashion magazine advertisements from 1955 to 2002**. *Sex Roles*, 51(7/8), p. 409-420, 2004.

MCGREGOR, Gail. **Gender Advertisements then and now**. Goffman, Symbolic Interactionism and the problem of history. In: DENZIN, Norman K (Ed.). *Studies in Symbolic Interaction*. V. 17, London: Jai Press Inc, 1995.

MCLAUGHLIN, Tara L.; GOULET, Nicole. **Gender Advertisements in Magazines Aimed at African Americans: A Comparison to Their Occurrence in Magazines Aimed at Caucasians**. *Sex Roles*, V. 40, Nos. 1/2, 1999.

POLLAY, Richard W. **Review of Gender Advertisements**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1979. 84 pp. *Journal of Marketing Research (JMR)*, v. 15 n. 2, p313-313. 3/4p, May 1978.

SMITH, Greg. Reconsidering gender advertisements. Performativity, framing and display. In: JACOBSEN, Michael H. *The Contemporary Goffman*. Routledge: New York, 2010.

STERN, Barbara. **Authenticity and the Textual Persona**: Postmodern Paradoxes in Advertising Narrative. *International Journal of Research in Marketing*, 11, 387-400, 1994.

STROZENBERG, Ilana. Branca, preta, híbrida: qual é a cor da beleza na propaganda brasileira hoje. **Revista Eletrônica de Jornalismo Científico–Dossiê Beleza**, n. 78-10, 2006.

TORTAJADA, I.; ARAÜNA, N.; MARTÍNEZ, I.J. **Advertising Stereotypes and Gender Representation in Social Networking Sites**: Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. *Comunicar*, n. 41, v. XXI, *Scientific Journal of Media Education*; ISSN: 1134-3478; p. 177-186, 2013.

WEI, Chen. **Research on the stereotype of western women in advertising of Chinese fashion magazines**. *China Media Research*, 6(2), p. 25–33, 2010

WEITZ, Shirley. **Review of Gender Advertisements**. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1979. 84 pp. *Sex Roles*, v. 6, n. 2, 1980.

WRIGHT, Emma et al. **Gender role portrayals in mainstream and minority magazine advertisements**. *American Academy of Advertising Conference Proceedings*. 2007, p. 216-216.

Fernanda Carrera é Professora da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro - ECO/UFRJ. Professora do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia - PPgEM/UFRN. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense - UFF. Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia - UFBA. Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

Les temporalités communicatives dans la rencontre éthique avec autrui: accueil, écoute et réponse chez Lévinas

Communicative temporalities in the ethical encounter with otherness: welcoming, listening and response in Lévinas' thought

ÂNGELA CRISTINA SALGUEIRO MARQUES

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) – Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil. E-mail: angelasalgueiro@gmail.com. ORCID: 0000-0002-2253-0374

LUIS MAURO SÁ MARTINO

FACASPER. E-mail: lmsamartino@gmail.com. ORCID: 0000-0002-5099-1741

PIERRE ANTOINE CHARDEL

Institut-Mines Télécom, Business School, Paris-Évry. E-mail: pierre-antoine.chardel@imt-bs.eu. ORCID: 0000-0002-4245-5121.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

MARQUES, Angela; MARTINO, Luis Mauro; CHARDEL, Pierre Antoine. **Les temporalités communicatives dans la rencontre éthique avec autrui: accueil, écoute et réponse chez Lévinas**. Contracampo, Niterói, v. 38, n.03, p. 41-53, dez. 2019/mar. 2020.

Enviado em 22/10/2018 / Revisor A: 02/03/2019; Revisor B: 31/03/2019 / Aceito em 31/03/2019

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.27131>

Résumé

L'objectif de cet article est de montrer comment Lévinas propose une réflexion sur la rencontre éthique avec l'altérité, fondée sur une communication que se déroule dans une relation intersubjective asymétrique. Cette relation est mise au jour à partir d'une conception du temps que considère l'imprévisibilité et le devenir que acquiert ses contours depuis l'arrivée et l'apparition de l'autre en tant que visage. Nous partons du principe que, chez Lévinas, l'altérité radicale interrompt la durée de la conscience et le temps du sujet, organisés à partir de sa propre réalisation et de ses activités quotidiennes. Nous soutenons que trois gestes politiques et éthiques d'accueil, d'écoute et de réponse constituent trois temporalités distinctes et intimement liées dans la délimitation de la relation qui définit le sujet en tant qu'un otage d'un visage perçu comme discours et comme parole.

Mots-clés

Temps; visage ; altérité.

Abstract

The aim of this article is to show how Lévinas proposes a reflection on the ethical encounter with otherness, founded on a communicative relationship that happens in an asymmetrical way, considering time as the unpredictable demand from otherness, defined from the emergence of the other as a face. We assume the premise that Lévinas's radical alterity interrupts the duration of consciousness and the time of the subject, organized from its own fruition and pursuits in everyday life. We argue that the political and ethical gestures of welcoming, listening and producing a response constitute three distinct and intertwined temporalities in the definition of the relationship that defines the subject as a hostage of a face perceived as speech.

Keywords

Time ; otherness ; face.

Introduction

Une réflexion sur la temporalité chez la pensée de Lévinas est directement liée à la rencontre éthique avec autrui. Dans certaines de ses œuvres (1980, 1987, 2007, 2014a, 2016), il nous révèle à quel point la subjectivité est toujours à l'attente et à l'écoute d'une demande adressée à l'autre. Le temps d'attente est aussi le temps de la contemplation et de l'acceptation d'une altérité radicale et étrangère: son arrivée, son appel et sa demande produisent une rupture dans le quotidien de celui ou celle qu'écoute. L'interruption du temps présent des sujets interpellés par le visage les empêche d'avancer dans leur routine et les oblige à élaborer une réponse, à prendre des responsabilités. On pourrait donc dire que c'est l'autre qui apporte le temps futur. « L'autre, en s'approchant, secoue d'abord la corporéité du sujet. Par l'approche de l'autre humain commence la constitution de la subjectivité » (RIBEIRO, 2015, p.55).

Lévinas (1987) souligne que le temps constitué dans la relation solitaire qu'un sujet entretient avec sa propre existence est divisé entre la proximité et le voisinage entre ce sujet ontologiquement seul, et une présence véritablement autre, qui ne se réduit pas à elle-même. Ainsi, « par la venue de l'altérité, l'existence se découvre plurielle et le temps toujours discontinu, toujours renouvelé et recommencé » (RIBEIRO, 2015, p.55). Il est donc essentiel de comprendre l'affirmation selon laquelle percevoir l'autre, c'est l'accueillir et lui répondre dans une attitude d'écoute et de contemplation qui nécessite une autre temporalité : distendue, décélérée, dans laquelle je considère – de façon ample et dépourvue de jugement - la demande, le cri et la vulnérabilité que l'autre m'adresse.

L'autre s'annonce et insère la temporalité dans la subjectivité d'un sujet isolé de trois manières: en l'accueillant, en l'écoutant et en élaborant une réponse à sa demande. Dans cet article, notre objectif est de mettre en évidence la manière dont Lévinas propose une réflexion sur la rencontre éthique avec l'altérité, fondée sur une communication que se déroule dans une relation intersubjective asymétrique, à partir d'une conception du temps comme imprévisibilité, comme pouvoir qui se définit par l'arrivée de l'autre autre en tant que visage. Nous partons du principe selon lequel l'altérité radicale chez Lévinas interrompt la durée de la conscience et le temps du sujet, organisés à partir de sa propre réalisation et de ses propres affaires et poursuites.

Nous croyons que le visage établit la subjectivité de celui ou de celle qui le contemple comme s'il s'agissait de l'apparaître du temps, car « à l'approche du visage et à sa réception, il y a une reprise constante du temps » (RIBEIRO, 2015, p.56). Le temps n'est donc pas le temps chronologique, linéaire et organisateur de la routine du quotidien: il n'existe que par le rapport à un autre, il n'appartient pas au sujet ni à son intériorité. Le sujet, otage de l'autre et de la temporalité apportée par lui, ne peut qu'exercer une influence sur le présent, assumant la responsabilité de l'autre par l'écoute et par l'engagement dans le travail de lui offrir une réponse. Accueillir, écouter et répondre à l'autre que nous interpelle constituent trois temporalités distinctes et entremêlées dans la délimitation de la « relation sans relation » établie par le visage. Dans les sections suivantes, nous nous engageons à explorer en détail chacune de ces temporalités.

La temporalité de l'accueil dans la « relation sans relation »

Ce que Lévinas appelle « relation sans relation » est l'interaction originale, accueillante et asymétrique entre deux interlocuteurs totalement séparés qui ne communiquent pas entre eux par le discours, mais par une subordination réciproque qui engendre une relation transitive dans laquelle l'autre est toujours en train de nous échapper. La rencontre éthique qui configure cette « relation sans relation » n'est pas basée sur un contact conflictuel, ou même sur une dispute argumentative et rationnelle. Il ne s'agit pas d'une lutte pour la reconnaissance réciproque ou même la tentative de parvenir, de manière symétrique, à une compréhension de quelque chose qui se présente comme un problème collectif. (LIESEN, 2012; ZIELINSKI, 2004, CHARDEL, 2016).

Dans cette rencontre éthique, l'autre n'est pas nommé, contrôlé ou réduit à un concept, mais plutôt invoqué, appelé, contraint de répondre à une demande irréfutable. Selon Lévinas (1987), la représentation et l'appréhension de l'altérité par le concept sont des formes de relation violentes, immobilisant et transformant l'autre dans le « même ». Ainsi, tout contact qui se réduit à voir, à appréhender, à savoir, à reconnaître et à comprendre autrui est guidé par la nécessité d'adapter et de réduire la complexité pour transformer l'étrange en familier.

La relation primordiale avec un autre sujet cherche cependant à accéder à lui dans son étrangeté: elle est faite par le langage, car elle requiert l'élaboration d'une réponse à l'autre face à son cri, à son exigence et sa demande irrécusable e quête de justice (ROLANDO, 2001). Mais cette écoute et cette réponse ne s'organisent pas selon un modèle de conversation ou de dialogue basé sur la symétrie, le consensus ou la reconnaissance mutuelle du statut des interlocuteurs. Loin d'être une interaction ancrée dans l'échange linguistique traduite par des signes et des discours traversés par des lignes de pouvoir, d'hégémonie et d'inégalité, cette relation transitive s'organise sous la forme d'une conversation établie avant le signe. Dans une interview accordée à Poirié (2007, p.84), Lévinas nous présente cette question:

Peut quelqu'un être pour un autre sans se réduire à un objet de pure connaissance? Situé dans une relation éthique, l'autre homme reste un autre. Ici, c'est justement l'étrangeté de l'autre, et si on peut le dire, son étrangeté, qui vous lie éthiquement. C'est une banalité, mais il faut en être étonné.

Comme mentionné auparavant, dans la « relation sans relation » l'autre reste absolument une autre, car notre dimension « humaine » exige la préservation de la singularité, assuré par la distance de la contemplation et du voisinage: sans cette préservation, la communication éthique perd sa capacité de servir à l'autre et à la situation particulière de sa souffrance, c'est-à-dire son visage (BURNS, 2008 ; SEBBAH, 2003).

Ainsi, la relation avec le visage ne se fait pas à travers la connaissance ou le mode de représentation, mais par le biais de la sociabilité, à travers la communication sociale qui se produit dans une temporalité établie dans l'accueil, l'écoute et la réponse. Le visage chez Lévinas (1995, 2014a) est la base non seulement des relations sociales, mais de l'existence d'un social, bien qu'il ne soit pas réductible au social: le visage est la structure intersubjective à partir de laquelle émergent le temps et l'espace de l'action située, la politique et la justice. Comme le souligne Carrara (2010, p. 131):

Nous pouvons appeler la socialité pensée par Lévinas comme une communauté de différents sans que l'universalisation du concept ne gomme les différences. C'est en ce sens que les individualités ne sont jamais perdues dans le tout neutre et anonyme. Les membres d'une telle communauté conservent la capacité d'une parole propre qui les empêche de se perdre dans le langage universel du concept.

Le visage révèle une altérité irréductible à l'appréhension par le concept et la rationalité et cela nous étonne, car au-delà d'exposer le différent, l'étrange, le visage paralyse le pouvoir possédé par le sujet de tout réduire à un objet de connaissance : nous sommes livrés à la surprise, nous avons notre temporalité interne divisée. Le visage nous étonne car il va au-delà de toute tentative d'appréhension et de réduction par le savoir: il défie et refuse le savoir par la représentation, questionne le sujet et son pouvoir déterminant, mais accepte la rencontre, la proximité, l'accueil et l'ouverture passive et passible à l'autre (Bensussan, 2018a e b). La proximité se fait au moyen d'un Dire qui porte une signification antérieure aux mots et au signe (au Dit¹).

Le sentiment de perplexité, d'étonnement face à la présence de l'altérité coexiste, dans la vie quotidienne, avec le refus et le silence devant l'autre avec lequel on ne veut pas de contact. Le visage,

¹ Le dit nome et ordonne le monde permettant la compréhension des signes à travers le temps, de sorte que la sensibilité est un moyen de recevoir des informations du monde et de les interpréter, de les catégoriser. L'intention de Lévinas est de souligner l'irréductibilité du dire (épiphanie du visage) devant l'imposition constante du dit, l'irréductibilité de la responsabilité devant la vision qui ordonne le monde.

dimension communicative centrale d'une éthique de la responsabilité chez Lévinas, est lié à l'étrangeté de l'autre, à son altérité radicale, inquiétante et irréductible, qui n'est ni conceptualisée ni réduite à la familiarité de la représentation ou du cadre typifiant. Dans la fameuse définition de Lévinas, « le visage parle et me regarde, il m'appelle, il me demande » (1999, p.163). Ainsi, le visage n'est pas réduit à sa manifestation physique (la face humaine), mais il fait référence à la transcendance, à l'infini, contre la totalité présente dans la tentative de son appréhension par le concept.

En ce sens, le langage en tant que contact intersubjectif est établie par le Dire que « est la langue d'origine, sans mots ni propositions, une communication pure » (LÉVINAS, 1987, p.119). La proximité de l'autre et son accueil sont des signifiantes et ne peuvent pas être converties en une structure linguistique ou dialogique (relation qui peut réduire le contact avec l'interlocuteur à l'exercice solitaire et impersonnel de la pensée), mais pour se configurer en contact. À cet égard, « l'immédiateté du sensible est un événement de proximité et non de connaissance » (LÉVINAS, 1987, p. 16), elle n'est pas une participation des interlocuteurs à une universalité transparente.

Il y a dans la parole, dans le discours, « un rapport à la singularité situé en dehors du sujet dont on parle, une singularité qui n'est pas thématifiée par le discours, par le Dit, mais qui s'en approche » (idem). « Un discours dans lequel il y a une complicité gratuite, une fraternité établie dans le premier mot qui dit le dire » (1987, p. 125). Le passage constant de l'intentionnel, de l'objectif à atteindre avec le langage, à l'éthique (le contact avec la singularité incompréhensible de l'autre) permet l'émergence du visage qui exige une réponse, qui nous est imposée, suspendant le temps présent pour que le futur nous atteigne. « En d'autres termes, à son arrivée l'autre retire le sujet du présent en lui imposant la responsabilité irréfutable du visage » (RIBEIRO, 2015, p. 56).

Nous nous reconnaissons quand nous sommes interpellés par le visage de l'autre: il ne s'agit pas d'une soumission, mais d'un ordre ou d'un appel d'une identité à une autre. Le visage, l'humain, ouvre une brèche dans la coquille de l'être et de sa temporalité interne, le rendant otage de l'autre, de l'étranger qui frappe à notre porte (ALFORD, 2004; BURNS, 2008 ; OLIVIER, 2018). Sebbah (2003) et Bensussan (2016) soulignent que l'altérité brute, celle du visage, nous prend en otage car le visage commande inconditionnellement et sans possibilité d'échapper à son appel ou même à sa violence. Le visage parle, il s'adresse à nous et il exige, d'abord, accueil et écoute.

La temporalité de l'écoute de la demande vocalisée par le visage

Selon Lévinas (1987, 2007, 1980), l'autre n'est pas considéré comme une personne qui doit être contrôlée ou possédée. L'autre se retrouve comme visage: c'est dans la rencontre avec le visage de l'autre que se révèle son infinie altérité. C'est une relation de discours, mais pas d'argumentation ou d'évaluation : l'autre n'est pas seulement nommé, il est invoqué. Le visage de l'autre n'est pas capté par la vision, car il ne peut être saisi par une représentation dans le langage. La vision ne prévaut pas dans la rencontre avec le visage, car il s'agit d'une relation violente avec l'autre, qui le transforme dans le même. La vision ne rend pas justice à l'autre (ROBBINS, 1991 ; DARDENNE, 2018), car sa souffrance est « une plainte, un cri, un gémissement ou un soupir, appel originel à l'aide, au secours curatif » (LÉVINAS, 2010, p.109).

Le passage de la vision à la responsabilité par la souffrance de l'autre, de la représentation à la voix, implique une rupture: l'autre n'est pas appréhendé par la vision, mais par l'écoute. La rencontre éthique avec l'autre interrompt la tendance du soi à concevoir le monde comme doté d'une certaine logique spatio-temporelle dans laquelle il exerce son pouvoir et agit souverainement. L'exposition face à l'autre interrompt le jeu de la réduction de l'autre au même et nous libère de notre « petit monde de plaisirs et de soucis », nous rendant en otage. L'éthique de la rencontre est guidée par une remise en question de ma liberté, de mon existence vulnérable dans un espace-temps, une fois que mon existence ne peut être concrétisé qu'au service de l'autre. Cependant, la liberté n'est pas une servitude,

mais la compréhension qu'en servant à l'autre, je m'ouvre à l'infini, à l'absolument autre (ALFORD, 2004; MARCONDES FILHO, 2007 ; BENSUSSAN, 2018).

Ainsi, la relation primordiale avec le visage de l'autre est le discours: une conversation qui propose le monde, tout en gardant la distance d'une séparation infinie. Le paradoxe de cette relation est que la distance détruit la relation et que la relation détruit la distance (CHARDEL, 2016).

Le visage parle, lance son appel dans une situation concrète dans laquelle la souffrance de l'autre nous émeut, nous éloigne de nous-mêmes et exige une écoute et un mot en réponse. Il est important de souligner que la souffrance de l'autre est révélée dans un contexte de rencontre particulier, qui nécessite une réorientation (temporelle, spatiale et corporelle) vers la quête des conditions qui lui seront utiles. En ce sens, écouter le visage est aussi une attitude sollicitée par une médiation esthétique car l'autre est aussi un corps et une parole fragile. Mais ni le corps, ni la parole de l'autre peuvent être convertis en représentation. Le visage nous rend sensible à la demande de l'autre puisqu'il nous échappe et reste énigmatique. L'expérience du visage n'est pas celle de l'élaboration « d'une explication que le sujet peut projeter sur son interlocuteur pour l'enfermer, pour le faire disparaître. » (DARDENNE, 2018, p.22). Écouter le visage n'est pas chercher des explications, mais se placer face à la vulnérabilité de l'autre, de son humanité :

Le visage c'est la vulnérabilité même. Un humain se présente par son visage comme vulnérable, en tant qu'il va mourir. Une nuque, une épaule peuvent faire visage, en tant qu'elles manifestent cette vulnérabilité, cette nudité d'autrui – nudité non pas au sens littéral, mais au sens où autrui est sans défense face à sa propre mort. Le corps humain tout entier est un appel, un désir de continuer à vivre qui m'interpelle. [...] Ainsi, la perception d'autrui est immédiatement éthique. Cette interpellation met en crise le spectacle des phénomènes, le monde des choses qui m'apparaissent (SEBBAH, 2018b, p.33).

L'autre qui me demande de l'écouter souffre et existe dans un contexte et une temporalité spécifiques, marqués par des vulnérabilités² qui oscillent et se transforment en raison de la disponibilité de ressources (matérielles, émotionnelles, culturelles, politiques) que j'ai à la main pour produire des arrangements qui me mèneront à la réponse souhaitée (BURNS, 2008; VIEIRA et al., 2016 ; CHARDEL, 2016). Il existe donc un contexte d'action dans lequel nous sommes souvent pris par la volonté de substituer physiquement l'autre en sa souffrance (SEBBAH, 2018a).

En ce sens, Lévinas (2007) souligne que la responsabilité requiert un engagement charnel, car nous interrompons notre isolement et nous allons à la rescousse de l'autre, parfois au point d'affliger notre corps d'expiations au nom du bien de celui qui, à ce moment, est perçu comme notre invité.

La temporalité de la réponse adressée à l'autre

Le visage lance un appel qui se distancie de l'hostilité et s'approche de l'hospitalité qu'accueille l'étranger tout en posant des questions et en exigeant une réponse. Ainsi, faire l'expérience du visage de l'autre, c'est éprouver un sentiment de responsabilité face à la vulnérabilité, permettant à un individu de se retrouver, de retrouver son identité en répondant à l'appel de l'autre:

[...] il s'agit d'une réponse qu'aucun autre ne peut donner à ma place. En répondant à l'appel de l'autre, je m'affirme comme un sujet unique et irremplaçable. Moi, non interchangeable, je ne suis que dans la mesure où je suis responsable. Je peux remplacer tout le monde, mais personne ne peut me remplacer. (LÉVINAS, 2007, p. 84)

² Selon Burns (2008) et Sebbah (2003), la souffrance et la vulnérabilité de l'autre ne sont pas simplement des faits objectifs que le sujet identifie comme tels. Au lieu de cela, la souffrance impose à celui que le témoin l'obligation de justifier cet état injuste. Le visage a donc une autorité éthique unique pour susciter une réponse du sujet. C'est pourquoi l'autre me fait face en me suppliant et en même temps en émergeant comme le maître qui me commande d'en haut. En tant que témoin de la souffrance et otage de ce témoignage, le sujet assume une responsabilité unique pour l'autre et devant son propre statut «privilegié» ou sa fermeture dans l'égoïsme et le silence.

Le visage de l'autre m'affirme (en même temps qu'il m'empêche de faire du mal à celui qui m'interpelle) et rend ma propre existence humaine en me demandant de l'écouter et aussi d'élaborer et de lui offrir une réponse. En écoutant et en répondant à l'appel de l'autre, la réponse m'individualise, car elle est unique et ne s'inscrit pas dans le registre de l'universel. Le visage révèle la liberté de l'autre, car sa transcendance continue de nous échapper, quel que soit le degré de conceptualisation ou d'interprétation du visage. Une telle liberté ne renvoie pas à un agent autonome au sens libéral du terme, mais à la relation éthique de considération et d'écoute, générant la possibilité d'acceptation et d'accueil (RAE, 2016 ; SOUZA et MARQUES, 2016). Mais le visage révèle aussi ma liberté, car pour Lévinas, notre liberté est au service de l'autre, nous le prenons en responsabilité et lui offrons l'hospitalité quand il nous frappe à la porte (BENSUSSAN, 2016). Cependant, l'hospitalité est un exercice très difficile, car elle exige aller au-delà de la loi :

L'hospitalité joue comme un critère de l'humain, mais un critère ne permet guère une prise de décision. L'hospitalité se décline : elle peut être anéantie par le cynisme du droit que croit la régir. Il ne faut pas oublier le droit, mais il est impossible d'oublier ce que l'expérience permet de réouvrir quand nous considérons ce que le droit ou la politique auront un jour fermé. Les aléas, les figures et les incertitudes de l'hospitalité sont comme les battements désordonnés d'une porte qui claque sans jamais trouver sa fermeture définitive ni son ouverture quiète (BENSUSSAN, 2016, p.32).

À cet égard, le Dire établit une relation et une temporalité entre deux libertés, affirmant l'identité des interlocuteurs. Le Dire permet la transcendance : ne pas être possédée par soi-même, investir dans l'exercice d'exposition et de dépossession. Comme argumente Lingis (1987, p.xix):

L'altérité de l'autre n'est pas déterminée, comprise par le soi. L'altérité exerce une force sur le soi, une perturbation dans son émergence infinie et non représentable. Et le moi n'est pas déterminé par l'autre, mais ouvert d'une manière extatique à une transcendance par laquelle il signifie au-delà de lui-même et supporte le poids de la complétude dans sa responsabilité.

Voir l'autre, c'est lui répondre, c'est donner forme à un discours qui possède une force vocative et impérative, structuré comme une réponse et se constituant comme une modalité de reconnaissance qui préserve l'altérité irréductible.

Le Dire du visage est une expression métaphorique pour désigner le geste d'aller vers autrui et de l'interpeller, car son sens n'est pas lié à des relations conversationnelles: le Dire ne parle pas de quelque chose ou de quelqu'un, il ne s'agit pas d'une information sur quelque chose ou quelqu'un, mais invite quelqu'un à parler à quelqu'un. L'expression a pour objet de défaire la forme sous laquelle l'existant s'expose en tant que thème, dissimulant soi-même (MARCOS, 2010). L'exposition à l'autre définit les identités et rend l'autre important, vital pour l'existence de soi. Plus que cela, l'exposition à l'autre dans la situation concrète et éthique de la rencontre, permet la création d'un temps qui n'est pas réduit au moment vécu, puisque « c'est l'autre en tant qu'avenir, et dans son imprévisibilité, qui se rapproche du sujet afin de le retirer du moment présent » (RIBEIRO, 2015, p.54).

Quand j'écoute l'appel de l'autre, mon identité est aussi constituée: ce rapport n'est pas l'origine d'une situation de domination ou d'appréhension cognitive et classification de l'étrangeté d'autrui (la réduisant aux schémas typifiants et représentatifs qui nous permettent de dominer l'univers des choses et des êtres vivants), mais d'une relation de responsabilité (ALVES, 2012a et b ; BENSUSSAN, 2018). Répondre à l'autre, c'est devenir responsable de lui, s'occuper de son commandement, être son otage, maintenant ainsi l'asymétrie et la distance qui empêchent l'appel de se transformer en une quête de compréhension (CARRARA, 2010 ; SEBBAHA e b).

Voici ce que Lévinas (2016) souhaite préserver dans la rencontre éthique avec l'autre: l'étrangeté qui exige la réciprocité, qui est préservée dans un discours fondateur, à travers un mot déconnecté du geste de compréhension. Face à une altérité radicale, le sujet est placé dans une temporalité marquée par l'attente, par la réception, par l'écoute et s'inquiète face à l'inconnu et à la réponse qu'il lui demande.

Mais pourquoi est-il si important de valoriser cette « étrange rencontre » dans laquelle l'individu se trouve tout en répondant à l'appel de l'autre? Pourquoi l'étrangeté et la singularité de l'autre devraient-elles, avec et dans la norme et le droit, constituer une notion de justice empreinte de fraternité et de responsabilité?

La réponse qui doit être adressé au visage, ou aux multiples visages qui nous interpellent, nous renvoie au passage de l'éthique à la justice. L'ouverture communicationnelle rendue possible par le visage nous place devant non seulement un visage, mais également devant une pluralité de visages et des dilemmes liés à la réponse qui doit être élaborée et adressée à chacun d'entre eux. Réfléchir au champ de la pluralité sociale est un geste politique, car avec le tiers « nous passons de l'invisibilité de la relation éthique avec le visage à la visibilité des visages, à l'être ensemble dans un lieu » (CARRARA, 2010, p.90). L'émergence du tiers marque l'ouverture d'un passage entre l'éthique et la politique:

Selon Lévinas, avec le tiers et le détour de la dyade, nous sommes placés dans l'ordre de calculabilité, de justice distributive, des lois approuvées par la majorité, et donc dans le domaine du politique, entendue comme un ensemble de règles qui peuvent être formalisées. Bien que la dimension sociale du politique ne nie pas l'éthique et sa revendication, il n'est toujours pas facile de dire comment cette revendication éthique survit dans le domaine social et politique (BUTLER, 2017, p. 225).

Butler (2015) souligne, en dialogue avec la pensée de Lévinas, la difficulté d'établir des articulations entre la rencontre éthique avec l'altérité et l'élaboration de la justice dans les processus politiques. Elle mentionne qu'il ne s'agit pas de choisir l'un au détriment de l'autre, mais de trouver un moyen de réfléchir aux conditions dans lesquelles nous devenons réceptifs et accueillants envers les autres, ce qui crée un cadre situationnel et moral qui guide les décisions collectives et les normes. À cet égard, elle souligne qu'une tentative de répondre et d'avoir de la responsabilité vis-à-vis de l'autre au milieu d'un processus politique doit considérer « une relationnalité ex-tactique, une manière de se laisser dépasser, d'être dépossédé de soi dans sa relation avec un autre qui m'appelle et m'interpelle » (2017, p. 18).

L'approche élaborée par Butler (2015) nous offre également des indices sur les situations dans lesquelles les demandes sont produites attelées aux formes prises par le Dire du visage. Selon elle, la clameur que l'autre nous adresse a besoin d'une médiation, d'un véhicule capable de protéger et « transporter-traduire » les sens. Même si Lévinas affirme que le visage n'est pas représentable et reste incompréhensible et insaisissable pour notre vision, sa manifestation est, selon Butler, située dans l'espace et dans le temps, tout en constituant un espace et une temporalité autre que ceux qui définissent le monde vécu d'un sujet. Elle rappelle que Lévinas lui-même reconnaît que « même dans sa subordination à la connaissance, la vision maintient le contact et la proximité. Le visible caresse l'œil, car nous voyons et entendons de la même manière que nous touchons » (1987, p.118). Ainsi, le visage qui nous lance un appel a besoin d'une médiation spatiale, temporelle et sensorielle pour nous atteindre.

Les revendications qui me sont faites sont exprimées, si c'est encore le cas, par le biais des sens, qui sont façonnées en partie par les différentes formes médiatiques: l'organisation sociale du son et de la voix, de l'image et du texte, de la touche et de l'odeur. Si les demandes de l'autre envers moi sont faites pour me joindre, elles doivent faire l'objet d'une médiation, ce qui signifie que notre propre capacité à réagir avec non-violence, à agir contre un acte violent ou à préférer la non-action à une provocation violente dépend des cadres par lesquels le monde apparaît devant nous par une opération de cadrage et le domaine de l'apparence est circonscrit. (BUTLER, 2015, p.252)

Butler essaye de formuler une éthique qui commence par la prise en compte des conditions de réception de messages, d'injonctions ou de commandes émanant d'une autre sphère discursive, une sphère qui n'est pas facilement intégrée à la nôtre. En ce sens, le Dire du visage ne peut être entendu que s'il est traduit. « [...] dans les circonstances concrètes dans lesquelles nous vivons, dans un environnement

doté d'un sens historique, temporel et géographique, dans des scènes de violence qui imprègnent la vie quotidienne » (2017, p. 27).

Il est donc possible de parler de l'existence d'une éthique de la communication dans la rencontre asymétrique avec une altérité radicale, mais d'une éthique qui ne repose pas sur des principes universels (comme l'éthique du discours d'Habermas), mais qui offre la structure intersubjective de la «relation sans relation» d'où peut émerger la nécessité de règles et de lois morales (BURNS, 2008). Dans cette éthique de communication, la personne qui souffre me défie à partir de sa souffrance et exerce son autorité sur moi. Nous sommes vulnérables : exposés au Dire du visage toujours en quête d'écoute et d'hospitalité.

Quelques réflexions pour des développements futurs

Le visage de celui dont je suis responsable m'interpelle et me défie: je lui dois une justification de l'inégalité qui réitère sa vulnérabilité et sa précarité, mais son visage transcende le contexte de l'action. Comment faire face à cette altérité infinie et abstraite dans la résolution de problèmes moraux? Il faut d'abord considérer la complémentarité entre deux dimensions de la notion du visage: la transcendance et le dire. « Le Dire du visage établit un contexte et une temporalité de rencontre possible dans le langage antérieur au signe » (LÉVINAS, 1999, p.163). La singularité du visage et sa transcendance se produisent dans un contexte qui lui donne une figure. Dans le dit, il y a l'articulation d'un monde donné, mais dans le Dire il y a la trace de l'altérité.

La force du Dit, du code d'homogénéisation de la loi, retirent le visage de ce contexte et exerce sur lui une violence énorme, le défigurant. Lévinas (2014a) insiste sur cette tension, mais aussi sur la nécessité de complémentarité entre figure et visage défiguré, entre le Dire et le Dit, en soulignant les dimensions communicative, temporelle et corporelle de la responsabilité éthique et de la justice. Sa critique de la manière dont la justice peut conduire au totalitarisme est directement liée à un appel à la préservation de l'unicité et de la singularité du visage. Selon lui, la justice réduit la confrontation avec l'altérité à la comparaison et à la connaissance, empêchant ainsi le lien de responsabilité de se constituer. L'approche de la justice qui reste aveugle et sourde face au visage nous rend insensibles à la souffrance de l'autre : je cesse de craindre pour la mort de l'autre, puisqu'il ne me concerne plus, je ne me sens pas responsable de lui. Ainsi, pour Lévinas, la normativité éthique commence dans la rencontre avec l'altérité, avec le visage.

Les hommes autour de moi sont nombreux! D'où le problème: qui est mon voisin? Problème incontournable de la justice. Nous avons besoin de comparer l'incomparable, de connaître les hommes; d'où son apparaître en tant que formes plastiques de figures visibles et, en un certain sens, «défigurées»: en tant que groupe dont l'unité du visage est arrachée d'un contexte, source de mon obligation devant d'autres hommes; une source à laquelle se réfère, après tout, la même recherche de la justice et dont l'oubli risque de transformer le travail sublime et difficile de la justice en un calcul purement politique - et même en des abus totalitaires.(LÉVINAS, 2014a, p. 28-29)

Nous avons vu que le visage nous appelle dans le langage. Ainsi, trouver un visage qui parle et donner une voix au visage, c'est lui donner une figure. Mais encore une fois, le rapport discursif à l'autre n'est pas la confrontation de deux personnes, mais l'accès à l'autre dans son étrangeté par la parole, par la temporalité qu'il ouvre au présent. Cependant, pour maintenir cette étrangeté il faut la non-réciprocité et la non-compréhension. Je reçois un mot que je ne peux pas comprendre, mais je dois lui répondre. Ce dialogue est un discours sans « pouvoir », car l'autre a interrompu mon pouvoir (ROBBINS, 1991, GUIMARÃES et LIMA, 2013).

Mais que pouvons-nous faire face à la nécessité de répondre à l'appel des différents visages qui se manifestent devant nous? Il ne serait pas possible de répondre à tout le monde de la même manière, sans laisser de privilégier certains visages et de condamner les autres. Lévinas exige que nous acceptions de répondre de manière éthique aux demandes de ceux qui ne se situent pas dans nos sphères d'appartenance

les plus strictes. En outre, cela nous oblige à accepter de répondre à l'appel de ceux qui ne sont généralement pas considérés comme suffisamment humains ou dignes de faire entendre leurs demandes (CHARDEL, 2016).

La manière de répondre aux demandes multiples des différents visages qui se présentent devant nous ne peut pas être uniquement formulée au niveau de l'éthique, mais nécessite une décision dans le domaine de la moralité et de la justice. Lévinas (2014a) indique que l'élaboration de cette réponse doit associer la « relation sans relation » avec le visage et la définition de lois qui soutiennent une justice orientée par la singularité des revendications et non par le privilège d'une rationalité régie exclusivement par un ordre objectif que préserve et protège la liberté de tous (ou de certains sujets). Il argumente que la justice peut être violente en ne reconnaissant pas les individus dans leur précarité et leurs vulnérabilités (le sens du visage nu de l'autre), en les traitant de la même manière et en soumettant l'individualité et l'unicité à des catégories universelles. (ALFORD, 2004; SEBBAH, 2003 ; SANTOS, 2004).

La politique découle en grande partie de cette relation éthique et communicationnelle qui la précède et implique la constitution des temporalités de la rencontre, de l'accueil et de la responsabilité. Cependant, la politique de Lévinas ne se traduit pas dans la relation dialectique et discursive de l'argumentation. La relation établie par la rencontre avec le visage est asymétrique et n'est pas réduite à la totalité. C'est précisément l'éthique née de l'écoute de la voix du visage qui peut empêcher le totalitarisme et l'universalisation qui nous menacent « chaque fois que la politique s'éloigne des exigences de la responsabilité devient l'autre présentes dans la relation face à face » (CARRARA, 2010, p. 92).

Si le visage d'un sujet ne se diffère pas d'un autre, au sens moral du terme, tous mériteraient également l'attention (BURNS, 2008, p. 316). Cependant, Lévinas indique que la rencontre avec le visage est situationnelle et, bien qu'il nous échappe constamment, il existe un moment, une temporalité dans laquelle il doit faire figure et nous adresser, matériellement, son appel. Comme la réponse est rendue unique par la demande aussi singulière, l'obligation de responsabilité est toujours distincte devant chaque visage qui se présente à nous. Comme le souligne Butler:

En termes philosophiques, Lévinas décrit une scène éthique dans laquelle nous sommes obligés, dans la plupart des situations, de préserver la vie de l'autre - liés par l'altérité que nous y trouvons. Dans une analyse plus détenue, on s'aperçoit que cette scène, qui semblait nous contraindre universellement, est limitée en termes culturels et géographiques. L'obligation éthique envers le visage de l'autre n'est pas une obligation que l'on peut ressentir par rapport à chaque visage. Derrida a déclaré que s'il devait réagir à tous les visages, il deviendrait inévitablement irresponsable. Si cela est vrai, l'exigence éthique ne précède pas les notions d'autonomie culturelle mais est encadrée et limitée à l'avance par certaines notions de culture, d'ethnie et de religion. (2017, p.47)

En ce sens, Lévinas (1980, 2007) propose que, face à la multiplicité des visages qui nous interpellent, le geste de décider à qui répondre et comment élaborer cette réponse est un geste politique qui implique la norme et le code moral et éthique, mais requiert également la fraternité, l'amitié et le don. Il faut nourrir les liens dans lesquels la responsabilité en tant que relation éthique ne signifie pas seulement assumer le fardeau de l'autre ou l'aider à supporter les épreuves de l'existence, mais aussi quelque chose de spontané, d'intuitive, de sorte que l'expérience du visage de l'autre (et la demande qu'elle émane) soit positive et enrichissante, puisque « c'est à partir de l'existence de l'autre que ma propre existence devient humaine » (LÉVINAS, 1995, p.167).

Lévinas (1980) souhaite préserver la rencontre éthique capable de configurer l'identité des interlocuteurs, en tenant compte de l'importance que la vie d'un sujet, dans sa vulnérabilité, a pour l'autre: « Il est très important pour moi que la justice puisse advenir de la prééminence de l'autre » (LÉVINAS, 2014a, p. 35), en évitant que la politique établisse une forme de jugement moral qui réduit le Dire au Dit, qui réduit la voix au silence et efface les visages qui se lèvent devant nous. Cet auteur ne nie pas la nécessité des lois et des codes de justice, mais il nous rappelle qu'avant de nous mettre au service d'une raison impersonnelle,

deux libertés différentes doivent s'approcher et se rapporter sans la médiation de la raison: une relation de commandement sans la tyrannie (non limitée par le devoir d'obéissance à la loi universelle), mais une condition indispensable à l'institution de la loi. Lévinas argumente que si nous ne nous approchons jamais de l'autre dans sa singularité et ses vulnérabilités, si nous ne regardons jamais dans les yeux de l'autre qui demande un positionnement, la domination trouve sa place et nous ne craignons plus la mort d'un autre qui ne signifie rien pour nous. Le visage défigurés ne nous empêche pas de tuer.

Bulter (2017, 2018) propose un ensemble de questions qui semblent constituer un programme de recherche à explorer dans ses propres études concernant une éthique de la non-violence et de la dépossession. Elle affirme que la non-violence ne se confond pas avec une réponse négative à la violence du monde, mais vise travailler autrement la relation entre le sujet et le monde, soulignant la corporéité et la performativité des gestes politiques. Le visage et le corps peuvent tomber, se lever, se recomposer, crier, garder le silence, être débout ou recroquevillés, être soutenus par d'autres corps. Enfin, le visage et le corps s'appuient sur d'autres visages et corps, qui ne son pas, par contre, évalués ou considérés de la même façon.

Le visage de l'autre secoue donc tous les formalismes, car le formalisme me ferait traiter tous les autres avec la même importance et, par conséquent, aucun autre ne pourrait jamais me réclamer. Mais pouvons-nous vraiment nous passer de tous les formalismes? Et si nous ne pouvons pas nous passer de tous les formalismes, comment pouvons-nous penser au visage par rapport à de telles normes politiques? Le visage doit-il toujours être singulier ou peut-il s'étendre à la pluralité? Si le visage n'est pas nécessairement un visage humain - il peut être un son ou un cri - et s'il ne se réduit pas au visage d'une seule personne, peut-il être généralisé à toute personne, dans la mesure où ils me concernent également? Est-ce une rupture dans notre façon de penser la pluralité, ou est-ce que cela représenterait une entrée dans l'éthique précisément dans la formulation de la pluralité elle-même? Le visage peut-il servir d'injonction contre la violence dirigée contre tout individu, y compris ceux dont le visage, littéralement, j'ignore? Est-il possible de dériver une politique de non-violence de l'injonction de Lévinas, et sera-t-il possible de réagir aux visages de cette foule? (BUTLER, 2017, p.64)

La fraternité, en tant que responsabilité assumé devant tous les autres, fait en sorte que la justice puisse découler de l'inquiétude et de la non-indifférence suscitée par la proximité de l'étranger à qui nous offrons l'hospitalité. Elle se situe entre la justice normative et rationnelle et injustice, faisant « appel à la sagesse d'un sujet dont les possibilités ne contiennent probablement aucun principe formulable a priori » (LÉVINAS, 2014a, p. 35). Nous constatons ici une importante dimension esthétique et éthique de la politique à Lévinas: pour lui, la source de la justice est non seulement dans l'ensemble des normes et de valeurs qui dirigent les institutions, mais surtout dans la sagesse, dans des expériences singulières qui ne sont pas capturées et cartographiées par la règle et puissent ainsi renouveler les passages et les interfaces entre le Dit et le Dire. Cette façon de concevoir la politique évoque de nouvelles formes de vie en dehors des règles disciplinaires, actualisent le devenir d'un commun dont la communication cherche provisoirement à construire.

Le visage peut-il survivre dans le domaine de la politique normative et de la justice? Lévinas affirme que oui, car le visage et sa directive humanisant, son impératif pour que nous restions sensibles à la vulnérabilité de l'autre et à sa demande de dépossession, nous indiquent que des choix politiques équitables sont placés entre la condamnation et l'écoute du visage, entre la clarté de la règle et l'opacité de l'inquiétant.

L'appel vocalisé par le visage de l'autre constitue notre sensibilité, notre réceptivité à produire un temps d'accueil, un temps d'écoute (ou plutôt une temporalité dans laquelle le sujet écoute en permanence) et un temps pour élaborer une réponse à sa demande. L'exposition à l'altérité est le seul moyen de savoir qui nous sommes, de construire et d'habiter ensemble des espaces et des temps dans lesquels la justice ne se réduit pas à la norme, mais accepte les épreuves et les possibilités vulnérables et résistantes de l'ex-istence.

Références

- ALFORD, C. Lévinas and Political Theory. **Political Theory**, v.32, n.2, 2004, p.146-171.
- ALVES, M. A. Ética como filosofia primeira: sabedoria da paz/palavra em Lévinas. **Acta Scientiarum**. v. 34, n. 1, 2012a, p. 49-58.
- ALVES, M. A.; GHIGGI, G. Pedagogia da Alteridade: o ensino como condição ético-crítica do saber em Lévinas. **Educação e Sociedade**, Campinas, v. 33, n. 119, 2012b, p. 577-591.
- BENSUSSAN, G. Amor, justiça, pedão. In: RIBEIRO JÚNIOR, N. et al. (orgs.). **Amor e Justiça em Lévinas**. São Paulo: Perspectiva, 2018, p.16-26.
- BENSUSSAN, G. Difficile hospitalité: entre éthique, droit et politique. **Cités**, n.68, 2016, p.15-32.
- BURNS, L. Identifying Concrete Ethical Demands in the Face of the Abstract Other: Emmanuel Levinas' Pragmatic Ethics. **Philosophy and Social Criticism**, 34 (3), 2008, p. 315-335.
- BUTLER, J. **Caminhos Divergentes**. São Paulo: Boitempo, 2017.
- BUTLER, J. **Quadros de guerra: quando a vida é passível de luto?** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.
- CARRARA, O. **Lévinas: do sujeito ético a sujeito político**. São Paulo: Ideias & Letras, 2010.
- CHARDEL, P-A. Quand la communication perd la parole: lecture d'Emmanuel Lévinas, **Eco-Ethica**, v.5, 2016, p.154-165.
- DARDENNE, L. Accorder l'éthique et l'esthétique. **Philosophie Magazine**, n.40, 2018, p.19-25.
- GUIMARÃES, C.; LIMA, C. Ser-em-comum: Notas para uma aproximação entre a Ética de Lévinas e a Episteme comunicacional. **Eco-Pós**, v. 16, n. 1, jan./abr., 2013, p. 74-89.
- LÉVINAS, E. **A violência do rosto**. São Paulo: Loyola, 2014a.
- LÉVINAS, E. **Descobrimo a existência com Husserl e Heidegger**. Lisboa: Instituto Piaget, 2014b.
- LÉVINAS, E. **Alterité et transcendence**. Paris: Fata Morgana, 1995.
- LÉVINAS, E. **Alterity and transcendence**. New York: Columbia University Press, 1999.
- LÉVINAS, E. **Autrement qu'être**. Paris: Livre de Poche, 2016.
- LÉVINAS, E. **Entre nós**. Petrópolis: Vozes, 2010.
- LÉVINAS, E. **Ética e Infinito**. Lisboa: Ed. 70, 2007.
- LÉVINAS, E. **Totalidade e Infinito**. Lisboa: Ed. 70, 1980.
- LÉVINAS, E. **Collected Philosophical Papers**, Trad. Alphonso Lingis, Dordrecht: Martinus Nijhoff Publishers, 1987.
- LIESEN, M. Por uma comunicação como acolhimento e impossibilidade. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n.26, p. 81-97, jul., 2012, p. 81-100.
- MARCONDES FILHO, C. O outro como um mistério e o feminino como a alteridade absoluta. Sobre a recuperação do face-a-face na comunicação em Emmanuel Lévinas. **Matrizes**, no. 1, Vol. 1, Outubro, 2007, p. 55-74.

MARCOS, M. L. Comunicação, experiência e a questão do reconhecimento. Entrevista a Reges Schwaab. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v.33, n.2, p. 241-251, jul./dez., 2010, p. 241-263.

MENEZES, M. M. O pensamento de Emmanuel Lévinas: uma filosofia aberta ao feminino. **Estudos Feministas**. Florianópolis,16(1), janeiro-abril, 2008, p. 13-30.

OLIVIER, M. Autrui, le tiers et l'État. **Philosophie Magazine**, n.40, 2018, p.59-62.

POIRIÉ, F. Emmanuel Lévinas: Ensaio e Entrevistas. São Paulo: Perspectiva, 2007.

ROBBINS, J. Visage, figure: reading Lévinas Totality and infinity, **Yale French Studies**, n.79, 1991, p.135-149.

RAE, G. The political significance of the Face: Deleuze's Critique of Lévinas. **Critical Horizons**, v.17, n.3-4, 2016, p.279-303.

RIBEIRO, L. **A Subjetividade e o Outro**: ética da responsabilidade em Emmanuel Levinas. 1. ed. São Paulo: Ideias&Letras, 2015.

ROLANDO, R. Emmanuel Lévinas: para uma sociedade sem tiranias. **Educação & Sociedade**, ano XXII, no 76, Outubro, 2001, p. 76-94.

SANTOS, M. L. L. Q. **Subjetividade como responsabilidade em Lévinas**: quando a alteridade atravessa o sujeito. Recife: UFPE (Dissertação de Mestrado), 2004.

SEBBAH, F-D. **Lévinas, ambigüités de l'altérité**. Paris : Société d'Édition Les Belles Lettres, 2003.

SEBBAH, F-D. « Da ética do prisioneiro à ética do sobrevivente ». In: RIBEIRO JÚNIOR, N. et al. (orgs.). **Amor e Justiça em Lévinas**. São Paulo: Perspectiva, 2018a, p.189-202.

SEBBAH, F-D. Face à la vulnérabilité. **Philosophie Magazine**, n.40, 2018b, p.30-34.

SOUZA, F. C. V.; MARQUES, A. C. S. Rosto e cena de dissenso: aspectos éticos, estéticos e comunicacionais de constituição do sujeito político. **Questões Transversais**, vol. 4, no. 7, janeiro-junho, 2016, p. 17-28.

VIEIRA, F.; COELHO, T.; MARQUES, A. O rosto na imagem, a imagem sem rosto. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Experiência Estética do **XXV Encontro Anual da Compós**, na Universidade Federal de Goiás, Goiânia, de 7 a 10 de junho de 2016.

ZIELINSKI, A. Lévinas: la responsabilité est sans pourquoi. Paris: PUF, 2004.

Ângela Cristina Salgueiro Marques é doutora em Comunicação Social pela UFMG e Professora do Departamento de Comunicação dessa mesma instituição, atuando na graduação e Pós-graduação. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq, PQ-2. Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; apoio na revisão de texto e redação do manuscrito.

Luis Mauro Sá Martino é doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FACASPER. Neste artigo, contribuiu com o desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados e apoio na revisão de texto.

Pierre Antoine Chardel é professor do Institut-Mines Télécom, Business School, Paris-Évry. É coordenador do Grupo de Pesquisa Éthique, Technologies, Organisations, Société (ETHOS). Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira.

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

As bifurcações do tempo: considerações sobre três figuras temporais no filme Serras da Desordem, de Andrea Tonacci

The bifurcations of time: considerations on three temporal forms in Andrea Tonacci's film Serras da desordem

MARCELO PAIVA

Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Brasil. E-mail: marcelocarvalho.0001@yahoo.com.br. ORCID: 0000-0001-5676-2467.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

PAIVA, Marcelo. As bifurcações do tempo: considerações sobre três figuras temporais no filme Serras da Desordem, de Andrea Tonacci. Contracampo, Niterói, v.38, n.03, p. 54-67, dez. 2019/mar. 2020.

Enviado em 17/10/2018 / Revisor A: 12/11/2018; Revisor B: 20/3/2019 / Aceito em 21/3/2019

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.27124>

Resumo

Este artigo tem como objetivo verificar algumas formas de inscrição do tempo no filme *Serras da desordem* (2006), de Andrea Tonacci. Para tanto, recorreremos a três universos conceituais distintos: a imagem-cristal e a questão do duplo temporal em Gilles Deleuze; as questões ligadas à supermodernidade e ao não lugar em Marc Augé; e a temporalidade decorrente das estruturas de agressão de Noël Burch. Ao fim, identificamos no filme as figuras do tempo especular, do presente esvaziado e do presente brutalizado.

Palavras-chave

Serras da Desordem; Imagem-Cristal; Não lugar; Supermodernidade; Estruturas de Agressão.

Abstract

This article aims to verify a few inscriptions in time in the film *Serra da desordem* (2006), by Andrea Tonacci. For this purpose, we use three different conceptual contexts: Deleuze's notion of crystal-image and double time; the issues related to supermodernity and the concept of non place coined by Marc Augé; and Noël Burch's idea of temporality arising from the structures of aggression. Finally, we consider the forms of mirror time, depleted present and brutalized present.

Keywords

Serras da Desordem; Crystal-Image; Non Place; Supermodernity; Structures of Aggression.

Introdução

A relevância do filme *Serras da desordem*¹ (2006) de Andrea Tonacci para a cinematografia brasileira é enorme, apesar de ter sido lançado há pouco mais de uma década. Desde o lançamento o filme desperta o interesse de críticos e teóricos. Mas por que voltar a investir esforços sobre um filme que já acumula uma fortuna crítica considerável?

Em primeiro lugar, *Serras da desordem* constitui um belo exemplo de filme multifacetado, repleto de elipses e nuances que sugerem vários caminhos de leitura. Assim, está longe de ter sido esgotado. Em segundo lugar, porque desejamos inquirir o filme sobre as surpreendentes temporalidades que põe em jogo. Para tanto, recorreremos a três universos conceituais distintos: a imagem-cristal e o problema do duplo temporal em Gilles Deleuze; as questões ligadas à supermodernidade e ao não lugar em Marc Augé; e a temporalidade decorrente das estruturas de agressão de Noël Burch. A partir destes referenciais, identificamos no filme as figuras do tempo especular, do presente esvaziado e do presente brutalizado.

É preciso considerar as dificuldades de se trabalhar com fontes bibliográficas de natureza e área diferentes como a filosofia de Gilles Deleuze e a antropologia em Marc Augé. Particularmente com relação a Deleuze, às dificuldades normalmente encontradas soma-se o projeto de superação da representação que anima a obra do filósofo. Em *Platão e o simulacro*, texto de *Lógica do sentido* (2000), Deleuze faz uma leitura nietzschiana de Platão ao propor a reversão do platonismo pela emergência dos simulacros e pelo desfazimento da hierarquia entre modelo e cópia. Seu projeto considera a crítica nietzschiana como o cerne de sua própria crítica à representação — “a história do longo erro é a história da representação” (DELEUZE, 1988, p. 471). Uma revisão detalhada destes problemas está fora do escopo deste trabalho, no entanto, tais questões animarão implicitamente nossa argumentação.

Serras da desordem foi assistido por mim, pela primeira vez, no cinema, no ano de seu lançamento, quando causou-me viva impressão. Para este trabalho, recorri às antigas anotações realizadas naquela oportunidade, além da visualização do filme em plataformas digitais de compartilhamento de vídeo. A história de como o filme foi feito, todo o caminho desde o argumento inicial até seu corte final, a despeito de consistir um percurso interessantíssimo, não foi considerada neste trabalho. Tomei como objeto apenas o filme pronto e não as intenções que não se concretizaram, trabalhando sobre a minha experiência com o filme e sobre um repertório teórico que julguei mais apropriado à minha ideia, deixando em segundo plano até mesmo o ponto de vista do próprio Andrea Tonacci².

O filme tem um complexo percurso de ação. Acompanhemos um resumo cronológico dos eventos na ordem como aparecem. *Serras da desordem* recria o périplo de Carapiru, indígena da etnia awá-guajá, um dos únicos a sobreviver ao massacre de sua tribo no Maranhão em 1978. Carapiru escapa à chacina e inicia uma errância solitária pelo interior do Brasil que durará aproximadamente uma década, sobrevivendo em simbiose com as comunidades rurais, mas sempre evitando o contato direto. Sua epopeia termina ao entregar-se aos moradores de uma pequena comunidade do município de Angical, no Extremo Oeste Baiano. A notícia chega às autoridades e são realizadas incursões com o intuito de resgatá-lo, mas Carapiru resiste, quer continuar a viver na comunidade que, por sua vez, o adota. O indígena e a comunidade são, enfim, convencidos e Carapiru passa a ser tutelado por alguns dias pelo sertanista Sydney Possuelo. Sua aventura ganha notoriedade pela mídia da época. A história de Carapiru tem uma reviravolta quando Benvindo, um dos tradutores chamados para identificar seu grupo de origem pela língua falada, o reconhece como seu pai — Benvindo é outro integrante a ter sobrevivido ao massacre

¹ Créditos do filme podem ser acessados no site da Cinemateca Brasileira em: <http://bases.cinemateca.gov.br/cgi-bin/wxis.exe/iah/?IsisScript=iah/iah.xis&base=FILMOGRAFIA&lang=p&nextAction=Ink&exprSearch=ID=035027&format=detailed.pft>

² Sobre o processo de realização de *Serras da desordem*, consultar a entrevista de Tonacci concedida a Daniel Caetano (CAETANO, 2008).

da tribo. O filme reconstitui, lançando mão de dramatizações do passado e de filmagens documentais, tanto o massacre e as circunstâncias de seu resgate, quanto seu reencontro atual com as pessoas que acompanharam de perto seu drama, além de filmá-lo em seu cotidiano na tribo onde atualmente vive. Mas o indígena parece deslocado do ambiente de sua nova tribo. Em meio a um desentendimento entre Carapiru e alguns awá-gujá, o indígena se aborrece, se despe de suas roupas, pega suas armas e some na mata ao redor da aldeia, encontrando ali a equipe de filmagem do filme.

O tempo especular

Serras da desordem é um filme complexo no que tange às diferentes questões temporais postas em jogo. Há um primeiro nível que é o da encenação do passado, do massacre da tribo da etnia awa-gujá à qual Carapiru pertence. Tomemos a sequência do cotidiano da tribo, logo após a sequência inicial do filme. Em deslocamento pela mata à procura de um novo local onde se instalar, os indígenas fixam-se, sem que o saibam, próximos a uma área onde os interesses da civilização industrial já se fazem sentir. A longa sequência de quase dezoito minutos com o cotidiano do agrupamento indígena é finalizada com o massacre da tribo por um grupo armado. A rotina dos indígenas está em cores, e mesmo a preparação do grupo armado, o rapto do filho de Carapiru e o retorno do jovem Carapiru à tribo quando ouve os tiros estão em cor. No entanto, o momento do massacre é filmado em preto e branco (P&B)³. O que até então surgia no filme como encenação do passado — todo o período (em cor) antes da tribo ser dizimada —, assume, pela opção do P&B apenas para os planos que mostram o ataque, um caráter de estranhamento, cuja solução se dá pela assunção da dimensão bitemporal sobre toda essa sequência, na qual um passado e um presente se imbricam no interior das mesmas imagens da tribo indígena que atua em seu próprio cotidiano. A coabitação entre as duas extremidades do tempo que faz girar sobre a imagem um passado e um presente pela alternância entre imagens P&B e em cores (e entre diferentes faturas da imagem⁴), garante a *Serras da desordem* uma de suas marcas mais complexas e identificáveis⁵.

O que foi posto em jogo nessas primeiras imagens de *Serras da desordem* acaba por sonar a incerteza quanto às coordenadas temporais em todo o resto do filme. Antes de Carapiru chegar à comunidade que o acolheu, vemos planos em P&B da perambulação do indígena após o massacre. É o filme que promove seu reencontro décadas mais tarde com os antigos habitantes do pequeno distrito, com imagens, agora, em cores (em 41min41seg). Mas é a comunidade atual — da qual fazem parte tanto as novas gerações que não conheciam Carapiru quanto aqueles que testemunharam os eventos passados, agora bem mais velhos — que encena a chegada do indígena no passado. Com o malogro do funcionário do Incra⁶ que viera resgatar Carapiru, o Estado envia os sertanistas Sydney Possuelo e Wellington Figueiredo com a mesma missão, ambos interpretando a si mesmos. Possuelo procura por Carapiru e o encontra junto à janela de uma escola da comunidade. Todas essas sequências estão em P&B, em contraste com o

³ Como muitos procedimentos do cinema, a convenção de que as imagens em P&B estariam associadas ao passado, enquanto as imagens em cores montadas em sequência ou fazendo parte do mesmo contexto dramático expressariam o presente, é arbitrária, baseada, talvez, na própria evolução do cinema.

⁴ Foram utilizados em *Serras da desordem*: negativos Kodak Vision 250 — 5246 e Eastman Double X — 5222; câmeras de cinema (Arriflex BL 35 Evolution e Arriflex 35 IIC), MiniDVD Digital (Sony DCR-VX 1000, Sony DCR-VX 2000 e Sony Ccd Trv66 H18) e HHB Portadat PDR 1000TC (informações dos créditos finais do filme).

⁵ Entrevistas de Tonacci dão conta de que as imagens em P&B em *Serras da desordem* foram pensadas como uma forma de expressar a interioridade de Carapiru, demarcando sua diferença frente às imagens objetivas do filme (OLIVEIRA, 2008, p. 77). No entanto, pareceu-nos que a bifacialidade temporal não poderia ser descartada do filme tal como existe, nem as imagens em P&B de *Serras da desordem* se justificariam exclusivamente pelo recurso ao subjetivo (um exemplo seria, justamente, o ataque à tribo de Carapiru, realizado em P&B, sendo uma das raras cenas em que o indígena não presencia), daí insistirmos nesta leitura.

⁶ Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária.

que se segue em cores. Carapiru visita a atual escola do distrito, imagens que antecedem as entrevistas com os moradores mais antigos falando sobre a chegada do indígena à comunidade. Seguem planos, ainda em cores, onde Carapiru confraterniza com os moradores do distrito, dança, ensina a usar o arco e a flecha etc. Mas algo muda inesperadamente. Há um corte abrupto entre o plano de conjunto em cores enquadrando os habitantes da comunidade e o subsequente close-up em P&B de Carapiru (em 1h10min27seg) com o rosto angustiado (o corte na imagem é acompanhado do corte no som, que passa do murmurinho ao quase silêncio): as mesmas pessoas do plano passado estão neste plano, no mesmo cenário de antes, mas agora a imagem está em P&B e encenam a partida de Carapiru ocorrida no passado. A viagem de carro à Brasília, ainda em P&B, mostraria o resgate do indígena no passado, mas os planos tornam-se coloridos no meio da sequência e uma atmosfera de atualidade (dada também pela música e pelo cenário visto da janela do automóvel) toma a sequência⁷. Assim, a simples alternância entre planos P&B e em cores ganha nova potência ao incluir o jogo entre o passado e o presente pela continuidade dos elementos contidos no interior dos planos com descontinuidade da mise-en-scène⁸.

Mas há passagens em que a indefinição entre passado e presente é ainda mais dúbia, nas quais não apenas há continuidade dos elementos contidos nos planos como continuidade da mise-en-scène. Como a sequência em que um porco é flechado por Carapiru, ou a sequência da cachoeira⁹, formalmente bem mais complexa. Mas a sequência da cozinha (de 50min19seg a 56min42seg) parece ser ainda mais paradigmática quanto à questão. Ela se inicia com uma bela fusão entre a imagem de uma armação de secagem de peixe e o madeirame do telhado da casa da família que hospedou Carapiru. Participam da sequência a matriarca da família, que prepara o almoço, Carapiru, as duas jovens filhas do casal e algumas crianças bem novas. Em nenhum momento a mise-en-scène é interrompida: vemos imagens que exibem um contínuo de pequenos gestos cotidianos (salvo a inserção de alguns planos de um filme em P&B¹⁰), tendo como diferencial entre eles a alternância entre imagens em P&B e em cores. O último plano desta sequência, em cores, mostra Carapiru e a família confraternizando-se. A sequência seguinte, em P&B (em 56min43seg), se inicia com a matriarca saindo da cozinha (com a mesma roupa e corte de cabelo da sequência anterior), levando o almoço para a mesa onde se encontram sentados os membros da família e Carapiru. Ao contrário da sequência anterior, nesta há claramente uma encenação

⁷ Evidentemente, há momentos no filme nos quais a convenção que estabelece P&B para imagens do passado e cor para imagens do presente é tomada como referência. Como na corrida de Carapiru por um longo caminho de terra batida (em P&B, 33min46seg), metaforizando sua perambulação solitária após o massacre de sua tribo. No depoimento (em cores) do casal que hospedou Carapiru em Angical. Na passagem entre a sequência da reconstituição da captura de Carapiru pela comunidade de Angical, em P&B, e o reencontro de Carapiru, décadas mais tarde, com os moradores da comunidade, em cor. Ou ainda, na sequência de Carapiru na casa de Sydney Possuelo: levado para Brasília, o indígena hospeda-se durante algum tempo na casa do sertanista. As imagens no presente, da visita à família de Possuelo promovida pelo filme, são coloridas, mas quando recordam questões do passado, como o fato dele esconder comida por medo da escassez, ou de quando chegou doente e se negava a ser medicado, seguem a convenção do P&B.

⁸ Mise-en-scène é uma expressão francesa que significa, literalmente, pôr em cena. seu significado consagrado em cinema envolve a noção abrangente de organização geral do espaço e do tempo em uma filmagem, isto é, a concepção geral do filme, o que inclui a composição visual (cenário, objetos de cena, iluminação, relação entre a câmera e o espaço filmado etc.), a noção de ritmo impresso no material filmado (duração da cena filmada), a interpretação de atores etc.

⁹ Valeria a pena decuparmos esta sequência por sua complexidade: em 34min12seg vemos planos gerais em P&B de Carapiru que ressurgem em meio ao cerrado brasileiro após seu périplo. O filme passa, então, a uma sucessão de cinco planos bem curtos de uma cachoeira (em cores); um plano de Carapiru próximo à cachoeira (em P&B, com continuidade de som); outro plano da cachoeira (talvez imagem de arquivo, em P&B) em fusão com um plano mais longo em travelling enquadrando a (mesma?) cachoeira também em P&B e que, ao final do movimento, enquadra Carapiru. Segue, então, um rápido plano colorido da cachoeira (com um movimento giratório em hélice), sucedido por um plano em P&B (com o mesmo movimento giratório) de Carapiru de costas, seguido de um plano do indígena ainda de costas em P&B e com o mesmo movimento, mas com enquadramento mais fechado. Após estes planos, mais cinco planos coloridos e de curta duração, com fusões entre eles, da cachoeira.

¹⁰ Apesar dos esforços, não nos foi possível localizar as referências desse filme.

do passado, já que a matriarca fala como se o indígena ainda morasse com eles: “ele [Carapiru] não vai não, Luiz. Não vai querer que levam [sic] ele não. Quero que ele fique aqui”. E dirigindo-se para Carapiru: “vai ficar aqui mais nós, né?”

O tempo especular: o cristal

A alternância entre passado e presente em *Serras da desordem* expressa uma imagem dupla, espelho ou caleidoscópio, estrutura fundamental que sustenta todo o filme. Com efeito, das opções de fatura das imagens aos procedimentos de montagem, *Serras da desordem* é um filme pródigo em produzir imagens que Gilles Deleuze nomeia como imagem-cristal. Mas o que seria uma imagem-cristal? Encontramo-la na “unidade indivisível de uma imagem atual e de ‘sua’ imagem virtual” (DELEUZE, 1990, p. 99)¹¹. Em um primeiro momento, consideremos a relação entre o atual e o virtual como sendo da ordem do tempo: o atual está no presente que passa, enquanto o virtual é o passado que se conserva e que insiste sobre o presente como memória. Mas, justamente, é preciso que a imagem cristalina “seja presente e passada, ainda presente e já passada, a um só tempo, ao mesmo tempo. (...) O passado não sucede ao presente que ele não é mais, ele coexiste com o presente que foi” (DELEUZE, 1990, p. 99)¹². Não seria este o caso de *Serras da desordem*, no qual a encenação do passado e a experiência presente giram uma ao redor da outra? Não há imagens do passado que se atualizariam em um novo presente a partir das lembranças de Carapiru, como em um flashback, mas a convivência indiscernível entre passado e presente na realidade proposta pelo filme.

Em contraposição aos circuitos extensos das lembranças psicológicas ou dos sonhos, a imagem-cristal contrai-se, justamente, no menor circuito entre as imagens, “que cola a imagem atual a um tipo de duplo imediato, simétrico, consecutivo ou até mesmo simultâneo” (DELEUZE, 1990, p. 87), isto é, sua imagem virtual imediata como reflexo da imagem atual. Há, portanto, “‘coalescência’ entre os dois. Há formação de uma imagem bifacial, atual e virtual” (DELEUZE, 1990, p. 87 e 88). Trata-se de uma descrição que retorna não a um objeto, mas que absorve e (re)cria constantemente seu próprio objeto: a cada retorno, a trajetória de Carapiru surge não como decifração, mas como enigma, já que as duas faces da imagem-cristal, o presente atual e o passado virtual, embora se distingam, não param de trocar de papel. Afinal, onde acaba a reconstituição ficcional do passado, da vida de Carapiru na comunidade de Angical, e onde se inicia o registro do vivido, o documentário sobre a visita do indígena à mesma comunidade que o acolheu?¹³ São imagens nas quais encontramos “um avesso e um direito perfeitamente reversíveis” (DELEUZE, 1990, p. 89). Por isso se diz serem imagens duplas, especulares,

¹¹ As relações entre o atual e o virtual permeiam o pensamento de Deleuze explícita ou implicitamente, constituindo-se como uma importante demarcação em suas obras (cf. ALLIEZ, 1996; LÉVY, 1996; ZOURABICHVILI, 2004). “A questão de Deleuze terá sido sempre a de uma imagem material e virtual-atual do Ser-Pensamento, de rizoma e de imanência” (ALLIEZ, 1996, p. 40).

¹² Pierre Lévy (1996) distingue o atual e o virtual do real e o possível. O real constitui-se pela dimensão a mais abrangente e imediata. O possível é o que ainda não se tornou real, embora seja pré-determinado pelas contingências onde se realiza, sendo sua realização necessariamente por semelhança (representação). Já a relação entre o atual e o virtual se dá por diferenciação. O virtual não é pré-determinado, mas tem realidade. “Do ser do sensível ao sensível ele-mesmo, do visível a sua condição, se é conduzido a um virtual que não é menos real que atual” (« De l'être du sensible au sensible lui-même, du visible à sa condition, on est reconduit à un virtuel qui n'est pas moins réel que l'actuel » (MARTIN, 2005, p. 60 – tradução nossa). O virtual é pura potência (virtual vem do latim virtus, derivando virtualis: força, potência (LALANDE, 1999)) que coloca em cheque as identidades. Por isso a atualização de uma virtualidade enseja o surgimento do novo, é da ordem da criação. “Uma produção de qualidades novas, uma transformação das ideias, um verdadeiro devir que alimenta de volta o virtual” (LÉVY, 1996, p. 16 e 17). Na verdade, o atual é o ponto presente sobre o qual incide uma nuvem de virtuais em direção à singularidade. “Todo atual rodeia-se de círculos sempre renovados de virtualidades, cada um deles emitindo um outro, e todos rodeando e reagindo sobre o atual” (DELEUZE, 1996, p. 49).

¹³ “Nunca sabemos qual Carapiru vemos na tela: o ator ou o personagem? Ambos, ou nenhum dos dois, nunca, plenamente?” (COHN, 2008, p. 43-44).

imagens de encenação por excelência, do ator e seu papel — ou, de uma forma mais condizente ao filme, dos não atores de *Serras da desordem*: quem se atualiza em cena e quem assombra enquanto virtualidade o material filmado, a vida cotidiana ou sua encenação?¹⁴

A imagem e seu reverso são constituídos pelo par atual/virtual que, por sua vez, pode transmutar-se em novos avatares que encarnam, a cada vez, a mesma relação bifacial. É o mesmo circuito que passa, agora, igualmente pelos pares límpido/opaco e germe/meio. Embora continue tributária do tempo, a relação entre o atual e o virtual ganha, assim, novas características que já não a restringem ao presente e ao passado. Com efeito, o importante é a relação cristalizável, a imagem instável especular, bifacial, onde a coalescência entre suas duas faces distintas tendem a trocar de papéis entre si, tornando-se indiscerníveis. De todo modo, a imagem-cristal não é apenas o menor circuito atual/virtual, mas engloba a dimensão completa do tempo, “o pequeno germe cristalino e o imenso universo cristalizável” (DELEUZE, 1990, p. 102), na bifurcação do próprio tempo entre o presente que força, com sua passagem, o surgimento do futuro, ao mesmo tempo em que se conserva como passado assim que deixa de ser. “O tempo consiste nessa cisão, e é ela, é ele que se vê no cristal. A imagem-cristal não é o tempo, mas vemos o tempo no cristal. Vemos a perpétua fundação do tempo, o tempo não cronológico dentro do cristal” (DELEUZE, 1990, p. 102). E o que vemos no cristal é o tempo em sua integridade — Deleuze diria, vemos a imagem-tempo direta, e não uma representação do tempo.

A grande estrutura especular de *Serras da desordem* tem sua expressão germinal na primeira sequência do filme, na qual Carapiru encontra-se sozinho na mata descansando sobre folhas de palmeiras após acender uma fogueira. Esta sequência conecta-se à penúltima sequência (antes da fala final do indígena) em um grande circuito que contém todo o périplo de Carapiru: o indígena encontra a equipe do filme no meio da mata para filmarem o que viria a ser montado como a primeira sequência, sendo que todo o dispositivo de filmagem, câmeras, equipe, instruções técnicas, é, assim, mostrado.

Deleuze parece ter predileção pela relação entre o germe e o meio, entre o pequeno núcleo e o cristal que cresce ao seu redor, quando discorre sobre o tema do filme dentro do filme¹⁵. Ao evidenciar de maneira heteróclita e instável que há níveis temporais diferentes de encenação nas mesmas imagens, ao não escamotear a opção pela reconstituição de eventos históricos com as próprias pessoas que passaram pela experiência que se deseja recriar, *Serras da desordem* se assume como um filme que documenta sua própria epopeia (filme sobre o filme que se faz) que é acompanhar seu personagem principal, Carapiru, tanto pela recuperação da memória do massacre e dos acontecimentos a ele ligados quanto pela introdução do indígena novamente a estes mesmos lugares décadas mais tarde.

¹⁴ A imagem especular, o espelho, é a imagem-cristal por excelência. Mas as imagens especulares, bem como o conjunto ator/personagem, de maneira alguma esgotam os territórios da relação atual/virtual. Deleuze, recorrendo à obra do escritor Herman Melville, adiciona aos dois elementos anteriores o navio e suas duas faces cristalinas: a de cima, visível e subordinada à ordem e às hierarquias, e a de baixo, abaixo da linha d'água. “Mas parece que a face límpida atualiza uma espécie de teatro ou de dramaturgia que se apodera dos próprios passageiros, ao passo que o virtual entra na face opaca, e se atualiza por vez nos acertos de contas entre foguistas, na perversidade diabólica de um chefe de tripulação, na monomania de um capitão, na secreta vingança de negros rebelados. É o circuito de duas imagens virtuais que não cessam de se atualizar, e não cessam de se relançar” (DELEUZE, 1990, p. 93).

¹⁵ Com relação ao filme dentro do filme, Deleuze ressalta produções onde “o germe e o espelho são mais uma vez retomados, um na obra se fazendo, o outro na obra refletida na obra” (DELEUZE, 1990, p. 96). É até certo ponto surpreendente que Deleuze ressalte neste momento os filmes sobre o dinheiro como necessariamente fazendo parte do rol de filmes cujo tema é o filme dentro do filme. “Os filmes sobre o dinheiro já são, embora implicitamente, filmes dentro do filme ou sobre o filme”; “o filme é o movimento, mas o filme dentro do filme é o dinheiro, é o tempo. A imagem-cristal recebe assim o princípio que a funda: relançar sem descanso a troca dissimétrica, desigual e sem equivalência, dar imagem contra dinheiro, dar tempo contra imagens, converter o tempo, a face transparente, e o dinheiro, a face oculta, como um pão sobre sua ponta” (DELEUZE, 1990, p. 99).

O presente esvaziado

Deleuze herda de Henri Bergson (1990; 2005) a atenção à dimensão temporal que irá expressar nos dois livros do cinema. O tema geral do primeiro livro é a imagem-movimento e a representação do tempo no cinema, cronológico e ancorado no presente (DELEUZE, 1985); sendo o segundo livro centrado na imagem-tempo ou, de outra forma, na apresentação direta do tempo que afeta a imagem cinematográfica, tornando-a acronológica e sujeita às mais variadas séries divergentes e disjuntivas (DELEUZE, 1990)¹⁶. A imagem-cristal é o primeiro aspecto integral da imagem-tempo na argumentação deleuzeana. Como vimos, a imagem-cristal põe em jogo uma imagem bifacial onde vemos um passado e um presente coalescentes, toda a força do passado que inunda o presente. No entanto, seria preciso, neste momento, voltarmos nossa atenção para uma das faces da imagem especular, àquela centrada no presente, para que se possa inquirir sobre outras questões encontradas em *Serras da desordem*.

Isso nos leva ao problema da espacialidade. Marc Augé (2012) o retoma¹⁷ ao contrapor o lugar (*lugar antropológico*) ao *não lugar*. O lugar antropológico é a dimensão da (con)vivência e da memória, englobando o espaço doméstico e também o espaço público. O espaço público atua por linhas e interseção de linhas (cruzamentos, praças etc.) e pontos de condensação (os centros cívicos e religiosos, os monumentos enquanto expressão de perenidade, enfim, uma difusa rede social e de sentido que dá coerência às ações atuais pelas realizações dos antepassados). Seu estatuto é ambíguo, dependente das relações estabelecidas com os outros e com o território: mesmo que nele se atue a partir de formatos reconhecíveis (pelos marcos que o definem como histórico, identitário e relacional), e que sua desapareição estabeleça-se como uma crise, trata-se de um espaço tanto concreto quanto simbólico, parcial ou mitificado.

A questão central da crítica de Augé está nas mudanças trazidas pela aceleração do tempo e desestruturação da vida cotidiana pelas exigências do capitalismo contemporâneo. De fato, a crescente pressão pelo consumo, a fluidez do capital internacional e a circulação de pessoas (tanto pela facilidade de deslocamento quanto pelas ondas migratórias), entre outros fatores, promovem a perda das referências e o descolamento do indivíduo de seu território. Augé chama esta fase do capitalismo de supermodernidade, identificando no não lugar seu lócus privilegiado que surge da desarticulação do lugar antropológico. Três figuras de excesso definiriam a percepção na supermodernidade. A primeira figura é da ordem do tempo, a superabundância factual, que atinge a compreensão do presente, fazendo-se com que se busque incessantemente o sentido da conjuntura. A segunda, a superabundância espacial, causadora de um efeito de compressão relativa do espaço pela rapidez dos meios (de transportes, por exemplo), mas, mais perturbadoramente, pela simultaneidade entre o

¹⁶ Deleuze identifica a imagem-movimento, grosso modo, ao cinema clássico, enquanto a imagem-tempo surgiria com o cinema moderno. A distinção entre a imagem-movimento e a imagem-tempo não é apenas nominal, já que se constituem como imagens de natureza diferente. Isso ecoa a diferenciação de natureza e não de intensidade que Henri Bergson traça em *Matéria e memória* (1990) – sobre a qual Deleuze se apoia completamente em seus livros sobre o cinema – entre a percepção e a ação ligadas à matéria, de um lado, e a afecção de outro lado, próxima à dimensão temporal.

¹⁷ Os problemas concernentes à espacialidade surgidos pelo avanço da sociedade industrial foram abordados de outros pontos de vista. Michel Foucault — em seu texto *Outros espaços* (2012), ao trabalhar as heterotopias como esquecimento das diferenças em favor da afirmação do mesmo no processo de consolidação das formações sociais ocidentais, ressaltava a dimensão espacial como ponto focal da angústia vivida nas nações capitalistas do final do século XX. Por seu lado, Manuel Castells (2000), com o conceito de espaço de fluxos, pensa a organização espacial como o elemento dominante para a compreensão das formações sociais urbanas da contemporaneidade. Os espaços de fluxo relacionam entre si as dimensões informacionais (os dados transmitidos pela tecnologia da informação), sociais (os centros de decisão que formatam as redes de comunicação e dominância) e espaciais (o ordenamento do espaço ditado pelas organizações de comando associadas à elite financeira). Aos espaços de fluxo se oporiam os espaços dos lugares, onde a efetiva contiguidade física assegura a autonomia dos significados e das funções sociais nos lugares de habitação, de trânsito e de vivências. Há entre as duas instâncias toda sorte de demarcação social, de classe e de poder econômico-financeiro.

evento e sua midiaticização. E, por fim, a *individuação das referências*, supervalorização do si.

O contexto geral de *Serras da desordem* remete em suas linhas de força ao que Augé chama de supermodernidade. O massacre da tribo awá-guajá é a resposta atroz a uma incompatibilidade que o filme não cansa de exibir e que opõe a existência das culturas autóctones ao avanço irrefreável dos interesses que visam à exploração predatória — no contexto da ocupação desordenada da região impulsionada em grande parte pela construção da rodovia Transamazônica¹⁸. O período de tempo que engloba o périplo solitário de dez anos de Carapiru pelo interior do país é elidido em favor de uma série de planos rápidos (na verdade, um *clipe* de 29min54seg a 33min46seg embalado por um samba), um caleidoscópio que condensa a vida brasileira da época pela apresentação das ações dos governos militares e de seus efeitos na sociedade¹⁹.

Há, pelo menos, dois importantes elementos no filme que relacionam-se diretamente à supermodernidade. O primeiro é a televisão. É pela reportagem televisiva que tomamos conhecimento da interpretação midiática da época sobre o drama de Carapiru. Mas é também pela televisão que Carapiru toma contato com outro universo, o da compressão do espaço e do excesso de informação aos quais ele se submete na casa de Possuelo. É o mesmo efeito de caleidoscópio do clipe usado como expediente de passagem de tempo, só que desta vez é Carapiru quem observa com ar estupefato as imagens de revolta dos indígenas contra a inoperância da Funai²⁰ na proteção dos indígenas contra grileiros, garimpeiros e madeireiros e no levantamento de barricada sobre os trilhos para tentar impedir um trem de passar. Justamente, o segundo elemento é o trem. No final do século XIX, as locomotivas simbolizavam a ideia de progresso nos países capitalistas centrais. No filme, o trem aparece de duas formas, como meio de transporte que encurta distâncias e, principalmente, como presença de um poder exógeno e avassalador. A imagem de um trem cargueiro de uma companhia mineradora sobre uma via férrea que atravessa terras indígenas (em 17min50seg) é a primeira inserção de um elemento externo à vida da tribo de Carapiru a aparecer em quadro. O trem aqui não expressaria nada equivalente à ideia de progresso (de todo modo, uma ideia positivista, mas que esteve em voga durante a fase desenvolvimentista do período militar), mas de dissolução da vida tradicional.

A contração da experiência genuína a coordenadas espaciais desligadas de lastros afetivos e a temporalidades que impõem uma presentificação esvaziada levaria a supermodernidade a articular-se por não lugares a partir da circulação majorada de pessoas e bens de consumo, constituídos notadamente por espaços de estoque (os resorts, mas também os campos de refugiados, as terras invadidas etc.) e espaços de trânsito (autoestradas, aeroportos, centros comerciais, caixas automáticas etc.). A terra devastada que antes abrigava a floresta torna-se o não lugar do périplo de Carapiru. Justamente, são as relações codificadas e as identidades constituídas que se diluem no não lugar que o indígena ocupa. Sua historicidade se ausenta na mesma proporção em que seu presente se esvazia e o espaço onde perambula torna-se transitório por excelência, pois nele já não se condensam nem

¹⁸ Os conflitos pela posse e exploração da terra ao redor da Transamazônica datam do período de sua construção durante os governos da ditadura (PEREIRA, 2013). Já o Relatório analítico das atividades de pesquisa da CAI Transamazônica traz um levantamento sobre as condições da região neste século (CALVI; ALVES; NASCIMENTO, 2011).

¹⁹ Este é um dos melhores exemplos da montagem repleta de nuances, comentários visuais e planos surpreendentes de *Serras da desordem*, com imagens da destruição da floresta, da abertura da Transamazônica e do filme Iracema, uma transamazônica (1974), de Jorge Bodanzky e Orlando Senna; da repressão a manifestantes, do general Newton Cruz aos berros e da morte do capitão Carlos Lamarca; de indígenas, de trabalhadores e de garimpeiros em Serra Pelada; de enormes navios, portos e de trens de carga levando minério de ferro; de hidroelétricas, da produção industrial e de notas de dinheiro que voam ao vento; da criação de animais para fins comerciais; do funeral coletivo de trabalhadores mortos e do rosto de Cristo horrorizado; do candomblé e de interiores de igrejas barrocas; da multidão em um estádio de futebol e de um comício do ex-presidente Lula; de escolas de samba e bailes de carnaval; de edifícios e de favelas; e, enfim, do presente e do passado do Rio de Janeiro.

²⁰ Fundação Nacional do Índio.

a memória coletiva, nem os laços interpessoais de sua comunidade. “Um mundo assim prometido à individualidade solitária, à passagem, ao provisório e ao efêmero” (AUGÉ, 2012, p. 74).

O espaço constituído sob os signos da impessoalidade, da passagem e do puramente funcional (aeroporto, autoestrada, supermercados, etc.) define o não lugar tanto quanto as conexões fluidas ali mantidas²¹. Mas, em última instância, são as conexões que definirão os limites entre o lugar e o não lugar, que se interpenetram de acordo com relações que lhes atribuímos e as funções neles constituídas. Ambos, lugar e não lugar, são “polaridades fugidias: o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente — palimpsestos em que se reinscreve, sem cessar, o jogo embaralhado da identidade e da relação” (AUGÉ, 2012, p. 74). São todas as passagens fluidas que Carapiru experimenta: integrado à comunidade que o acolheu, mas impossibilitado de comunicar-se na língua de seus habitantes; deslocado na tribo onde foi inserido, embora comungue com seus integrantes uma cultura de base; etc.

Convivendo com uma insistente desconexão com a sua memória e tendo o espaço à frente como cenário de seu próprio trânsito, Carapiru ocupa seu particular excesso de desconexão em relação aos sucessivos espaços com os quais mantém pouca ou nenhuma conexão identitária — Brasília, o espaço criado pela equipe de TV, o set de filmagem, a casa do sertanista (e seus dispositivos aos quais o indígena não sabe usar, vaso sanitário, talheres etc.) —, não lugares nos quais se torna um contemplador de sua contemplação, “como se a posição do espectador constituísse o essencial do espetáculo, como se, definitivamente, o espectador, em posição de espectador, fosse para si mesmo seu próprio espetáculo” (AUGÉ, 2012, p. 81). Por isso, “o espaço do viajante seria, assim, o arquétipo do não lugar” (AUGÉ, 2012, p. 81). Seja como viajante ou observador imóvel, imerso em um presente perpétuo e vazio, Carapiru ocupa a série dos não lugares pelos quais transita ao longo do filme (sendo a própria perambulação imposta a Carapiru pelo filme que se realiza o mais candente não lugar ocupado por ele), experimentando a solidão advinda do esvaziamento dos sentidos (histórico, identitário e relacional) atribuível tanto ao espetáculo quanto a ele próprio como espectador de si.

O presente brutalizado

Carapiru teve uma chance com a comunidade que o acolheu. Sua volta, promovida pelo filme, realiza-se como um encontro entre velhos amigos: ele interage com os antigos moradores, mostram-lhe fotografias onde aparece ao lado dos locais, passeiam e tomam banho de rio com ele. Repete-se, assim, a mesma ambiência que Carapiru tinha com seu grupo indígena original nas imagens do início do filme. Mas a comunidade não é realmente sua, ele é estrangeiro quanto aos costumes das pessoas do lugar — o casal que o acolheu em sua casa fala de suas andanças desnudo. Há sinais de que algo não vai bem. O filme o acompanha em sua volta para a comunidade indígena onde passou a morar depois de ter sido resgatado, vemo-lo no avião e no trem. Está enfadado e parece perdido nesses ambientes que confirmam a força desestruturante dos não lugares. *Serras da desordem* opta pelas dubiedades típicas da imagem cristalina, o que não impede de apresentar os fatos ocorridos (e aqueles que ocorrem) pela sua face límpida, mas algo claramente escapa ao filme, há uma face opaca no reverso do cristal. Os diversos aspectos que caracterizam a imagem-cristal em *Serras da desordem* parecem encontrar seu centro numa opacidade habitada por Carapiru, na flagrante vacuidade de seu presente. Mesmo que o germe (do filme em construção) resulte numa imagem inequivocamente especular, é ao redor da indiscernibilidade entre a face opaca e a límpida da figura de Carapiru que o filme constrói

²¹ Os não lugares se estabelecem, ainda, pela explicitação de ordenamentos linguísticos: palavras, textos ou símbolos que prescrevem, proíbem ou mesmo informam (como as placas de trânsito ou os avisos que normatizam as condutas). Tais ordenamentos promovem constantes interações com pessoas morais institucionais e idealizadas (AUGÉ, 2012, p. 89).

alguns procedimentos que Nöel Burch chamava de estruturas de agressão.

Burch (1992) estudou o uso pelo cinema de mecanismos de agressão à sensibilidade do espectador “como uma forma de componente estrutural” (BURCH, 1992, p. 153). A dor moral e mesmo a dor física (por exemplo, causada por certos expedientes de montagem que agridem a sensibilidade do aparelho ocular humano) seriam elementos a serem trabalhados no cinema tendo em vista proporcionar uma experiência estética, com a condição de que o resultado surgisse não de um empirismo inconsciente, mas de uma estrutura intelectualmente concebida. O resultado seria uma onda de choque filmica, como a preconizada por Sergei Eisenstein em seu cine-punho, o que diria “mais respeito à forma do que à criação de uma atmosfera onírica” (BURCH, 1992, p. 153). O importante seria a forma (isto é, o modo como um conteúdo é apresentado, sendo forma e conteúdo interdependentes e mesmo indissociáveis entre si) e o sentido de abstração que presidiriam os efeitos estéticos (em grande parte, rítmicos) advindos das estruturas que trabalham com o mal-estar do espectador a partir da agressão e da violência.

No carro (plano em P&B, som ambiente, *1h15min57seg*), após ser resgatado pelos sertanistas Sydney Possuelo e Wellington Figueiredo, Carapiru sorri, está sem camisa, demonstra serenidade. Mas seu rosto rapidamente se transforma após Figueiredo comentar sobre o indígena: “olhar longe, perdido... Sabe lá pra onde vai, né? O que que passa na cabeça dele?” Uma música de fundo surge e toma todo o espaço sonoro. Carapiru ocupa o mesmo carro, este plano é continuação do anterior, mas agora ele veste uma camisa. A tarde cai e o rosto de Carapiru torna-se cada vez mais tenso, fechado, enquanto veículos, principalmente caminhões de carga, passam em sentido contrário. Em meio à terra devastada de sua cobertura vegetal original, surgem incêndios cada vez maiores. Carapiru parece cansado e seu rosto passa a impressão de que lhe escapa o sentido do que faz ali, participando de uma filmagem. Nota-se nele o mesmo desconforto e olhar perdido que exibe em sua volta para casa: em uma ótica do aeroporto onde seu filho compra óculos escuros, no saguão do aeroporto enquanto espera embarcar ou na cabine do avião em voo. A câmera não hesita em enquadrá-lo nesses instantes de desalento.

Mas em nenhum momento do filme Carapiru parece tão aturdido quanto na sequência onde perambula pelo Eixo Monumental de Brasília (em *1h30min21seg*). Sozinho em cena, ele olha ao redor angustiado, ou mesmo contrariado, esfrega o rosto e fala em sua língua, compondo uma imagem que remete ao delírio (o que é realçado pela música de fundo). No elevador da Torre de TV de Brasília, Carapiru está acuado, enquanto a câmera o encara frontalmente em um close intimidador. No mirante, o indígena olha a cidade abaixo enquanto, em um plano detalhe, sua mão bate de maneira tensa no parapeito da torre. Carapiru aparece com o corpo curvado, de costas para alguns turistas, e volta a bater a mão no parapeito nervosamente, enquanto olha para o lado parecendo procurar algo. A sequência parece saltar do filme, não contribui para elucidar a epopeia de Carapiru, sua função está na própria dramaturgia imposta a ele, o que pressupõe algum constrangimento tanto ao indígena quanto ao espectador. Sintomaticamente, a sequência é precedida de um plano independente de uma tomografia computadorizada de um cérebro (em *1h30min19seg*) como um aviso antecipatório que, aliás, já fora preconizado pelo sertanista: “o que que passa na cabeça dele?”

Se na sequência de Carapiru em Brasília temos o indígena confuso e tenso, em sua tribo de adoção, para onde fora levado em definitivo, seu estado de espírito está mais próximo da depressão. O filme intercala (em *1h43min18seg*) imagens de Carapiru voltando para casa com imagens de uma reportagem de televisão da época sobre sua inserção nessa comunidade indígena. Pela narração em off da reportagem, ouvimos que Carapiru sorri, é bem recebido e parece feliz por voltar a viver em uma tribo da etnia awá, onde viveriam outros indígenas de sua região original. A sequência é sucedida por planos dos indígenas tomando banho de rio, imagens que provavelmente fazem parte do mesmo conjunto de takes montados no início do filme e que remetem ao convívio harmonioso entre os

membros da tribo original de Carapiru – em mais um exemplo de imagem especular.

Mas o que se configurava como uma volta à vida idílica que Carapiru levava antes do massacre revela-se ilusório (a sequência se inicia com uma placa onde se lê a palavra perigo). As imagens da aldeia indígena, a princípio banais e desoladoras, mostram cada vez mais uma ambiência hostil e perturbadora para uma audiência não indígena ou fora de contexto, criando um evidente mal-estar em quem as assiste: crianças vestindo longas camisas maltrapilhas, um menino simula dar um tiro de rifle em alguém deitado na rede, uma pilha de macacos é assada e têm a pele raspada, um criança pega um macaco morto pelo rabo e bate no chão, um plano detalhe mostra os macacos já assados, vários cachorros sofrem maus tratos, um bebê que ainda não sabe andar porta um facão quase do seu tamanho, uma criança ameaça a outra com um facão e uma menino atinge a lente da câmera com uma flecha em sua mão. O contraste com a maneira como a aldeia do início do filme é filmada é flagrante.

Assim como a vida comunitária em sua nova aldeia, o cotidiano de Carapiru não é animador. O indígena é filmado invariavelmente sozinho, vive isolado dos demais e não interage com quem quer que seja, mesmo quando há alguém por perto. Em nenhum momento é surpreendido exercendo alguma atividade na aldeia e não parece integrado a qualquer grupo, nem mesmo nas celebrações e brincadeiras. Almoça solitariamente enquanto seus companheiros de aldeia fazem do almoço (os macacos) um evento coletivo. Sua postura corporal é de alguém acuado, sua figura, melancólica, refratária, e mais uma vez o filme o insere em uma zona opaca²². A única vez que aparece interagindo é no momento da discussão com outros indígenas, pouco antes de abandonar a aldeia, angustiado como o quati preso por uma corda a um tronco de árvore que o filme exhibe insistentemente. E como o animal preso, resta a Carapiru esta outra face do presente, seu transcorrer brutalizado²³.

Considerações finais

A opacidade da figura de Carapiru em outros momentos de *Serras da desordem* — em contraste com a face límpida do cristal quando ele mostra-se simpático e sociável — tem igualmente ligação com a incapacidade de comunicação. Não sendo falante em português, sua solidão em vários momentos do filme é o resultado da barreira linguística (na comunidade que o acolheu no passado, no contato com o sertanista Sydney Possuelo, etc.). Carapiru continuou ao longo da vida habitando apenas a sua língua, aprisionamento e último refúgio. Há momentos no filme em que é surpreendido falando sozinho, absorto, parecendo ter uma visão ou estar alucinando, como em uma cena na comunidade que o acolheu, encostado no batente da porta (em 46min35seg).

Se o jogo entre o opaco e o límpido bifurca a figura errante de Carapiru, o limite final do filme, seu invólucro maior, é igualmente cindido: a ficcionalização do passado em *Serras da desordem* é perenemente atravessada e confundida pelo impulso documental (no presente) que registra o retorno do indígena aos lugares onde esteve após ser resgatado por Possuelo, o que faz com que o filme evolua como um imenso cristal do tempo. Mas se a ideia de dissolução acaba sendo a mais pungente no filme é porque a discussão de uma supermodernidade nos moldes de Augé, tendo em vista as contradições sociais daquela região do país (e do Brasil como um todo), está menos ligada à exacerbação do acesso aos fatos ou à superabundância

²² Sobre Carapiru, escreve Ismail Xavier que “há uma zona de silêncio, uma opacidade (para nós) na sua vivência da cena. Há o teor enigmático da fisionomia, para além do que a sociabilidade mais direta requer” (XAVIER, 2008, p. 17).

²³ O isolamento e a tristeza com que Tonacci filma Carapiru nesse momento não corresponde, de fato, ao que o indígena vivia em sua comunidade de adoção. Foi uma opção dramática. Por exemplo: na cena em que Carapiru almoça sozinho enquanto seus companheiros comem os macacos, seu isolamento se deu por razões médicas, ele estava com tuberculose, como revelou o próprio Tonacci em entrevista, não estava excluído por alguma incompatibilidade social (COHN, 2008). Cohn ressalta em seu texto a fraqueza com que Carapiru aparece em cena, assim como o não protagonismo sobre sua própria história de vida perante o filme.

dos meios (embora tais fatores existam entre os extratos mais prósperos) do que à violência que dela resulta. É este o significado último da perda de referências que Carapiru precisa suportar, o que o impele a um presente esvaziado ou brutalizado do qual, seguramente, o sentido lhe escapa.

Referências

- ALLIEZ, Éric. **Deleuze filosofia virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 2012.
- BERGSON, Henri. **A evolução criadora**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- _____. **Matéria e memória**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- BURCH, Noël. Estruturas de agressão. In: BURCH, Noël. **Práxis do cinema**. São Paulo: Perspectiva, 1992, pp. 149-163.
- CAETANO, Daniel. Entrevista com Andrea Tonacci. In: CAETANO, Daniel (Org.). **Serras da desordem**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2008, pp. 97-138.
- CALVI, Miquéias Freitas; ALVES, Miranda Alves; NASCIMENTO, Huandria Figueiredo do. **Relatório analítico**: atividades de pesquisas da Célula de Acompanhamento e Informação do Território da Cidadania da Transamazônica. UFPA (Campus de Altamira), nov., 2011. Disponível em <<http://sit.mda.gov.br/download/ra/ra095.pdf>>. Último acesso em: 12/10/2018.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- COHN, Clarice. **Reflexões sobre Serras da Desordem**. In: CAETANO, Daniel (Org.). **Serras da desordem**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2008, pp. 43-57.
- DELEUZE, Gilles. **A imagem-movimento**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- _____. **A imagem-tempo**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- _____. **Diferença e repetição**. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- _____. **Lógica do sentido**. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- _____. **O atual e o virtual**. In: ALLIEZ, Éric. **Deleuze filosofia virtual**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996, pp. 47-57.
- FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos** – segurança, penalidade e prisão (vol. VIII). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.
- LALANDE, André. **Vocabulário técnico e crítico da filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.
- MARTIN, Jean-Clet. **La philosophie de Gilles Deleuze**. Paris: Éditions Payot & Rivages, 2005.
- OLIVEIRA, Rodrigo. Um outro cinema para uma outra humanidade. In: CAETANO, D. (Org.). **Serras da desordem**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2008, pp. 59-80.
- PEREIRA, Airton dos Reis. Colonização e conflitos na Transamazônica em tempos da ditadura civil-militar brasileira. **Clio – Revista de Pesquisa Histórica**, dossiê 1964 – releituras historiográficas. Universidade do Estado do Pará (UEPA), Belém, PA, n. 31.2, 2013. Disponível em <<https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistaclio/article/view/24452/19771>>. Último acesso em: 12/10/2018.

XAVIER, Ismail. As artimanhas do fogo, para além do encanto e do mistério. In: CAETANO, Daniel (Org.). **Serras da desordem**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2008, pp. 11-23.

ZOURABICHVILI, François. **Deleuze, una filosofía del acontecimiento**. Buenos Aires: Amorrortu, 2004.

Marcelo Paiva é pesquisador do PPG em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP), com bolsa de pós-doutorado PNPd/Capes. Doutor e mestre pelo PPGCOM da ECO-UFRJ (com estágio doutoral na Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3). Especialista em Arte e Filosofia pela PUC-RJ. Graduado em Cinema e em Jornalismo pela UFF. Um dos coordenadores do ST Teoria dos Cineastas da Socine. Um dos autores do livro *Cinema/Deleuze*. Diretor do filme *Chão de Estrelas*.

REDES DE IMBRÓGLIOS: A Regulação do Streaming no Brasil e suas Ambiguidades

NETS OF MISUNDERSTANDINGS: Streaming Regulation in Brazil and its Ambiguities

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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 MARTINS LADEIRA

Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, Paraná, Brasil. E-mail: joaomartinsladeira@gmail.com ORCID: 0000-0002-7381-6380

LEONARDO DE MARCHI

Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: leonardodemarchi@gmail.com ORCID: 0000-0001-5654-8938

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

LADEIRA, João Martins; MARCHI, Leonardo. **REDES DE IMBRÓGLIOS: A Regulação do Streaming no Brasil e suas Ambiguidades.** Contracampo, Niterói, v. 38, n.3, p. 68-79, dez. 2019/mar. 2020.

Enviado em 5/4/2019 / Revisor A: 30/5/2019; Revisor B: 22/6/2019; Aceito em 23/6/2019.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.28444>

Resumo

O texto versa sobre a proposta ainda pendente para regular o streaming no Brasil. Como ocorreu com a televisão segmentada, debate-se no on-line a institucionalização de incentivos legais para o audiovisual. Questão importante, foi conduzida de forma insatisfatória, com pouca atenção a problemas fundamentais. Pensando a ação dos Estados através de um diagnóstico sobre o contemporâneo pautado pelas ideias de redes informacionais, espaço de fluxos e tempo atemporal, o artigo converge duas questões. Por um lado, aborda o surgimento da proposta e o que dela se deixou de lado, recuperando a visão introduzida pela Ancine sobre o tema em 2015. Por outro, indica como um acontecimento anexo – a compra da Time Warner pela AT&T – pode introduzir dificuldades no cenário.

Palavras-chave

Tecnologias da Comunicação e da Informação; Streaming; Convergência Digital

Abstract

The text deals with the proposal, still in discussion, to regulate streaming no Brazil. As has happened with segmented television, it is being debated at the online the institutionalization of legal incentives to audiovisual. This important subject has been conducted unsatisfactorily, with small attention to fundamental problems. The article converge two questions, expecting to think on the action of States through a diagnosis on the contemporary guided towards the ideas of informational networks, space of flux and atemporal time. On the one hand, it deals with the emergence of the proposal and with what has been abandoned, recovering the vision introduced by Ancine on the subject in 2015. On the other, it indicates how a collateral event (the bought of Time Warner by AT&T) can introduce difficulties in the scenario.

Keywords

Information and Communication Technologies; Streaming; Digital Convergence.

Introdução

Em 11/2018, a discussão sobre a cobrança da Condecine (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional) sobre as plataformas de streaming retornou mais uma vez à cena (POSSEBON, 2018). Discutido há algum tempo, o tema contava agora com uma abordagem bastante dúbia. A Ancine (Agência Nacional do Cinema) – através de uma de suas diretorias, e não de seu colegiado – exigia destes empreendimentos informações sobre a atividade, na expectativa de fazer valer retroativamente o pagamento do tributo. Este caso possuía uma dimensão particularmente desconcertante. Afinal, a própria Agência já dispunha de orientações voltadas a subsidiar uma possível norma para o segmento, a qual – esperava-se – deveria ser enviada para o Legislativo a fim de se tomar uma decisão sobre o tributo.

Tal instante de incerteza se revela um momento adequado para analisar tal regulação sobre o streaming. Este artigo visa a subsidiar esta discussão, hoje com rumos bastante insatisfatórios num debate público pouco preciso. A cobrança da Condecine é indiscutivelmente relevante. O tributo alimenta o FSA (Fundo Setorial do Audiovisual), origem de boa parte dos esforços nacionais para a criação de conteúdo. Sua exigência decorre de uma necessidade prática: adequar uma tributação prevista na legislação às necessidades do streaming. Afinal, encontra-se inscrita na norma em vigor e precisará recair sobre o segmento cedo ou tarde¹. Contudo, os objetivos de uma regulação para a atividade ultrapassam em muito a cobrança de valores. Estes recursos representam parte de um projeto bem mais amplo que esta contabilidade.

Este texto² retoma analiticamente temas deixados de lado no imbróglio tributário. Pretende pôr em perspectiva a preocupação sobre o incentivo ao audiovisual, inserindo-a no contexto das normas em vigor. Não se pode debater o streaming sem este referencial. Esta norma ainda em gestação havia sido pensada como parte de um projeto bastante extenso sobre a criação local, envolvendo também o apoio a estratégias alternativas para a distribuição on-line de conteúdo. Compreender este ponto implica uma discussão sobre a relação mantida entre o streaming, a imagem num sentido mais amplo e as dinâmicas de poder da contemporaneidade. A incerteza refletida na discussão mais estreita retoma a indecisão sobre metas adotadas num certo instante apenas para serem depois abandonadas.

Apreender este cenário deixado de lado demanda a recuperação de uma história, que, embora recente, tem sido tratada em segundo plano. Para isso, esse artigo aborda as questões de fundo que motivaram o debate, retomando as deliberações da Ancine desde 2015 até este embate ocorrido no final de 2018. Tal debate versava sobre o caráter global destas plataformas e as tentativas de elaborar formas para lidar com este traço em termos de certo entendimento sobre como encarar o audiovisual e dos mecanismos para afirmar a sua importância. A tarefa orienta a primeira parte do artigo, demonstrando a natureza de um enfrentamento prematuramente esquecido: permitir a elaboração de conteúdo nacional para tais plataformas já existentes, mas também o surgimento de dispositivos menores, voltados a este mesmo material.

A partir daí, a segunda parte do texto exercita um outro esforço de problematização. O rumo continua o mesmo: põe-se a proposta para tal norma em contraposição a um cenário mais amplo, que ela mesma parece ignorar. Contudo, o pano de fundo remete agora não apenas ao histórico da regulação brasileira, mas

¹ A solução sugerida em 11/2018 opta por um caminho difícil de cumprir, inviável tanto para as operações de streaming de porte gigantesco quanto para as menores. No multicanal, o tributo incide sobre o total de obras disponíveis, e esta cobrança por títulos tornaria inviável os grandes catálogos típicos ao streaming. Quanto maior o acervo, maior o valor a se cobrar. Em qualquer plataforma, o tributo incidiria sobre todos os conteúdos existentes, tenham eles sido assistidos ou não. A cobrança se contrapõe ao excesso que define esta forma para a imagem. Segundo tais normas, a única operação de streaming viável seria aquela com um conjunto reduzido de títulos.

² Os autores gostariam de agradecer o apoio da Agência Estatal de Pesquisa (AEI), no âmbito do Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad del Ministerio de Economía y Competitividad de España, do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) da União Europeia (Projeto de pesquisa Diversidad Audiovisual Y Plataformas Online: el Caso Netflix [CSO2017-83539-R]), e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), dentro do Programa Nacional de Pós-Doutoramento (CAPES-PNPD).

a um evento que talvez a torne inútil. Uma das exigências desta lei emperrada está na expectativa de garantir que valham para o streaming todas as normas em vigor no Brasil. Desejo óbvio, esbarra num limite: o fato de algumas definições sobre aquilo que se constitui como uma operação de audiovisual submetida ou não às normas nacionais ter sido recentemente posta à prova durante uma operação capaz de redefinir os rumos do audiovisual: a compra da Time Warner pela AT&T.

Aparentemente distante deste caso, trata-se de uma aquisição de importância decisiva para a estruturação do audiovisual. Em nosso país, esta fusão ainda se encontra em discussão, frente à impossibilidade de ser realizada devido aos limites à propriedade cruzada contidos na Lei do SeAC (Serviço de Acesso Condicionado), nº 12.485, (BRASIL, 2011). Mas, como já ocorreu em outros momentos, alguns empecilhos, por maiores que sejam, não se mostram um problema: sempre há um Josué para pôr abaixo Jericó. Na tentativa de tornar a compra viável, a defesa argumentou de modo bastante engenhoso. Propôs que os conteúdos da Turner e da HBO não eram produzidos em nosso país, e que a Time Warner era uma corporação global possuindo em nosso território apenas um escritório comercial. Estando em todo lugar, a corporação não se localizaria em lugar nenhum. Logo, certas normas não se aplicariam a ela.

Assim que a Anatel deliberar sobre tal caso – o que ainda não havia ocorrido até a redação deste artigo –, fazer valer todas as normas em operação no Brasil poderá implicar que esta mesma lei não se aplique para criadores de audiovisual que, como a Time Warner, puderem se apresentar como escritórios de representações comerciais. Este pode se tornar o caso de praticamente qualquer operação global de streaming. O SeAC é a norma na qual a regulação para o streaming se baseia, e tal brecha possui consequências extensas. Fazer valer as leis brasileiras pode esbarrar numa outra decisão que atravessa suas próprias atribuições, resultado desapontador frente a todo um conjunto de esforços. A conclusão deste texto apresenta um modelo pelo qual este debate mais amplo poderia se ordenar, na expectativa de encaminhar discussões futuras.

Redes informacionais, espaço de fluxos, tempo atemporal

Sem compreender adequadamente a natureza das configurações recentes para o poder, torna-se difícil entender qual rumo podem tomar as tarefas de promoção à cultura que cabem a certos Estados. Um conceito se mostra aqui essencial: a ideia de redes informacionais (CASTELLS, 1996), que descreve uma morfologia cuja manipulação permite às organizações tomarem parte numa ordem descentrada e de intervir em múltiplas localidades. As dúvidas sobre como propor incentivos à produção nacional de audiovisual derivam de uma incerteza dos caminhos para lidar com estes espaços organizados através de tais redes, lidando com forças que incidem sobre um território devido à sua conexão a estruturas móveis de administração.

Como resposta despertada pelos temores iniciais à globalização, propõe-se exceções culturais às demandas por uma liberalização radical. A alternativa salientava a particularidade de certos produtos. Como resultado, transformava-se esta relação com a cultura numa discussão política, legitimando a intervenção dos Estados e tornando viável a defesa de certo patrimônio cultural, conforme estendia este conceito também às produções audiovisuais. No limite, globalização e exceção cultural se tornavam extremos de um mesmo embate, numa sociedade em que as dinâmicas de circulação eram reorientadas frente às consequências de uma integração radical (GARCÍA CANCLINI, 1996; HESMONDHALGH, 2007).

São preocupações radicalizadas pela consolidação do streaming. Parte de uma mudança ampla das mídias, que envolve relacionamentos mais complexos, distingue-se da simples exportação de conteúdo de um país a outro. Efetivamente global, o streaming lida não apenas com esta ou aquela corporação instalada numa dada região, envolvendo mecanismos capazes de produzir coordenações em vastas extensões de tempo e espaço. Estão em jogo miríades de produtores dispostos em muitos lugares. Em posições hierárquicas distintas, criam conteúdo que ocupam tais plataformas e, em alguns casos, atravessam em direção às televisões segmentadas de certos países e de volta para estas ferramentas globais (CHALABY, 2012). São circuitos guiados por tecnologias sofisticadas, utilizando técnicas de catalogação e exposição de conteúdo calibrados por dados

retirados de populações diversas, mas administrados por estas corporações pontuais (LANIER, 2014).

Abordada por alguns autores (LADEIRA, 2014) como um indício destas redes informacionais, a reestruturação do audiovisual em curso no Brasil durante a transição do broadcast convencional para a televisão segmentada também se constituiu como outro momento de expansão. Como um indício de que a televisão segmentada dos anos 90 ultrapassava a centralidade adquirida no passado por corporações nacionais, as conexões da Globo ou da Abril com a News ou a DirecTV moldaram associações então inéditas, interconectando diversas regiões numa sincronia até então inexistente. Contudo, parece ter sido um tanto apressado associar, a tal diversificação pregressa do audiovisual no Brasil, estes traços típicos ao informacionalismo. Pois o streaming radicaliza as conexões contidas nestas redes de maior simplicidade, e – mais importante – expõe de modo claro a reconfiguração para certas categorias de entendimentos.

Este conceito de redes se refere a uma forma de dominação baseada na habilidade de desafiar certas dinâmicas pregressas. Embora em alguns momentos se tenda a confundir esta organização como uma das consequências da globalização (HELD et al., 1999), trata-se de um processo bem mais complexo. Embora expansão dos fluxos entre territórios represente parte importante da questão, não se trata apenas de intensificar a circulação de itens variados (informações, mercadorias, pessoas), mas, sim, de lidar com os efeitos introduzidos por estas redes na reconfiguração do próprio entendimento sobre a realidade, reinventando definições de tempo e espaço.

Num ambiente pautado por redes, estas categorias se transformam num recurso administrado de modo muito particular. Duas ideias de Castells que receberam menor atenção descrevem o problema: os conceitos de espaço de fluxos e de tempo atemporal. De ambas, a ideia de tempo atemporal se mostra especialmente desafiadora. Em sua definição, essencial se torna aquilo que distingue esta organização da disciplina imposta à fragmentação temporal típica ao fordismo, problematizando outro tipo de administração para este insumo. A interferência importante de pensar vai ser aquela imposta não à administração quantitativa em relação aos instantes que vem a ser divididos em parcelas menores e possíveis de controlar. Em contraponto, refere-se à qualidade com que se elabora múltiplas direções possíveis para o futuro.

Tempo atemporal permite pensar uma estrutura produtiva na qual importa a habilidade de certos personagens transformarem o futuro e definir o que está por vir. Esta intervenção abre possibilidades anteriormente inexistentes. Castells pensa a partir de Schumpeter (1934), problematizando a capacidade de introduzir transformações radicais e delas se apropriar. Ao mesmo tempo, expande esta constatação, problematizando a reorganização para o entendimento, introduzida através da probabilidade de mudança constante. A autonomia para introduzir transformações importa não apenas devido à aceleração sobre um fluxo que progride linearmente. Envolve o rompimento radical e a introdução de outro horizonte, como se esta mudança viesse a proporcionar uma outra dimensão, demandando um novo modo de encarar o tempo.

Se as intervenções baseadas em atos capazes de redefinir o futuro se distinguem da manipulação de sequências de tempo, é porque este efeito disruptivo independe do planejamento tão típico à sociedade baseada industrial. Em seu lugar, importam as preocupações com as expectativas assim produzidas. O futuro se constitui mediante as previsões que dele se elaboram, transformando-se numa dimensão variável. Guiado pela imagem que dele se passa a ter, torna-se importante a obrigação de constantemente antecipar os efeitos de um ato. Através deste cálculo, presente e futuro passam a coexistir em simultaneidade, pois a transformação do último a partir de um ato ocorrido no primeiro torna-se rotineira. O poder privilegiado para certos personagens construírem direções até então inexistentes para o porvir decorre no domínio que exercem sobre estas redes, o que torna a sua capacidade de controlar os seus pontos-chaves um tema de grande importância.

Ao introduzirem outra forma para o audiovisual, as plataformas de streaming acionam esta morfologia de redes, criando um cenário anteriormente inexistente para os meios. Apresentam outras direções a partir das quais se pode entender tal atividade, surgindo como uma destas diferenciações na definição do futuro. Grandes aquisições contemporâneas dizem respeito não somente à tendência à concentração. Referem-se

à necessidade de coordenar ações em territórios muito diversos, permitindo que as consequências de uma intervenção particular venham a se dar segundo as repercussões típicas segundo a morfologia em rede. O controle sobre a definição destas novas direções se torna impossível sem a coordenação adequada de tais territórios. Tal concentração importa devido ao poder que se concede para estas intervenções, permitindo que esta outra organização global envolva um exercício de poder com outra natureza.

Ao mesmo tempo, estes resultados dependem do modo como certas regiões concretas interagem, pois as ações tomadas em alguns territórios possuem intensas consequências para outros locais. A preocupação sobre como se dispõem tais vínculos invoca o conceito de espaço de fluxos, na tentativa de rever os limites físicos em sociedades nas quais as tecnologias de informação viabilizam conexões antes impossíveis. Pressupondo que não existe organização produtiva que prescindia de critérios para a organização para o espaço, Castells entende as redes como formas indispensáveis para as relações de trocas. Num modo de desenvolvimento informacional, esta coordenação envolve conexões instantâneas, para além do espaço físico. Fluxos, e não de lugares, constituem territórios e associam espaços a despeito de sua separação concreta. Estes instrumentos surgem como nós, pontos de comando que permitem a execução de ações das mais diversas, estratégicas para se acionar elos que, através da maleabilidade, transformam recursos distantes em itens possíveis de utilizar.

Contraditoriamente, o tratamento do próprio Castells sobre as mídias deixou de lado sua própria teoria sobre tempo-espaço. Concentrou-se mais na direção da comunicação, centrada em grandes produtores ou em dinâmicas mais fluídas (CASTELLS, 2009). Atentou à indiferenciação progressiva entre narrativas ficcionais e os acontecimentos em curso na vida cotidiana, mesclando ambos numa *cultura da virtualidade real* (CASTELLS, 1996). Estes temas abandonaram outra questão: a reorganização dos limites convencionais, contidos em concepções sobre categorias fundamentais, e a tentativa de certos Estados em lidar com esta mudança. Complexidade mais intensa, associa as mais diversas articulações sem a necessidade de um centro, apresentando às nações um trabalho árduo de lidar com esta complexidade. No caso do Brasil, tais tentativas surgem como algo dúbio e mal resolvido.

Um debate menosprezado: o streaming e a Ancine entre 2015 e 2018

A despeito de alguns ensaios em 2013, a expectativa de uma regulação do streaming ganha intensidade em 2015, permitindo que algumas orientações sejam publicadas em 2017. Contudo, a despeito de todos estes esforços, tal norma se encontra ainda em suspenso, assim permanecendo até o instante da finalização deste artigo – com fortes probabilidades que permaneça assim para sempre. As indecisões que surgem refletem a dificuldade de propor modelos aptos a lidar com esta complexidade contemporânea acima descrita. Parte desta proposta está num documento apresentado pelo Conselho Superior de Cinema (CSC) em 12/2015, com algumas definições lapidares, após outras duas tentativas prévias de tratar sobre o tema (CONSELHO SUPERIOR DO CINEMA, 2015; LAUTERJUNG, 2015; POSSEBON, 2017a, b).

São proposições ousadas. Ao invés de contrapor o streaming ao multicanal, imagina-se uma continuidade entre ambos. Afinado com os princípios do SeAC, reforça-se o espírito daquele texto voltado à televisão segmentada, pressupondo certos princípios que diriam respeito a qualquer audiovisual que se distingue do broadcast. A norma futura para o on-line deveria adequar, para o streaming, diretrizes relativas à imagem em sentido bem amplo. Embora se destine a esta forma específica para a imagem, a proposta de lei deveria resguardar a exibição de conteúdo nacional, incentivar a produção, e – esta talvez seja a especificidade de momento – permitir a existência de plataformas diversas e de menor porte.

Esta orientação ampla tornava obrigatório ultrapassar esta ou aquela técnica específica. Tal preocupação retomava temas já expostos durante as discussões do SeAC, a despeito da redação muito mais restrita que a norma viria a ter. Aquele texto congregava projetos muito distintos, e alguns deles terminariam se dispersando ao final. O espírito da lei se voltava menos a uma ou outra tecnologia particular. Entendia-se

que o SeAC englobaria os envolvidos com a televisão, as corporações de telecomunicações e os criadores globais de conteúdo, tornando-se pouco razoável a atenção a este ou aquele meio.

Somava-se a esta preocupação a atenção à diversidade, recorrente nas políticas brasileiras para a cultura (DE MARCHI, 2014). Contrapor-se à concentração, desejo diversas vezes retomado, mostra-se uma expectativa novamente presente. Insiste-se na defesa da diversidade no audiovisual, tema tão importante nos debates sobre comunicação e nunca solucionado: alguns dirão, nunca seriamente enfrentado. Afinal, esta sempre fora a principal crítica à constituição do broadcast e à institucionalização do multicanal. No instante em que a discussão se institui, a Condecine se constitui como um instrumento adequado para alcançar este fim, tornando-se parte de um horizonte cada vez mais difícil de perceber ao longo do tempo.

Associando ambas as preocupações, a discussão de 2015 recupera a expectativa de viabilizar operações de streaming de pequeno porte. Presentes no SeAC, a probabilidade de utilizar os recursos arrecadados no multicanal através da Condecine faziam parte destas preocupações mais amplas, retornando, agora, frente à expectativa de criar tanto conteúdo quanto plataformas. Pode-se interpretar tal ato como uma tentativa de se contrapor a serviços como a Netflix, operações globais difíceis que ignoram as fronteiras nacionais, afirmando a sua força através da habilidade tanto de criar conteúdo quanto de difundi-lo (KEATING, 2012).

A preocupação com a tributação é tema recorrente nos debates travados entre 2017 e 2018 em relação ao streaming. Porém, os termos parecem distantes das preocupações iniciais. Fora de contexto, perdem parte de sua força. Em seu lugar, surge uma atenção pontual a problemas formais, distante das expectativas substantivas expostas. Em 11/2018, a discussão reflete a ansiedade por uma definição apenas sobre tributos, sem se questionar sua finalidade. Ainda mais complexo, ignora um evento paralelo em curso no mesmo instante. A despeito dos atos contidos em potência na fusão AT&T-Time Warner, tal evento carece ainda de uma abordagem mais sistemática em nosso país, trabalho que será ilustrado na próxima seção.

Leis locais, associações globais: normas e trocas na regulação do streaming

Decisão posterior consiste num documento de 05/2017 (ANCINE, 2017b). Elaborado a partir de uma consulta pública encerrada em 03/2017, ordenava uma notícia regulatória de 12/2016 (ANCINE, 2016). Por sua vez, tal texto recuperava o material de 2015, e, a despeito das contribuições então surgidas, endossava orientações fundamentais, expandindo-as. Reúnem-se as proposições em seis temas, em propostas sobre o poder exercido por operações globais de streaming; as alternativas para assegurar a presença de conteúdo nacional nestas plataformas; as estratégias para, neste âmbito, investir na produção de conteúdo nacional; as opções para expandir a visibilidade de produções brasileiras; e – como não poderia deixar de ser – a tributação através da Condecine, que termina por ocupar duas seções do texto.

Em todos os momentos, afirma-se a obrigação – bastante previsível – de todas as plataformas obedecerem às normas em vigor, preocupação mais explícita no primeiro grupo de proposições, que, todavia, não explícita o SeAC. Curiosamente, menciona-se apenas o Marco Civil da Internet e as preocupações sobre o uso de dados pessoais contidas em seu art. 11, assunto até então sem grande atenção a despeito de sua importância. Afirmar a necessidade de se obedecer ao conjunto de leis parece uma estratégia voltada a resguardar a principal preocupação da entidade. Contudo, não se mostra suficiente uma profissão de fé tácita em relação ao SeAC sem trazer à tona os seus termos. Pois, os eventos que representam complicações concretas são outros.

Estas normas para o audiovisual se deparam com certas perturbações introduzidas na ordem então em curso. Esta discussão parece ter sido pensada sem pressupor a tendência concreta de administrar territórios através de redes. Pois a fusão AT&T-Time Warner desencadeia uma discussão legal capaz de redefinir quem deveria ou não responder a estas mesmas leis que a normatização do streaming procurava

afirmar. Parece difícil prever os efeitos de tal julgamento, mas não soa absurdo supor que seu resultado contenha o risco de excluir as atividades de streaming das obrigações do SeAC.

Anunciada nos EUA em 10/2016, esta operação envolvia deliberações reguladoras em 19 países, entre eles, o Brasil (AT&T, 2016). Nos EUA, a despeito desta compra ter enfrentado diversas barreiras, terminaria finalizada em 06/2018, após a decisão do Tribunal de Distrito dos Estados Unidos em Washington que se contrapunha às recomendações do Departamento de Justiça norte-americano (LEE; KANG, 2018). No Brasil, as deliberações jurídicas sobre o caso consistem na decisão tomada pelo Cade, assim como nas interpretações, ainda pendentes, sobre as normas setoriais pela própria Ancine e, mais importante, também pela Anatel.

A questão ainda seguia em aberto durante a redação deste texto. Mas a probabilidade de que tal solução tenha sido cogitada indica o caráter indefinido para a regulação do streaming em nosso país. Aqui, a principal barreira à finalização da compra decorre de um empecilho delimitado muito claramente pelo SeAC. Em 05/2014, a AT&T havia adquirido a DirecTV Latin America, o que incluía a Sky, operação de satélites em atividade no Brasil e em vários outros territórios latino-americanos (POSSEBON, 2014). Ao se tornar proprietária de um serviço de infraestrutura, a AT&T se via impedida de possuir corporações de conteúdo: exatamente o que obtinha com a Time Warner.

Esta discussão sobre a propriedade cruzada entre operações de telecomunicações e conteúdo já mostrou a sua força em outras ocasiões, e a mais importante havia sido a revisão do vínculo mantido pela Globo tanto com a Net quanto com esta mesma Sky. Agora, teria início outro extenso embate, num caso muito mais complexo frente ao evento pregresso. O caso seria aprovado pelo Cade em 10/2017 com ressalvas voltadas a evitar e discriminação nas negociações com outros personagens, mecanismo amplamente utilizado e que não consiste em grande novidade. Todavia, a decisão do Cade prefere não se pronunciar sobre o que efetivamente importa: as questões contidas no SeAC, que o Conselho entende como responsabilidade de Anatel e Ancine – mais especificamente, da primeira agência (BERBERT, 2017d; GROSSMANN, 2017).

Mesmo consumado, o negócio ainda dependia do aval por parte da regulação setorial. As discussões em nosso país seriam retomadas em 06/2018, logo depois da aprovação nos EUA. A despeito de já se ter presenciado um debate pregresso bastante extenso, volta-se à fase de instrução em ambas as agências (AMARAL, 2018). Até então, a Ancine já emitira uma nota técnica se contrapondo à fusão devido à concentração que poderia impor (ANCINE, 2017a; BERBERT, 2017b). Debruçando-se pontualmente sobre o SeAC, a Anatel havia também se pronunciado, emitindo dois documentos. Um deles, em 04/2017 (ANATEL, 2017a; BERBERT, 2017e), fora apresentado pela área técnica; o outro, pela Procuradoria Especializada em 05/2017, um com uma posição distinta do anterior (ANATEL, 2017b).

As dificuldades do acordo se devem a uma indecisão que poderia descartar a separação institucionalizada pelo SeAC. Agora, o caso se volta não apenas à proteção de certos criadores nacionais em relação à ingerência de algumas operações de infraestrutura. A lei de 2011 havia sido talhada a fim de resguardar os criadores de conteúdo nacionais dos investimentos possíveis por grupos de telecomunicações em atividade no Brasil (Telmex e Telefónica) e interessados na produção de audiovisual. Mas esta fusão de agora obriga o SeAC a lidar com um contexto distinto daquele para o qual havia sido criado. Pois, elaborada em outro contexto, a norma agora impunha barreiras em relação a uma corporação global.

Ocorre algo recorrente em regras construídas de modo patrimonial. Num cenário distinto daquele para o qual foram pensadas, introduzem barreiras estranhas e incertezas difíceis de contornar. Decerto, uma decisão da Anatel favorável à compra vai desfazer um equilíbrio prévio, tornando possíveis combinações até então evitadas. Esta decisão pode deixar de lado pela primeira vez a proteção construída para estes criadores nacionais. Mas o futuro se encontra em suspenso. Em 08/2017, a Anatel emite uma medida cautelar impedindo qualquer associação entre Time Warner e Sky. O documento era uma resposta a um pedido de Abert e Abratel, que haviam solicitado algo muito mais complexo: que a Anatel se pronunciasse sobre a questão regulatória antes da avaliação do Cade (BERBERT, 2017a, c).

A partir daí, proíbe-se qualquer associação entre AT&T e Time Warner no Brasil, a despeito da conclusão da compra nos EUA. Caso a Anatel aprove a aquisição em termos favoráveis para a AT&T e aceite os argumentos apresentados pela Time Warner, tal postura teria consequências para todos os criadores em atividade em nosso país, inclusive – por que não? – para os envolvidos com o streaming. Para a defesa, a Time Warner que operava no Brasil consistia tão somente num escritório comercial, negociando direitos sobre programação sem alocar recursos em trabalho efetivamente criativo. Logo, se os seus esforços para a elaboração de audiovisual ocorriam fora no nosso país, a proprietária de HBO e Turner não consistiria uma empresa com sede no Brasil.

Consequentemente, não seria possível aplicar as exigências sobre propriedade cruzada, pois tal norma versaria apenas sobre empresas em atuação aqui. Caso a Anatel aceite este argumento, não se mostraria absurdo supor que qualquer empreendimento capaz de se apresentar do mesmo modo se esquivaria das obrigações inscritas no SeAC. Como as exigências sobre investimento em produção nacional se referem a termos incluídos nesta mesma lei, além de suas obrigações envolverem esta mesma separação entre empreendimentos nacionais e internacionais, não seria absurdo supor o descarte destas outras exigências. Esta solução pode se tornar o melhor caminho para tornar o SeAC inofensivo sem destruí-lo. Se a norma pode ser ignorada neste ponto tão essencial, também poderá ser deixada de lado em qualquer outro.

A partir deste ponto, pode-se voltar à normatização sugerida pela Ancine em relação ao streaming. Esta longa digressão permite vislumbrar as consequências que a interpretação sobre este caso pode introduzir no problema que interessa a este texto. Contraditoriamente, a obrigação por fazer valer todas as normas brasileiras resultaria na chance de se ignorar cada uma delas: ou, pelo menos, a mais importante. Se as corporações internacionais de streaming forem entendidas no Brasil como esforços de programação a ocorrer alhures, se criaria uma brecha poderosa, pondo em discussão os mecanismos de incentivo e a sua aplicação, provando que existe algo mais em jogo além daquela simples distância em relação a seus pressupostos iniciais, como descrita na primeira parte deste artigo.

Devido à forma como estas questões se entrelaçam, valer o espírito do SeAC demanda atenção a certos eventos que se encontram inter-relacionados, mas cuja associação ainda carece de análise. Toda a justificativa para a defesa de exigências sobre conteúdo nacional remete a tal norma, mas o entendimento mais recente em relação a ela contém uma contradição cujo resultado pode passar distante do objetivo para o qual tal lei havia sido criada. A defesa do conteúdo nacional convive com uma separação pouco convincente entre criadores e operadores de infraestrutura, cujo abandono contém o risco de se deixar de lado exatamente aquilo que não deveria ser descartado. São questões que surgem quando se precisa lidar com textos elaborados de modo contingencial, perdendo seu objetivo quando se precisa lidar com problemas mais amplos, de difícil sustentação frente à complexidade contemporânea.

Conclusão

A regulamentação do streaming no Brasil precisa ser recuperada naquilo que realmente importa: como parte de um projeto mais amplo para a criação e difusão de conteúdo nacional, na expectativa de inserir certo território num espaço global para a circulação de imagens. Foi este o espírito que norteou a apropriação, no on-line, das normas de incentivo importantes para o multicanal. Mas não são estes os termos da discussão recente. Limitado como se encontra a um debate sobre tributação, o tema perde sua dimensão substantiva, transformando-se num embate formal. O caso se torna mais grave frente à morfologia de redes e ao poder que oferece à intervenção daqueles que controlam interações em vastas dimensões do espaço, essenciais para ordenar as expectativas em relação ao futuro.

A situação se agrava devido a outras interações em curso, com consequências diretas para tal projeto. Sua natureza espelha a operação das categorias de tempo e espaço trabalhadas por Castells. O caso

AT&T-Time Warner se mostrará essencial na definição do streaming. Porém, este poder de coordenar vastas dimensões se encontra com as especificidades de uma norma. Parte da tentativa de afirmar a autonomia de certo Estado, tal lei acaba se mostrando limitada devido às suas próprias inconsistências. A escolha por tratar este criador não como uma corporação de conteúdo parece equivocada, e suas consequências ultrapassam tal aquisição particular. Indo além dele mesmo, o caso poderá produzir desdobramentos nos outros embates futuros ainda por travar. Pior: a forma como tal norma está organizada a torna pouco apta a lidar não só com estas incongruências. Parece discutível se a definição adotada para o streaming é a mais precisa, e não só em relação ao problema aqui abordado.

Questão não explorada aqui, mas que certamente merece ser trazida à tona refere-se ao tratamento oferecido aos radiodifusores no documento elaborado pela Ancine em 2017, propondo que sejam excluídos da regulação a ser proposta para o streaming. Isto cria mais um tipo estranho de tensão, numa regulação que trataria o setor pela metade. Por um lado, a proposta soa coerente devido exatamente à forma limitada pela qual sempre se abordou a regulamentação do audiovisual. Excluir o broadcast faria sentido por razões políticas, e também quando se pensa em termos de cotas nacionais de conteúdo. Afinal, para quê perder tempo discutindo um grupo de criadores predominantemente brasileiro, quando interessa entender como tratar corporações globais?

Por outro lado, parece inegável certa expectativa em outros países por aproximar do streaming as redes de broadcast. Indícios desta atenção consistem em novas intervenções no tempo-espaço, presente em atos como a compra da Telefé, rede argentina de televisão anteriormente propriedade da Telefónica, pela Viacom em 2016 (TELEFÓNICA, 2016). No Brasil, há limites constitucionais a impedir a venda a corporações internacionais de algo maior que uma fração acionária, bem distinta do controle. Uma mudança na Constituição brasileira não é simples, mas também não parece impossível. Perceber como as imagens globais se constituem permitirá não mais ignorar uma tendência concreta: a chance dos radiodifusores de se tornarem propriedade de grupos internacionais.

Outro problema se refere à atenção crescente de personagens bem diversos em relação a material de menor dimensão: o conteúdo que, no Brasil, equivale aos assim chamados youtubers, e que vem se tornando parte de um ambiente profissional (LOBATO, 2016). Diversas aquisições – a compra da Maker Studios pela Disney em 03/2014, da Machinima pela Warner Bros em 11/2016 – indicaram a expansão destas corporações num território até então específico a internet, tornando essa associação entre o velho e o novo um tema concreto. O conteúdo típico a esta rede passa a fazer parte de um ambiente que não o distingue de outras articulações. Isso torna necessário resguardar políticas de incentivo também para este tipo de imagem, pressuposto de importância digna de atenção.

São temas emaranhados, complexos, que ilustram as dificuldades em jogo. Se parece concreto o interesse dos mais diversos personagens numa diversificação para a imagem que alcança o streaming das direções mais diversas; se a atenção ao incentivo a iniciativas de certos territórios indica uma das poucas alternativas para uma presença autônoma desta região neste espaço global; se a norma para o streaming trata com dubiedade os esforços a partir dos quais ela mesma se justificou; se as discussões jurídicas em curso não cogitam alguns casos de provável impacto num debate que, além de limitado, encontra-se travado; se tudo isso é verdadeiro, mostra-se importante reavivar certos termos de fundo capaz de orientar este processo.

Deixar de lado estas complexidades significa subestimar a relevância do audiovisual, contra todas as evidências. Forças diversas têm atuado em muitas direções, imprimindo transformações necessárias de debater publicamente. Se não bastasse ter de se preocupar com a própria escassez na criação de filmes e séries, temas indispensáveis numa interpretação sobre a produção brasileira, eis que surgem outras questões ainda mais difíceis de lidar. A imitação do excesso, esta tentativa de lidar no Brasil com a velocidade da expansão mundo afora na qualidade e quantidade de imagens, se tornou um problema que se refere também ao conteúdo específico à internet, para o qual parece não se ter instrumentos para lidar.

Referências

- AMARAL, Bruno Do. Sky tem até 28 de junho para se manifestar à Anatel sobre fusão Time Warner/AT&T. Teletime, São Paulo, 13 jun. 2018.
- ANATEL. Informe no 15/2017/SEI/CPOE/SCP. Brasília: Agência Nacional de Telecomunicações, 19 abr. 2017a.
- ANATEL. Parecer no 00302/2017/PFEAnatel/PGF/AGU. Brasília: Procuradoria Federal Especializada Junto à Anatel, 4 maio 2017b.
- ANCINE. Nota Técnica no 3/2017. Brasília: Agência Nacional do Cinema, 12 maio 2017a.
- ANCINE. Notícia Regulatória - Comunicação Audiovisual sob Demanda. Brasília: Agência Nacional do Cinema, dez. 2016.
- ANCINE. Relatório de Consulta Pública sobre a Notícia Regulatória sobre a Comunicação Audiovisual sob Demanda e Recomendações da ANCINE para uma regulação da Comunicação Audiovisual sob Demanda. Brasília: Agência Nacional do Cinema, maio 2017b.
- AT&T. AT&T to Acquire Time Warner. ENP Newswire, 22 out. 2016.
- BERBERT, Lúcia. Anatel não antecipa análise regulatória, mas impõe cautelar para evitar troca de informações 10 de agosto de 2017. Teletime, São Paulo, 10 ago. 2017a.
- BERBERT, Lúcia. Ancine defende que Cade vete aquisição da Time Warner pela AT&T no Brasil. Teletime, São Paulo, 16 maio 2017b.
- BERBERT, Lúcia. Cade aprova fusão Time Warner/AT&T com “remédios” e sem levar em conta a Lei do SeAC. Teletime, São Paulo, 18 out. 2017c.
- BERBERT, Lúcia. Cade publica voto que aprova compra da Time Warner pela AT&T. Teletime, São Paulo, 23 out. 2017d.
- BERBERT, Lúcia. Informe técnico da Anatel propõe aprovação da compra da Time Warner pela AT&T. Teletime, São Paulo, 2 maio 2017e.
- BRASIL. 12.485. Lei no 12.485, de 12 de setembro de 2011. DOFC - Diário Oficial da União PUB 13/09/2011, p. 2, col. 2, 12 set. 2011.
- CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. New York: Oxford University Press, 2009.
- CASTELLS, Manuel. *The Rise of the Network Society*. 2. ed. Malden: Wiley-Blackwell, 1996.
- CHALABY, Jean. Producing tv content in a globalized intellectual property market: The emergence of the international production model. *Journal of Media Business Studies*, v. 9, p. 19–39, set. 2012.
- CONSELHO SUPERIOR DO CINEMA. *Desafios para a Regulamentação do Vídeo sob Demanda*. Brasília: Conselho Superior do Cinema, 17 dez. 2015.
- DE MARCHI, Leonardo. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. 37, n. 1, p. 193–215, jun. 2014.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1996.
- GROSSMANN, Luís Osvaldo. Depois do CADE, Abert pede que Anatel e Ancine barrem AT&T/Time Warner. *Convergencia Digital*, São Paulo, 19 out. 2017.

HELD, David et al. *Global Transformations: Politics, Economics, and Culture*. Cambridge: Polity, 1999.

HESMONDHALGH, David. *The Cultural Industries*. 2nd. ed. New York: Sage, 2007.

KEATING, Gina. *Netflixed: The Epic Battle for America's Eyeballs*. Nova York: Penguin, 2012.

LADEIRA, João Martins. Indústria cultural, desenvolvimento dependente e empresas em rede no Brasil contemporâneo: News, DirectTV, Globo e Abril. *Contracampo (UFF)*, vol. 31, n. 1, p. 80–100, 2014.

LANIER, Jaron. *Who Owns the Future?* New York: Simon & Schuster, 2014.

LAUTERJUNG, Fernando. Para Manoel Rangel, a atual Condecine sobre VOD é obstáculo à criação de catálogos amplos. *Teletime*, São Paulo, 8 dez. 2015.

LEE, Edmund; KANG, Cecilia. U.S. Declines To Pursue Injunction In AT&T Deal. *The New York Times*, 15 jun. 2018. , p. B3(L).

LOBATO, Ramon. The cultural logic of digital intermediaries: YouTube multichannel networks. *Convergence*, vol. 22, n. 4, p. 348–360, 1 ago. 2016.

POSSEBON, Samuel. Ancine abre processo (e consulta) sobre cobrança da Condecine de VoD pelas regras atuais. *Teletime*, São Paulo, 27 nov. 2018.

POSSEBON, Samuel. AT&T compra a DirectTV por US\$ 48,5 bilhões; América Latina está incluída. *Teletime*, São Paulo, 18 maio 2014.

POSSEBON, Samuel. Conselho Superior de Cinema recebe recomendações da Ancine sobre VOD e pede mais debate. *Teletime*, São Paulo, 16 maio 2017a.

POSSEBON, Samuel. Sem regulação, novos modelos podem inviabilizar economia do audiovisual, diz Manoel Rangel. *Teletime*, São Paulo, 29 maio 2017b.

SCHUMPETER, Joseph. *Teoria do Desenvolvimento Econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1934.

TELEFÓNICA. Viacom compra Televisión Federal S.A. (Telefe) en Argentina, a Telefónica S.A., por US\$345 millones de dólares. Buenos Aires, Madrid, Nova York, 15 nov. 2016.

João Martins Ladeira é doutor em Sociologia pela Iuperj. Professor da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal do Paraná. Curitiba, Paraná, Brasil. Escrita do texto, desenvolvimento da fundamentação teórica, realização da pesquisa empírica.

Leonardo de Marchi é Doutor em Comunicação & Cultura pela UFRJ. Bolsista PNPd (CAPES) na Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Escrita do texto, desenvolvimento da fundamentação teórica, realização da pesquisa empírica.

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

TELEJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA: A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO PELO *WHATSAPP* NO “BOM DIA MS” DE CAMPO GRANDE, MS

TELEJOURNALISM IN THE AGE OF CONVERGENCE: THE PARTICIPATION BY THE PUBLIC BY *WHATSAPP* IN THE “BOM DIA MS” IN CAMPO GRANDE, MS

TAÍS MARINA TELLAROLI

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS). Campo Grande, MS, Brasil. E-mail: taistella@hotmail.com. ORCID: 0000-0002-6234-4904.

ANA CAROLINA LIMA

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS). Campo Grande, MS, Brasil. E-mail: anacarol_lima@hotmail.com. ORCID: 0000-0001-9560-5042.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

TELLAROLI, Taís; LIMA, Ana Carolina. TELEJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA: A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO PELO *WHATSAPP* NO “BOM DIA MS” DE CAMPO GRANDE, MS. *Contracampo*, Niterói, v. 38, n.3, p. 80-93, dez. 2019/mar. 2020.

Enviado em 17/1/2019 /Revisor A: 28/1/2019; Revisor B: 7/3/2019; Revisor A: 2/4/2019; Aceito em 23/4/2019.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.27633>

Resumo

Este trabalho tem como objetivo pesquisar a participação do público a partir do uso do aplicativo WhatsApp no telejornal da afiliada da Rede Globo, Bom Dia MS de Campo Grande, MS. Utilizou-se como metodologia a Análise de conteúdo para compreender como este aplicativo tem sido usado como ferramenta para o jornalismo participativo em uma dimensão regional e local. Foram analisados 43 programas de 1h20 cada, e realizadas entrevistas abertas presenciais com os apresentadores do telejornal. Discute-se no estudo o uso de tecnologias digitais móveis no jornalismo e a participação do público neste cenário.

Palavras-chave

Jornalismo participativo; WhatsApp; Telejornalismo.

Abstract

This work aims to search for participation by the public from the use of the WhatsApp in the telejournal of Rede Globo affiliate, Bom Dia MS in Campo Grande, MS. Content analysis was used as a methodology to understand how this application has been used as a tool for participative journalism in a regional and local dimension. A total of 43 programs of 1h20 each were analyzed, and open face-to-face interviews were conducted with the TV news presenters. The study discusses the use of mobile digital technologies in journalism and public participation in this scenario.

Keywords

Participative journalism; WhatsApp; Telejournalism.

Jornalismo Participativo

O fenômeno do jornalismo participativo sempre se fez presente de forma limitada nos meios tradicionais de comunicação social. A seção "cartas do leitor" no impresso, por exemplo, sempre se mostrou como um espaço para manifestações do público. Cartas, e-mail e telefonemas configuraram-se como meios de participação do público na televisão e no rádio. No entanto, o jornalismo participativo ganhou novos contornos graças às facilidades do acesso às ferramentas digitais móveis disponibilizadas na sociedade em rede.

A partir do advento da internet e da propagação em massa dos dispositivos digitais móveis como *tablets* e *smartphones*, os *media* passaram a dar mais valor a esses canais, pois a audiência encontrou nesse espaço uma oportunidade de participar mais ativamente de um veículo de comunicação social.

Médola e Grzesiuk (2010) afirmam que o surgimento de diversas tecnologias favoreceu a ampliação da interatividade e facilitou o processo de geração de conteúdo, como câmeras fotográficas digitais e telefones celulares. De acordo com as autoras, graças às ferramentas de produção e distribuição de informações presentes na web, as pessoas tornaram-se capazes de atuar como emissoras de informações. Essa prática passou a ser utilizada na atividade jornalística, principalmente nas rotinas produtivas.

O conceito de jornalismo participativo refere-se à atividade "pelo qual o cidadão ou grupo de cidadãos desempenha um papel no processo de reunião, análise e disseminação de notícias e informação" (CORREIA, 2010, p.88). Aroso (2013) explica que apesar das diferenças que existem entre os termos usados para este formato, como *jornalismo cidadão*, *jornalismo colaborativo*, *jornalismo open-source*¹, *wiki-jornalismo*², *jornalismo-cívico* e *jornalismo público*, todos têm um traço em comum que é o papel de participação, compartilhamento e colaboração no processo de construção da notícia. Para a autora, apesar das múltiplas formas de participação, só podemos falar em jornalismo participativo quando existir efetivamente jornalistas e cidadãos que participem da produção, da construção e transmissão de informações.

Aroso (2013) elenca algumas potencialidades que são distribuídas no jornalismo participativo:

Fuga aos ditames das agendas políticas e dos *media*; antídoto para os *media* controlados, concentrado e dominados por elites; visão diferente e mais completa dos acontecimentos; aproximação entre os *media* e os seus públicos; aumento da confiança da comunidade nos *media* (AROSO, 2013, p.4).

Já Correia (2010) observa outras potencialidades do jornalismo participativo. Para o autor, esse tipo de jornalismo permite o acesso de muitas pessoas na produção e divulgação pública de mensagens, além de ser menos dependente de dilemas éticos que são colocados nos veículos de comunicação tradicionais. O jornalismo participativo permite ainda a cobertura de notícias que os *media* tradicionais não acham rentáveis e as discussões mais substanciais dos acontecimentos de uma forma que os *media* clássicos jamais poderiam permitir.

Na cultura de convergência, onde velhas e novas mídias se colidem, Jenkins (2009) observa que mídias corporativas reconheceram o valor da participação da audiência e garantiram a ela mais espaço e poder para opinarem, colaborarem e até alterarem as rotinas de produção de conteúdo. Para o autor, a lógica da convergência de mídias altera por completo o fluxo midiático, "desde a produção da indústria midiática até a maneira de como os consumidores processam a notícia e o entretenimento" (JENKINS,

¹ "O jornalismo código-aberto surgiu como forma de definir um estilo próprio para o jornalismo praticado em wiki, que permite a alteração do conteúdo de uma página por qualquer internauta" (AMORIM, 2009, p.4).

² "Sites wiki são aqueles que permitem alterar, apagar, reescrever ou adicionar conteúdo sem a necessidade de muitos conhecimentos técnicos. O modelo mais conhecido é a Wikipedia, a enciclopédia virtual que nasceu em 2001, e caracteriza-se por ser escrita e atualizada pelos usuários" (Idem).

2009, p. 43). Na visão de Bueno (2011), essa é uma forma mais positiva da organização coletiva e menos negativa do poder das mídias. Para a autora, na cultura de convergência de mídias, as pessoas tendem a ter mais poder coletivo de barganha se formarem comunidades de consumo de informações.

Na televisão, o jornalismo participativo pode ser percebido pela ampla manifestação do público por meio das redes sociais. De acordo com Aroso (2013), as redes sociais são hoje ferramentas de jornalismo participativo, pois postulam a interligação entre os meios de comunicação tradicionais e os meios sociais. Jenkins (2009) atentou para o fato de as grandes mídias utilizarem o poder das redes sociais para a participação da audiência.

Cajazeira (2015) observa que por ser um novo canal de distribuição, circulação e compartilhamento de conteúdo informacional, a internet ambientada pelas redes sociais, altera toda lógica de produção dos grandes meios de comunicação, fomentando o jornalismo participativo. O jornalismo de televisão, por exemplo, absorveu essas novas ferramentas digitais para aprimorar e adotar dinâmicas de convergência de conteúdo e garantir o papel ativo do público.

O que podemos compreender é que as novas possibilidades de interação trazem uma legitimação do discurso televisivo. As emissoras de TV necessitam, por questões mercadológicas, ampliar os canais de comunicação com o público e o fazem pelo incentivo à participação e colaboração em novas interfaces em plataformas digitais. Nesses espaços, há o estímulo ao envio de críticas, sugestões e comentários sobre os seus programas noticiosos ou de entretenimento. O público, ao participar desse espaço e dividir com outros os conteúdos que visualiza na interface, reforça os laços sociais com outros públicos e com o próprio telejornal (CAJAZEIRAS, 2015, p. 9).

O jornalismo participativo proporcionou também o aparecimento da figura dos colaboradores de notícias – pessoas comuns que utilizam desses meios sociais para contribuírem com sugestões de pauta e até mesmo opinar na produção de um telejornal. As rotinas de produção estabelecem critérios quanto à seleção e escolha do que pode ser considerado um fato jornalístico. Diariamente, redações de várias empresas de comunicação recebem um grande volume de informações e sugestões de pauta. Cabe aos jornalistas selecionarem esses fatos e transformá-los em notícia. Um fato só se torna notícia dependendo do valor e dos critérios de noticiabilidade atribuídos a ele. Shoemaker (2011) explica que noticiabilidade nada mais é que um julgamento feito pelos seres humanos, e que essa ideia está relacionada com dimensões do desvio e da significância social de um acontecimento.

No entanto, essa participação ativa do público trouxe algumas preocupações ao jornalismo, suscitando discussões sobre credibilidade e qualidade das informações enviadas. Figueiredo e Saudino (2015) questionam a garantia da veracidade dos fatos de informações enviadas por colaboradores de notícia: “Quem garante a veracidade dos fatos? O jornalista confere ou apenas seleciona o conteúdo? Com a rapidez e dinâmica em que os fatos acontecem, é possível selecionar, verificar e editar todo material colaborativo?” (FIGUEIREDO e SAUDINO, 2015, p. 7).

Porém, na visão da Aroso (2013), essas questões em vez de problemas seriam, na verdade, desafios impostos às práticas jornalísticas, visto que o número de usuários nas redes sociais tem aumentado significativamente nos últimos anos e o relacionamento deles com os grandes veículos de mídia tem se estreitado a um ponto de torná-los fieis a estes meios.

Canavilhas (2011) esclarece que as redes sociais facilitam a troca de informações na forma como os usuários se relacionam com os meios de comunicação, fortalecendo vínculos:

Esta abordagem melhora a transformação do público nas comunidades, uma situação que tende a gerar fidelidade do consumidor para o desenvolvimento de sentimentos de pertencimento a uma comunidade (CANAVILHAS, 2011, p. 119, tradução nossa)³.

³ Versão original: “Este enfoque mejora la transformación de las audiencias em las comunidades, situación que tiende a generarlealtad de los consumidores por eldesarrollo de sentimientos de pertenencia a una comunidad” (CANAVILHAS, 2011, p. 119).

Targino (2009, p. 59) defende que o jornalismo participativo é um recurso de assegurar e consolidar a democracia: "isso confirma a proposição popular: de que quando os meios não chegam, chegam os cidadãos às trincheiras da divulgação dos fatos e dos acontecimentos, em sua versão mais genuína, como vem acontecendo em democracias e até em regimes totalitários". A autora ainda salienta que o jornalismo participativo ou cidadão não irá substituir a mídia convencional nem o *webjornalismo*. Da mesma forma que o cidadão não substituirá o jornalista.

A pesquisadora Sílvia Moretzsohn (2014) propõe uma discussão acerca do "mito" do jornalismo cidadão, pois para a autora pode haver um equívoco no que se chama de jornalismo cidadão ou jornalismo participativo:

Se todos nós pudéssemos assumir o papel de jornalistas, o próprio jornalismo seria "naturalizado" ou dissolvido entre nossos afazeres diários. Entretanto, se imaginarmos que esse novo cenário permite transformar a todos nós, potencialmente, em fontes, poderemos verificar que o jornalismo se tornou, de fato, mais complexo. Conseqüentemente, passa a haver uma demanda por critérios mais rigorosos para a seleção de notícias. O que, em contrapartida, contradiz a lógica do jornalismo em "tempo real" (MORETZSOHN, 2014, p. 1).

Dessa maneira, entende-se que as novas tecnologias digitais móveis proporcionaram aos cidadãos um entendimento de que eles, além de atores participativos, podem ser repórteres que colaboram, mesmo sem nenhuma instrução técnica jornalística, para elaboração de notícias. De certa forma as novas tecnologias deram para esse cidadão um "falso" poder de alterar a lógica estrutural da construção da notícia. Esse é o debate que Sílvia Moretzsohn propõe: o jornalismo participativo é um mito da tecnologia redentora?

O jornalismo participativo pressupõe uma série de questões deontológicas e éticas. Apesar de alguns teóricos, como Moretzsohn (2014), afirmarem que a participação das pessoas no jornalismo fragiliza a credibilidade das informações, por outro lado, essa prática tem se tornado cada vez mais recorrente nas empresas de comunicação, pois em redações cada vez menores, os jornalistas acabam por utilizar informações de colaboradores de notícias que, munidos de *smartphones* ou de outras tecnologias digitais, transformam-se em aliados dos jornalistas e repórteres em busca de pautas.

Metodologia

A presente pesquisa teve como objetivo analisar como o telejornal Bom Dia MS utiliza o *WhatsApp* para interagir com o público. Para isso, utilizou-se a metodologia de Análise de Conteúdo, que consiste, segundo Herscovitz (2007, p. 123), em um método que pode ser utilizado para detectar tendências e análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos.

A análise de conteúdo consiste em um método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com objetivo de fazer inferências sobre os seus conteúdos e formatos, enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação (HERSCOVITZ, 2007, p. 126).

Para esta pesquisa foram gravados e catalogados os programas exibidos nos períodos de junho a julho e outubro a novembro de 2016; fevereiro a março e junho de 2017. Diariamente os apresentadores do telejornal convidam os telespectadores a participarem do programa pelo envio de fotos, vídeos e sugestões de pauta pelo número (67) 99804-4400. O telejornal é o primeiro programa jornalístico da emissora, apresentado às 5h30 da manhã com duração média de 1h20 e encerra-se às 6h30, observando o tempo reservado aos intervalos do mesmo.

Ao todo foram gravados 88 programas, o que configurou um grande volume de informações, pois cada programa tem uma duração média de 1h20, o que totalizou um arquivo com mais de 117 horas. Por opção metodológica, ficou definido que seriam analisados somente dois períodos: o primeiro, que corresponde ao mês em que o telejornal passou a fazer uso pela primeira vez do aplicativo, como forma de interação com o público – de 28/06/2016 a 29/07/2016 e o segundo período que equivale a um ano depois de utilização do aplicativo móvel – 01/06/2017 a 30/06/2017.

Ao todo foram analisados 43 programas, sendo 22 do primeiro período que vai de 28/06/2016 (data em que se inicia o uso do aplicativo no telejornal) a 29/07/2016. O segundo período analisado, corresponde um ano após a primeira utilização do *WhatsApp* no telejornal Bom Dia MS, o que totalizam 21 programas do período 01/06/2017 a 30/06/2017. Não achei a divergência, pois no parágrafo de cima estamos mostrando todo o material que foi coletado, junho a julho e outubro a novembro de 2016, exclui a parte “ou seja.... destinado a eles” para não confundir o leitor.

Ainda como parte da metodologia, foram utilizadas entrevistas abertas presenciais que foram gravadas com auxílio de um gravador de áudio portátil com os apresentadores do telejornal Ginez Cesar, Maureen Matiello e Evelyn Souza.

As entrevistas foram feitas nas residências das fontes e foram imprescindíveis para a compreensão dos dados, de forma que foi possível partir para a fase de análise proposta por Bardin (2009): o tratamento dos resultados e as interpretações.

Análise contextual do *whatsapp* no Bom Dia MS

Ao se propor a Análise de Conteúdo sobre o uso do aplicativo *WhatsApp* pelo telejornal Bom Dia MS, esta pesquisa pôde compreender como esse aplicativo tem sido usado como ferramenta para o jornalismo participativo em uma dimensão regional e local.

A rede mundial de computadores deu ao receptor o poder de interagir mais ativamente no processo de comunicação, que antes o limitava em uma audiência mais passiva. “Na verdade, a Internet praticamente impede o papel passivo do leitor ou receptor, já que o obriga a debater, refutar ou contradizer determinada informação, notícia ou declaração” (CORREIA e AROSO, 2007, p.5). Dessa forma, a internet possibilitou ao receptor de notícias ter respostas imediatas, e não mais morosas e passivas como nas seções de “Direito de Resposta” e “Cartas do Leitor” do jornalismo impresso.

No Bom Dia MS, por exemplo, a resposta às mensagens enviadas pelos telespectadores, na maioria das vezes, era imediata, ainda que nem todas as mensagens fossem lidas durante a exibição do telejornal. Todas as mensagens, de acordo com a jornalista Evelyn Souza (2018), são respondidas. Em entrevista a esta pesquisa, a jornalista corroborou com uma informação do apresentador Ginez César (2018) de que por dia chegam no *WhatsApp* do telejornal uma média de 500 mensagens. No dia 28/06/2016, data em que se iniciou o uso do aplicativo, o jornalista Ginez César afirmou que foram mais de mil mensagens enviadas por telespectadores.

César (2018) conta que a decisão de usar o aplicativo foi estudada por toda equipe que compõe o telejornal: editores, jornalistas, chefe de redação e direção. No começo tiveram algumas ressalvas, pois a tentativa de utilizar um aplicativo com interatividade com o telespectador já tinha sido feita com o Bem na Hora⁴, mas, segundo o apresentador, essa ferramenta limitava a participação das pessoas, já que os telespectadores tinham que fazer um pré-cadastro, informando que as mensagens e fotos eram verídicas e que eram de inteira responsabilidade de quem enviava.

Dessa forma surgiu a primeira preocupação entre os diretores do telejornal: o critério de

⁴ Em abril de 2014, a TV Morena lançou seu primeiro aplicativo móvel: o Bem na Hora, com a intenção de fazer os telespectadores participarem através do envio de fotos, vídeos e sugestões de pauta. A aplicativo podia ser instalado sem custo nos *smartphones*.

credibilidade. Isso justifica o fato de terem demorado para fazer uso do WhatsApp. Em 2016, telejornais de outras emissoras do Estado de Mato Grosso do Sul, como, por exemplo, a TV MS Record e a TV Campo Grande, já utilizavam o *WhatsApp* como ferramenta de participação do público.

A gente viu que não dava para deixar de interagir com as pessoas; a participação, a interatividade, não tinha como ignorar isso. O jornalismo vem se transformando de acordo com a evolução tecnológica. Tínhamos inicialmente o Bem na Hora, que funcionou muito bem [...] mas tinha umas limitações, tinha que se fazer o pré-cadastro, autorizando o uso da imagem. Qual era o receio da televisão? A origem da informação. Por exemplo, eu envio uma foto: essa foto ou é uma montagem ou uma coisa inverídica? Essa era uma preocupação e não uma resistência (CÉSAR, 2018, s.p).

A credibilidade, um dos pilares do jornalismo, há muito tempo vem sendo debatida por pesquisadores da área de comunicação quando o assunto é a participação do receptor na construção da notícia. O compromisso com a verdade das informações sempre foi um ponto sensível ao cotidiano dos jornalistas e do jornalismo. Brambilla (2008) afirma que o uso das redes sociais no jornalismo coloca algumas vezes em xeque a credibilidade das informações disponibilizadas pelos receptores, fazendo com que implicações éticas sejam reconsideradas na construção da notícia por meio do uso de ferramentas colaborativas.

Após decidirem pelo uso do WhatsApp no Bom Dia MS, a direção da TV Morena propôs que fosse utilizado de início no Bom Dia MS, pois segundo César (2018, s.p) sempre foi considerado piloto⁵ para os outros telejornais da rede: "O que é um grande piloto? É um jornal que você tem tempo para entrevista, tempo para quadros, tempo para fazer um mapa de tempo diferente. Por que? Porque o Bom dia tem uma hora e meia de duração, então sempre foi um grande laboratório pra gente".

Assim que começaram a utilizar o WhatsApp no telejornal, os apresentadores afirmaram que não sabiam ao certo como seria a reação dos telespectadores. A primeira dúvida que surgiu foi se eles receberiam mensagens, já que se trata de um programa que se inicia às 5 horas da manhã.

A forma de convite para interagir também foi conduzida pela espontaneidade. César (2018) esclarece que pedir para que as pessoas enviassem fotos ou vídeos de suas cidades foi uma maneira de fazer com que o telejornalismo da TV Morena chegasse em locais que não têm equipes da emissora. Ele cita o caso de um telespectador de Paranaíba que todos os dias enviava fotos ou mensagens de texto mostrando como estava o tempo na cidade.

As fotos de amanheceres, de paisagens e animais denotam critérios regionais retratados pelos telespectadores. Mato Grosso do Sul é um Estado onde a fauna e flora estão presentes no cotidiano das pessoas. Moradores dos municípios mais próximos do Pantanal constantemente enviam fotos para o telejornal mostrando as belezas deste bioma. Moradores de Campo Grande fazem o mesmo com fotos dos animais silvestres que convivem nos ambientes urbanos. Fotos de capivaras, araras-vermelhas e quatis fazem parte do acervo de fotos enviadas pelos telespectadores. Esse tipo de mensagem contribuiu para a criação do "momento fofura", quadro apresentado na editoria da previsão do tempo pela jornalista Evelyn Souza.

Souza (2018, s.p) percebeu que as pessoas gostavam de ter esse tipo de participação e cobravam quando as fotos, as mensagens e até os nomes delas não eram citados no telejornal e conta que, com o uso do WhatsApp, o Quadro da previsão do tempo ficou mais interativo também. De fato, a pesquisa apontou que o número de participações na previsão do tempo aumentou significativamente.

A Maureen tinha uma participação muito importante, pois na hora de chamar o quadro da Previsão do Tempo, ela tinha uma abordagem diferente e mais descontraída, ela pegava uma imagem dos telespectadores, mostrava o tempo da cidade e já me fazia uma pergunta: "dona Maria lá de Sidrolândia tá falando que o tempo tá fechado por lá e aí Evelyn?". Então a partir da interatividade do *WhatsApp* o quadro ficou mais interativo também (SOUZA, 2018, s.p.).

⁵ O mesmo que teste, ensaio geral do que vai ser colocado no ar (Araújo e Souza, 2007).

Outro ponto discutido na pesquisa foi a seleção das mensagens de texto, fotos, vídeos e sugestões de pauta. Os jornalistas entrevistados nesta pesquisa afirmaram que todas as seleções partiam de quem apresentava o jornal. O aplicativo *WhatsApp* funcionava em dois aparelhos: um *tablet* e um *smartphone* que eram revezados pelos apresentadores. Sobre a questão do editor-chefe não ter acesso às mensagens recebidas, Souza (2018) esclarece que os aparelhos não podiam sair do estúdio para não perder o sinal do *wifi* que impossibilitava o uso dos aparelhos pelo editor-chefe, já que este monitora o programa de outro ponto da emissora.

A seleção das fotos e vídeos obedecem critérios de visibilidade como posição das imagens na horizontal, imagens com foco e claras. Dessa forma, os apresentadores conseguem selecionar as melhores imagens para serem exibidas no televisor.

Quanto às mensagens de texto em forma de opinião ou perguntas, os apresentadores afirmaram que como o jornal era ao vivo e as mensagens instantâneas, ler todas era impossível durante o tempo em que o telejornal estava no ar, já que o imediatismo e o tempo andam lado a lado no telejornal. Os quadros específicos em que se convidavam os telespectadores para participar eram bastante trabalhoso, de acordo com Souza (2018), pois o apresentador tinha que interagir com o especialista, fazer as perguntas que estavam na pauta, cuidar do tempo e ainda selecionar as mensagens que chegavam – e há de se lembrar que os apresentadores fazem isso em um programa ao vivo. Isso explica o fato de que, dentro de uma perspectiva média de 500 mensagens por dia, apenas 6 a 10 mensagens de texto são lidas nos quadros do telejornal.

No Bom Dia MS a participação das pessoas se deu de modo colaborativo, pois segundo Souza (2018, s.p.) o recurso do aplicativo *WhatsApp* possibilitou à produção saber informações e ter imagens de cidades e regiões que não contam com equipes da TV Morena.

Ainda que no Bom Dia MS a participação seja, na sua grande maioria, pelo envio de fotos, vídeos e mensagens de texto sobre como vai ficar o tempo em determinadas cidades, há que se afirmar que o *WhatsApp* proporciona, de fato, o jornalismo participativo entre os telespectadores do telejornal. Pois, assim como citaram os apresentadores, todo material enviado por meio do aplicativo, pode não gerar pauta para o Bom Dia MS, mas entra num cadastro que é utilizado em outros telejornais da rede.

Mas o que explica o fato de assuntos relacionando à saúde, comportamento e previsão do tempo terem mais espaço e participações no telejornal Bom Dia MS? Para a jornalista e apresentadora Maureen Mattiello (2018), esses quadros são os que mais comportam a participação do público por causa do interesse das pessoas em mostrarem o tempo na região em que moram, em despertarem para assuntos que vão modificar a vida delas naquele dia, como saúde, trânsito, o tempo. A apresentadora afirma que eles recebiam, sim, mensagens em editorias como política e economia, mas ela reconhece que a participação das pessoas é maior nos quadros de previsão do tempo, saúde e comportamento, porque as pessoas encontram nessas editorias informações mais leves: “A gente tá começando o dia e o que a gente quer saber? Como é que está começando o tempo, como é que está o trânsito, você está preparando o seu dia. Então as pessoas interagem bastante com isso” (MATTIELLO, 2018, s.p.).

A análise mostrou que durante a exibição dos quadros específicos, a participação das pessoas era maior do que diante de outros segmentos do programa. Porém, esse volume de participação não era o mesmo que nos quadros de política, economia, agronegócio e esportes. César (2018) afirma que havia uma modesta participação do público nessas editorias, em contrapartida o interesse ficava maior quando se discutia assuntos considerados “leves” para o cotidiano das pessoas.

No quadro de política, por exemplo, César (2018, s.p.) declara que as participações eram na maioria das vezes opiniões com teor agressivo, principalmente quando alguma personalidade política era entrevistada no estúdio: governador, deputados, prefeito e vereadores. De acordo com César (2018), as pessoas tinham uma tendência para declarações partidárias, algumas vezes, segundo o jornalista, as mensagens tinham conteúdo ofensivo. Diante desses casos, os apresentadores optavam por não colocar a participação do público no quadro de política.

Por mais que os jornalistas entrevistados tenham afirmado que havia, sim, muitas participações em editorias como política, economia, esportes e agronegócio, esta pesquisa sinalizou para o seguinte questionamento: porque o telejornal não exibe essas participações, já que elas são constantemente enviadas?

Vamos retirar para não ficar repetido. O que se percebeu é que o telejornal não perdeu a sua característica de programa jornalístico. Aliás, sobre o tipo de participação, todos os apresentadores foram contundentes em afirmar que essa forma de participação torna o jornal mais leve, e as pessoas reagem a isso de maneira carismática: "É isso: a gente tá começando o dia juntos. Vamos fazer o jornal juntos? É muito gostoso ver como as pessoas participam mandando foto de café da manhã, mandando foto de animais no trânsito" (MATTIELLO, 2018, s.p.).

A apresentadora ainda afirma que a direção do telejornal já foi criticada pelo fato de resumir a participação dos telespectadores através de mensagens "banais". Mas ela afirma que a participação não se resume a isso. Na visão da apresentadora, há muitas sugestões de pauta que, por mais que não sejam utilizadas no Bom Dia MS, são repassadas para os outros telejornais da emissora.

A análise mostra também que as pessoas têm um jeito peculiar de participar de um telejornal que se inicia às 5 horas da manhã. Ter o próprio nome e a cidade falados pelo apresentador ou, ainda, receber mensagens de abraços e beijos, é uma forma, segundo Souza (2018), de os telespectadores serem diariamente lembrados:

Nós percebemos que esse telespectador gosta de participar do telejornal desse jeito. Eu acho que por ser o primeiro meio de informação do dia que a pessoa vai ver, ele não vai querer se encher de informações pesadas como desemprego, conflitos, tragédias. Ainda que mostremos esse tipo de pauta, o telespectador do Bom Dia gosta de ver pautas leves no programa. E mais, ele gosta de se ver no programa nem que seja apenas seu nome sendo citado por um de nós (SOUZA, 2018, s.p).

Souza (2018) afirma ainda que o *WhatsApp* proporcionou um relacionamento mais próximo com alguns telespectadores, que constantemente enviam mensagens pedindo para serem lembrados, seja com uma mensagem de bom dia, seja mostrando a foto enviada ou até mesmo respondendo as perguntas sobre a previsão do tempo.

O telespectador do Bom Dia MS é um usuário ativo que reage às manifestações do telejornal. Ainda que sua participação seja limitada em envio de imagens e mensagens de cumprimento de bom dia, pôde-se perceber que este telespectador contribui para o telejornal de forma espontânea, principalmente quando se trata de assuntos que geram afinidades e simpatia neste receptor.

Um exemplo disso, foi no dia 29/06/2017, em que a jornalista Évelyn Souza elaborou um concurso da melhor foto que ilustrasse um ipê no estado. Na ocasião, a apresentadora do quadro da previsão do tempo solicitou que fossem enviados vídeos e fotos de ipês espalhados pela cidade, já que a estação do período analisado favorecia o florescimento da árvore. No dia seguinte, 30/06/2017, foram exibidas 11 fotos de ipês tiradas pelos telespectadores.

Dessa maneira, observou-se que, por mais que a forma de sugestão de pauta tenha apresentado um resultado incipiente, pois imaginava-se no começo da pesquisa que essa forma de interação teria um significativo número, a participação das pessoas por meio do uso do *WhatsApp* ganhou outros contornos.

A partir das características da televisão aberta traçadas por Paternostro (1999), a presente pesquisa contextualizou cada característica com os dados analisados do Bom Dia MS, e chegou-se a seguinte interpretação: no que tange à característica da informação visual, observou-se que o uso de imagens enviadas pelos telespectadores, sejam fotos ou vídeos, aumentou significativamente do período de junho-julho de 2016 para junho de 2017. A exibição dessas imagens enviadas pelos telespectadores também ganhou mais espaço como consequência do volume de imagens que o telejornal recebe diariamente. Na visão de Paternostro (1999) a imagem é o signo mais acessível à compreensão humana:

“A TV mostra e o telespectador vê: ele entende, se informa e amplia o conhecimento” (PATERNOSTRO, 1999, p. 75).

A característica do imediatismo foi ampliada com o uso do *WhatsApp* na produção do Bom Dia MS, pois as mensagens dos telespectadores chegam no momento em que o jornal está ao vivo, o que contribui para uma mudança na rotina de produção e apresentação do telejornal, já que os apresentadores precisam, além de apresentar o que está no espelho da edição, mostrar informações adicionais que chegam com as mensagens enviadas pelos telespectadores. Percebe-se que o trabalho aumenta, pois são os próprios apresentadores que recebem, selecionam e exibem essas mensagens durante o telejornal.

A característica da instantaneidade em um telejornal passou a ser repensada com o uso de novas tecnologias, pois o conceito de que a mensagem não pode ser revista na televisão, ganhou novas possibilidades com o advento da internet. As notícias do Bom Dia MS, por exemplo, podem ser revistas no site da emissora.

No que tange ao alcance, sendo Bom Dia MS o primeiro telejornal local, ele tem o objetivo de levar as principais notícias do estado, antecipando fatos importantes do dia. Seu alcance abrange todos os municípios de Mato Grosso do Sul. De acordo com o Atlas de Cobertura da Rede Globo⁶, a TV Morena alcança todos os níveis sociais, alcançando em sua maioria a classe C. Não foi possível mensurar se houve alguma mudança na característica alcance com o uso do *WhatsApp* no Bom Dia MS.

Quando Paternostro (1999) aborda a característica do envolvimento na televisão, a autora afirma que “a TV exerce um fascínio porque transporta o telespectador para dentro de suas histórias”. Com o uso do *WhatsApp* no Bom Dia MS, as formas de participações enviadas, contendo fotos pessoais, vídeos e mensagens de texto, mostram uma nova maneira de envolvimento do público com o telejornal. O aumento crescente dessas formas de participação, denota que as pessoas estão participando e se envolvendo com a elaboração do telejornal. Quando um telespectador envia foto do seu café da manhã ou do calor que está fazendo na cidade em que mora, fica claro que o envolvimento vai além de contar histórias: o simples fato de ter uma pequena participação no telejornal ao vivo pressupõe que o telespectador se interessa por esse tipo de envolvimento.

César (2018) afirma que existem telespectadores que já são conhecidos pelos jornalistas da redação do telejornal, e que permitem um relacionamento mais próximo, pois em alguns momentos os profissionais ligam para esses telespectadores pedindo informações das cidades em que moram. Portanto, percebe-se que o uso do *WhatsApp* no Bom Dia MS modificou o envolvimento entre os telespectadores, o telejornal e os apresentadores.

As duas últimas características traçadas por Paternostro (1999) para televisão são a superficialidade e a audiência. O fato de o telejornal ter um ritmo e um timing, faz com que determinados assuntos sejam abordados de forma superficial. O Bom Dia MS durante todo período analisado abordou alguns temas importantes, principalmente no quadro política, como, por exemplo, a Operação Lama Asfáltica⁷. Como já mencionado anteriormente, os apresentadores não faziam uso da participação pelo *WhatsApp* dos telespectadores nesses assuntos para evitar manifestações partidárias ou mensagens agressivas. Em algumas edições, assuntos como estes ocupavam pouco tempo na grade de programação.

Por fim, a característica da audiência, não pôde ser mensurada, apesar de os apresentadores afirmarem que o pico de maior participação dos telespectadores por meio do *WhatsApp* é no horário das

⁶ Disponível em <http://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Exibidoras.aspx?e=87>> Acesso em: 18 fev. 2018.

⁷ Operação deflagrada pela Polícia Federal, Controladoria-Geral da União e Receita Federal em Mato Grosso do Sul que objetivou desbaratar um esquema que desviou recursos públicos por meio do direcionamento de licitações públicas, superfaturamento de obras públicas, aquisição fictícia ou ilícita de produtos, financiamento de atividades privadas sem relação com a atividade-fim de empresas estatais, concessão de créditos tributários com vistas ao recebimento de propina e corrupção de agentes públicos. Disponível em <https://istoe.com.br/pf-deflagra-nova-fase-da-lama-asfaltica-no-ms/>> Acesso em: 12 mar. 2018.

seis horas da manhã. É nesse momento que os apresentadores recebem muitas fotos, mensagens e vídeos dos telespectadores de todo estado. De acordo com o Atlas de Cobertura da Rede Globo, o telejornal Bom Dia MS não aparece entre as 20 maiores audiências da TV Morena em Mato Grosso do Sul. Somente o telejornal MSTV 2ª edição aparece na lista e ocupa a 6ª posição⁸.

Utilizar o *WhatsApp* como ferramenta de participação, possibilitou mudanças sutis na rotina produtiva do Bom Dia MS, que adotou esse modelo de convergência de mídias (televisão e tecnologias digitais móveis) intermediada pela internet, sem saber ao certo como seriam as formas de participação do público. Ao longo do tempo analisado, a pesquisa mostrou que as formas e o tempo de participação foram ganhando novos contornos, como a utilização de vídeos e as formas de fotos selfies, enviadas pelos telespectadores. Houve também um aumento nos quadros de comportamento, saúde e previsão do tempo, por meio de mensagens de texto.

O uso do WhatsApp, no Bom Dia MS, de fato proporcionou aos telespectadores uma nova forma de interagir com os apresentadores e de mostrar quem são essas pessoas que acordam às cinco horas da manhã, compartilhando com várias outras pessoas, que também assistem ao telejornal, fotos, vídeos e mensagens, ainda que banais, mas que despertam um significado de importância ou de interesse tanto para as pessoas enviam, como para os apresentadores que selecionam essas participações para serem exibidas durante a programação.

Targino (2009) mostra que o jornalismo exerce várias funções, entre elas, a informativa, a educativa, a cultural, a de entretenimento, a social e a econômica. Ainda que o Bom Dia MS trate de todas essas funções, algumas mais superficiais que as outras, é claro o modo como o uso do *WhatsApp* no telejornal proporcionou à função do entretenimento um espaço fixo na grade do telejornal, pois não se vê somente informações que atendam critérios de noticiabilidade – raridade, ineditismo, impacto, conflito, escândalo, catástrofe, entre outros.

Aliás, os critérios de noticiabilidade podem ser repensados a partir do uso de redes sociais e dos aplicativos no telejornalismo do Bom Dia MS, pois uma mudança do tempo pode despertar mais atenção do telespectador do que um assunto de conflito político, por exemplo.

Considerações Finais

A televisão, de acordo com Paternostro (1999), combina dois sentidos humanos de forma simultânea: a audição e a visão. No mesmo tempo em que ela se impõe pela informação visual, ela também prende a atenção do telespectador pela informação sonora. Essas são características próprias da natureza desse veículo de comunicação que passaram a contar nos últimos anos com o uso de tecnologias digitais móveis, fazendo com que a rotina produtiva de um telejornal fosse alterada.

O recorte principal desta pesquisa, telejornal Bom Dia MS, foi escolhido por ser o primeiro telejornal da emissora a utilizar o *WhatsApp* como ferramenta de participação do público. As edições analisadas mostraram como o telejornalismo da TV Morena vem utilizando o aplicativo *WhatsApp* como ferramenta de participação do público.

Em linhas gerais, a TV Morena, ao perceber que a cultura de convergência começou a fazer parte do cotidiano de seu público, se arriscou nos caminhos que permitem receber informações instantâneas, que podem colocar em xeque a credibilidade da notícia, mas que, por outro lado, dá ao telespectador a chance para se tornar um colaborador do telejornal.

Ainda que não soubessem ao certo como seria a utilização deste aplicativo na rotina do Bom Dia MS, os apresentadores partiram para uma interação mais coloquial com os telespectadores. Até porque o *WhatsApp* é um aplicativo doméstico, de uso pessoal e instantâneo, que vem inclusive criando uma nova

⁸ Disponível em <http://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Exibidoras.aspx?e=87>> Acesso em: 12 mar. 2018.

linguagem para essa mídia.

A audiência do telejornal Bom Dia MS da TV Morena mostrou-se participativa com certos assuntos do cotidiano como pautas de saúde, previsão do tempo, educação e comportamento, porém ficou limitada a outros como política, agronegócio e economia. As análises desta pesquisa mostraram que entre todas as editorias analisadas, apenas as de comportamento, saúde e previsão do tempo tinham mais participações do público em comparação com as editorias de política, economia, esportes e agronegócio.

Os apresentadores do telejornal Bom Dia MS vêm utilizando o *WhatsApp* mais como ferramenta de participação e interação do que como uma ferramenta para produção de pautas, ainda que todos os jornalistas do Bom Dia MS afirmem que não recebem somente fotos e vídeos de paisagens, café da manhã ou trânsito. Porém, o que ficou evidenciado na pesquisa é que as formas de participação do público se resumem em mostrar o começo do seu dia no telejornal.

Então, o telespectador do Bom Dia MS que utiliza o *WhatsApp* para enviar mensagens para o telejornal não é um colaborador de notícia? Essa audiência de fato é uma colaboradora de conteúdo, no entanto, cabe aos jornalistas do Bom Dia MS selecionar, dentre todos os conteúdos enviados, o que é notícia e o que não é. As sugestões de pauta, por exemplo, só chegam a virar reportagem depois que os apresentadores que administram o aplicativo analisam e verificam se essas informações têm alguma relevância para virar notícia.

Neste sentido, o telejornal Bom Dia MS é quem dita o que pode ou não ser exibido durante a programação, ou seja, o telespectador ainda não tem o poder de alterar o telejornal a partir de suas mensagens enviadas. Há critérios que ainda existem e que limitam o papel da audiência em ser apenas telespectador, ainda que ferramentas digitais os façam reagir às informações.

A reconfiguração da audiência no atual panorama de convergência de mídias mostra que, de fato, ela passou de passiva para ativa. Mas essa noção de “ativa” esbarra em questões políticas e mercadológicas das empresas de comunicação. Essa audiência é ativa, quando reage às demandas proporcionadas pelo telejornal. As inúmeras participações analisadas no Bom Dia MS surgiram a partir de pedidos dos apresentadores que diariamente lembram que existe um canal no telejornal que serve de aproximação, um canal de interatividade que o telespectador tem com o programa. Assim, os jornalistas repetem diariamente: “Participe com a gente, mande uma foto, um vídeo ou uma mensagem, diga-nos como está o tempo na sua cidade hoje”.

E, curiosamente, as pessoas reagem a esse pedido feito pelos apresentadores do Bom Dia MS e enviam suas “obras” para serem exibidas no telejornal. A noção de colaborador de notícia não cabe em sua totalidade para o telespectador do Bom Dia MS, até porque ele é um cidadão comum que acorda às cinco horas da manhã e compartilha momentos de lazer e de rotina com o telejornal. Este telespectador é um colaborador de conteúdo e ele reconfigura o Bom Dia MS para um jornalismo participativo.

Observou-se que o aplicativo mudou a forma de se relacionar com o público, pois os laços se tornaram mais próximos e interativos. O jornalismo realizado no Bom Dia MS ganhou uma característica de revista eletrônica, já que são abordados assuntos leves e de interesse para o público, aliado a notícias que são de relevância para a sociedade.

Dessa forma, o telejornal incluiu em sua programação espaços para a participação do público, que reagiu e atendeu às demandas dos apresentadores. Ainda que enviem mensagens não noticiosas, os telespectadores garantiram um espaço de manifestação no telejornal.

Mas será que os telespectadores realmente gostam dessa forma de participação no telejornal? Ou será que foram condicionados para participarem assim? Esses questionamentos cabem uma nova pesquisa dentro do âmbito da recepção, que compreenda os anseios e os questionamentos da audiência do telejornal Bom Dia MS, já que o atual cenário de convergência de mídias alterou o consumo televisivo, possibilitando a reconfiguração dos usuários dessa mídia. O poder dos telespectadores diante de um quadro de múltiplas plataformas de mídia mostra que, enquanto sujeitos ativos no processo de comunicação,

reagem e produzem sentidos no momento em que assistem à televisão.

Referências

AMORIM, Lidiane Ramires. (Tele)jornalismo participativo: novos olhares sobre as notícias de TV. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, GP de Telejornalismo do IX Encontro dos Grupos/ Núcleos de Pesquisa em Comunicação, Porto Alegre, 2009. **Anais [...]**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do RS, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2048-1.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2017.

AROSO, Inês Mendes Moreira. As redes sociais como ferramenta de jornalismo participativo nos meios de comunicação regional: um estudo de caso. **Biblioteca Online das Ciências da Comunicação**, 2013. Disponível em: [\[http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf\]](http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf) Acesso em: 24 fev. 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo, 70 ed., 2009.

BRAMBILLA, Ana Maria. Olhares sobre o jornalismo colaborativo. In: CAVALCANTI, Mario Lima (org). **Eu, Mídia: a era cidadã e o impacto da publicação**. Brasil: Iventura, 2008, p. 29-44.

BUENO, Thaísa. Cultura de Convergência [Resenha]. **Revista de Estudos da Comunicação**, v.12, n. 28, Curitiba: PUC-PR, 2011. Disponível em: <http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/comunicacao?dd1=5804&dd99=view&dd98=pb> Acesso em: 20 out. 2016.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **A audiência convergida do Telejornal nas Redes Sociais**. Livros LabComCovilhã, UBI, LabCom, 2015. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22458> Acesso em: 15 out. 2016.

CANAVILHAS, João. Del gatekeeping al gatewatching: el papel de las redes sociales en el nuevo ecosistema mediático. In: IRIGARAY, Fernando; CEBALLOS, Dardo; MANNA, Matías (eds.) **Periodismo Digital: convergencia, redes y móviles**. Rosario: Laborde Libros Editor, 2011.

CÉSAR, Ginez. [Ginez César em entrevista]. Entrevistadores: Ana Carolina da Costa Lima Vasques. [arquivo sonoro] Campo Grande/MS: 17 fev. 2018

CORREIA, João Carlos. Ubiquidade: a próxima revolução televisiva. In: SERRA, Paulo (org.). **A Televisão Ubíqua**. Livros Labcom: 2015.

CORREIA, Frederico e AROSO, Inês. A Internet e os novos papéis do jornalista e do cidadão. **Revista Eletrônica Temática**. 06 de agosto, 2007. Disponível em: https://www.academia.edu/2466652/A_Internet_e_os_novos_papéis_do_jornalista_e_do_cidadão Acesso em: 11 out. 2016.

FIGUEIREDO, Pedro de; SAUDINO, Fernanda. Uso do WhatsApp na Construção das Notícias: Reflexões sobre as teorias do Jornalismo na Era Digital. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciência e Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2 ed, 2009.

MATTIELLO, Maureen. [Maureen Mattiello em entrevista]. Entrevistadores: Ana Carolina da Costa Lima Vasques. [arquivo sonoro] Campo Grande/MS 10 Mar. 2018.

MÉDOLA, Ana Sílvia; GRZESIUK, Mariana. A Influência do contexto multimidiático na configuração atual do telejornalismo. **Revista Em Questão**. Porto Alegre, v. 16, n. 1, p. 15-27, jan./jun. 2010.

MORETZSOHN, Silvia. O "jornalismo cidadão" e o mito da tecnologia redentora. **Brazilian Journalism Research**. Volume 11 - Número 2, 2014. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/>

view/751/571>. Acesso em: 24 fev. 2018.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SHOMAKER, Pamela J. **Teoria do Gatekeeping**: construção e seleção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

SOUZA, Évelyn. [Évelyn Souza em entrevista]. Entrevistadores: Ana Carolina da Costa Lima Vasques. [arquivo sonoro] Campo Grande/MS 05 mar. 2018.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo Cidadão informa ou deforma?** Brasília: Ibict - UNESCO, 2009.

Taís Marina Tellaroli é professora do Curso de Pós-graduação em comunicação da UFMS. Campo Grande, MS, Brasil. Contribuições: parte teórica, correções e análise.

Ana Carolina Lima é mestre pela UFMS em Comunicação Social. Campo Grande, MS. Brasil. Contribuições: parte teórica, metodologia, entrevistas e análise.

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

DA GUERRA AO IRAQUE À PRIMAVERA ÁRABE: Mídias digitais e ativismo transnacional

FROM THE WAR AGAINST IRAQ TO ARAB SPRING: Digital media and transnational activism

VIVIAN MANNHEIMER

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) – Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: vmannheimer@gmail.com. ORCID: 0000-0002-4072-8755.

ARTHUR ITUASSU

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) – Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.. E-mail: ituassu@puc-rio.br. ORCID: 0000-0003-4781-1946.

LETICIA CAPONE

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) – Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.. E-mail: leticiacapone@gmail.com. ORCID: 0000-0003-3134-6701.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

MANNHEIMER, Vivian; ITUASSU, Arthur; CAPONE, Leticia. DA GUERRA AO IRAQUE À PRIMAVERA ÁRABE: Mídias digitais e ativismo transnacional. Contracampo, Niterói, v. 38, n.3, p. 94-109, dez./mar. 2019.

Enviado em: 04/11/2018. Revisor A: 03/02/2019; Revisor B: 25/04/2019; Revisor C: 01/07/2019; Revisor C: 12/08/2019. Aceito em: 12/08/2019.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.27239>

Resumo

O objetivo desta pesquisa é identificar os principais atores de dois episódios recentes do ativismo transnacional e o papel das mídias digitais para protestos. A partir de uma revisão de literatura serão estudados dois casos emblemáticos: os protestos coordenados de 15 fevereiro de 2003 contra a iminente Guerra ao Iraque e as manifestações de 2011 no Egito, no contexto da Primavera Árabe. Serão trabalhadas as seguintes questões nos casos estudados: 1) Quem são os principais ativistas nesses dois contextos? 2) Por que trata-se de eventos transnacionais? 3) De que forma as mídias digitais são utilizadas?

Palavras-chave

Ativismo Transnacional; Mídias Digitais; Primavera Árabe; Guerra ao Iraque.

Abstract

This is research aims at identifying the actors of contemporary transnational activism and the role of digital media for protests. Based on a literature review, two emblematic cases of transnational activism will be analyzed: the coordinated protests of 15 February 2003 against Iraq War; and the 2011 demonstrations in Egypt in the context of Arab Spring. The following questions will be explored in this literature review: 1) Who are the main actors behind these protests? 3) What makes these movements transnational? 2) How did they use social media?

Keywords

Transnational Activism; Digital Media; Arab Spring; Anti-War Protests.

Introdução

Já são muitos os estudos que abordam a relação entre ativismo e mídias digitais (BENNET; SERGERBERG, 2011; FARREL, 2012; CASTELLS, 2013, GERBAUDO, 2012; MARICHAL, 2013; HALUPKA, 2016; PRUDÊNCIO; KLEINA, 2017). Nesse contexto, o objetivo deste trabalho é analisar o ativismo concentrando-se em seus atores, utilização de mídias digitais e alcance transnacional. Para isso, será feito um estudo de caso de dois episódios bastante citados na literatura: os protestos simultâneos de 15 de fevereiro contra a Guerra ao Iraque (DELLA PORTA; TARROW, 2005; RUCHT; WALGRAVE, 2010; HABERMAS, 2006); e o levante popular no Egito culminando com a renúncia de Mubarak, em 11 de fevereiro de 2011 (CASTELLS, 2013; GERBAUDO, 2012; HOWARD; HUSSEIN, 2013), no contexto da Primavera Árabe.

Embora o objetivo não seja comparar os dois períodos, apresenta-se o desenvolvimento das mídias digitais e suas possíveis contribuições para o ativismo transnacional. O final dos anos 1990 e vinte anos depois são apontados pela literatura especializada como marcos do ativismo na era digital. O primeiro com uso intenso de sites e blogs e o segundo com o apoio de mídias como o Facebook, Twitter e Youtube (BENNET, 2005; PAPACHARISSI, 2009).

Em 15 de fevereiro de 2003, manifestantes foram às ruas em várias cidades do mundo para protestar contra George W. Bush e sua intenção de atacar o Iraque, em um evento coordenado de forma transnacional entre movimentos sociais. Em 2011, eclodiram protestos em países árabes que terminaram com a queda de ditadores na Tunísia, Egito e Líbia. Os dois casos, estudados a partir de trabalhos já realizados, foram analisados levando-se em conta os seguintes aspectos: 1) o perfil dos ativistas; 2) o que torna esses movimentos transnacionais; 3) a utilização das mídias digitais.

Na primeira parte deste trabalho revisaremos a literatura mais ampla sobre ativismo transnacional e internet. Na segunda, apresentaremos a metodologia e uma breve contextualização dos dois casos. Por fim, faremos a discussão, dividida nas três questões de pesquisa: os ativistas, o caráter transnacional e o papel das mídias digitais para o ativismo.

A partir dos textos e documentos selecionados é possível tecer algumas conclusões: as mídias digitais parecem ter possibilitado um ativismo individual, sem necessariamente organizações por trás; nota-se que apesar da dificuldade de se medir os efeitos políticos diretos causados por essas mídias, há impactos indiretos, como a produção de conteúdo próprio e a difusão de informação; no caso do Egito, diversas pesquisas empíricas mostram evidências de uma comunicação transnacional pelas mídias sociais, apesar dos baixos índices de acesso à internet e a essas mídias.

Ativismo transnacional e mídias digitais: dos protestos contra a guerra ao Iraque às “revoluções do Twitter”

Nesta seção faremos uma breve revisão de literatura sobre ativismo transnacional (PAPACHARISSI, 2009; BENNET, 2005; NORRIS, 2001; GERBAUDO, 2012). Optou-se pelo enfoque em alguns aspectos, como exemplos do ativismo transnacional, o papel mais amplo das mídias sociais para o ativismo e as possibilidades geradas por essas mídias sociais para os chamados contrapúblicos, grupos em desvantagem de poder (DAHLBERG 2011).

Gerbaudo (2012 p. 2) divide o ativismo transnacional em dois momentos: os movimentos antiglobalização dos anos 1990 em que as mídias sociais estavam apenas no começo, e os protestos a partir de 2011, considerado pela Revista Time como o “Ano do Manifestante”.¹ O autor defende que houve uma mudança de direcionamento. Enquanto os movimentos antiglobalização seriam marcados pela ideia de uma minoria oprimida, expressa, por exemplo, nos discursos zapatistas, os movimentos ditos contemporâneos se detêm na ideia de que se trata de uma maioria pedindo mudanças, como se

pode ver em um slogan do movimento egípcio “we are one hand” ou no do Occupy, “somos os 99%” (GERBAUDO, 2012, p. 10). Pipa Norris (2001) lembra que movimentos globais de protesto existem muito antes da internet, como o movimento antinuclear da década de 1950, os protestos contra a Guerra do Vietnã da década de 1960 ou até mesmo os movimentos antiescravagistas e pró-sufrágio do século XIX.

Em uma pesquisa recente, Manuel Castells (2013) estuda uma série de movimentos, entre eles os protestos no Egito em 2011; as manifestações na Islândia no auge da crise econômica de 2008; os Indignados na Espanha; e o movimento Occupy Wall Street. O autor conclui que apesar de terem motivações muito diferentes, esses movimentos apresentam algumas características comuns, como a rejeição a partidos políticos e à mídia tradicional, a falta de uma liderança única e bem definida, além de forte uso das mídias sociais (CASTELLS, 2013). Bennett (2005) chama atenção para a questão de uma coordenação mais difusa nos movimentos contemporâneos da era digital, o que seria reflexo da própria tecnologia. O autor argumenta que esses movimentos têm uma tendência a unir grupos distintos com ideias diferentes, o que pode causar alguma confusão quanto ao objetivo do protesto. Dentro dessa visão, o ativismo em nome dos direitos humanos acaba se baseando em ideias de diversidade e justiça social, gerando um ambiente “mais relaxado”, que o autor chama de “relaxed framing” (BENNET, 2005, p. 205). Com uma abordagem mais sociológica, Castells (2013) estabelece alguns efeitos do uso das ferramentas da web nos movimentos sociais surgidos nas últimas décadas. A horizontalidade das redes, como explica o autor, favorece a cooperação e a solidariedade, ao mesmo tempo que reduz a necessidade de uma liderança formal.

Sobre os efeitos da comunicação digital no ativismo transnacional, uma pesquisa recente (PERON, 2016, p. 175-177) aponta para a ocorrência de cinco categorias: 1) estímulo à configuração da causa. Ou seja, o uso das mídias digitais para a formulação da questão e sua divulgação; 2) multiplicação do engajamento. Isto compreende a colaboração dos ativistas via mídias digitais para conseguir mais adeptos; 3) flexibilização da estrutura. Os movimentos passam a ser virtuais, sem a necessidade de uma sede física, o que confere aos movimentos a possibilidade de se transnacionalizarem; 4) instrumentalização do planejamento. Isso quer dizer que as ferramentas digitais podem ser usadas para que os ativistas tracem planos ou estratégias; 5) diversificação da ação (cibereventos, protestos online e ciberataques).

Uma visão mais pessimista, no entanto, alerta para o risco do chamado *slacktivism* [ativismo de sofá] (MOROZOV, 2011). Trata-se de um ativismo que traz conforto, mas nenhum impacto político ou social. Cria-se a ilusão de se estar fazendo algo significativo apenas por participar de um grupo do Facebook ou dar um *like* em alguma postagem.

As possibilidades que as mídias digitais oferecem para o ativismo, de acordo com Papacharissi (2009, p. 240-241), encaixam-se perfeitamente no modelo de contrapúblicos, em que os públicos menos favorecidos competem para ter voz dentro da esfera pública (FRASER, 2007, p. 116; PAPACHARISSI, 2009, p. 240; AVRITZER; COSTA, 2004). Couldry (2010) dedica-se especificamente a essa característica fundamental que define o ser humano: ter voz sobre algo. Oferecer voz a uma pluralidade de públicos seria, de acordo com o autor, crucial para a legitimidade das decisões de consequências internacionais, como a Guerra ao Iraque.²

Destacando a capacidade das mídias digitais de conectar e sustentar movimentos subversivos, Papacharissi (2009, p. 241) afirma que, em geral, os sites ou redes têm os seguintes objetivos: estabelecer a formação de um movimento, de uma identidade coletiva e mobilizar simpatizantes e organizações ligadas ao tema. Ao mesmo tempo, as mídias digitais também possibilitam um chamado “jornalismo cidadão”, que seria a produção de conteúdo independente, fora do jornalismo convencional (BRUNS, 2014). Castells (2008, p. 82) descreve o novo ambiente midiático como uma “*self mass-communication*”, na qual indivíduos teriam a possibilidade de transmitir imagens e mensagens para um público amplo. Entre as possíveis contribuições das mídias digitais para o ativismo estão a possibilidade de se definir causas, produzir conteúdo próprio e se internacionalizar. Ao mesmo tempo, são percebidas mudanças no ativismo

² Ver a entrevista de Luís Mauro Sá Martinho concedida para a Casa do Saber sobre o livro de Couldry (2010) em: <https://bit.ly/2JGmEZe>. Acesso em: 12 jul. 2019

apontadas como decorrentes das mídias digitais: uma liderança descentralizada, maior diversidade de pautas em protestos e maiores possibilidades de participação para públicos geralmente excluídos.

Metodologia e casos estudados

Como fonte de observação para esse estudo de caso foram escolhidos dois episódios bastante citados na literatura sobre ativismo transnacional: os protestos simultâneos de 15 de fevereiro contra a Guerra ao Iraque (DELLA PORTA; TARROW, 2005; RUCHT; WALGRAVE, 2010; HABERMAS, 2006); e o levante no Egito no contexto da Primavera Árabe (CASTELLS, 2013; HOWARD; HUSSEIN, 2013). O objetivo da seção é apresentar a metodologia e fazer uma breve contextualização dos dois episódios escolhidos.

Metodologia

Esta pesquisa foi feita com base em uma literatura já existente para os dois casos. Os termos foram buscados primeiro em inglês, supondo-se que a ocorrência seria maior, e depois em português. Sobre os protestos contra a Guerra ao Iraque, pesquisou-se “15 February 2003” no Google Acadêmico, que gerou 7.300 resultados. Como muitos deles não tinham a ver com o tema, foram adicionados termos como “anti-war protests”, com 461 resultados e “protests against Iraq war”, com 1010. O estudo mais completo que há sobre esse dia é uma compilação de pesquisas feitas simultaneamente por pesquisadores nos Estados Unidos e na Europa, organizado por Walgrave e Rucht (2010). Também foram encontradas inúmeras notícias de jornal, relatórios de ONGS (SIMONSON, 2003), um artigo de Habermas (2006) sobre os protestos dentro do contexto de uma opinião pública transnacional, além do documentário *We are Many* (2014).

No caso do levante do Egito, o processo foi semelhante, embora tenha sido encontrada uma quantidade maior de material e pesquisas empíricas. Buscou-se os termos “Egypt”, “Arab Spring” e “social media” no Google Acadêmico, com 99.500 ocorrências. O mesmo foi feito posteriormente em português com 1.960 resultados. Foi encontrada uma edição especial do *Journal of Communication* (WILSON; DUNN, 2011; COTTLE, 2011; LOTAN, 2011), além de pesquisas de campo (GERBAUDO, 2012; CASTELLS, 2013) e a autobiografia do executivo do Google apontado como uma figura influente na organização dos protestos no Egito (GHONIM, 2012).

Além de diversos editoriais, matérias e especiais de jornais, também foi identificado um projeto da Universidade de Washington, nos EUA, com a publicação de dois relatórios extensos sobre os acontecimentos (HOWARD, 2011; HOWARD; HUSSAIN, 2013). Feito o levantamento da bibliografia, tratou-se de identificar no material os trechos que trabalhassem as três questões de pesquisa: 1) os principais atores do ativismo digital nos dois episódios estudados; 2) as características transnacionais do ativismo; 3) a utilização das mídias digitais.

Sobre a metodologia proposta é preciso fazer algumas relativizações. É importante notar que este trabalho utiliza uma metodologia qualitativa de análise de caso, técnica de pesquisa que, para alguns, pode ser identificada como menos fidedigna ou intuitiva de observação (DUARTE, 2006, p. 215). No entanto, adota-se a ideia de Yin (2001, p. 32) de que, em geral, os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo “como” e “por que”, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real. A intenção aqui não é a de generalizar. E sim, a partir de uma revisão de literatura sobre os casos propostos, apresentar uma visão, uma narrativa, um recorte, sobre o ativismo transnacional, de modo que, devido a diferença de tempo entre os dois episódios, fosse possível fazer uma análise longitudinal.

“Não em meu nome”: os protestos contra a Guerra do Iraque

Em 15 de fevereiro de 2003, milhões de pessoas em centenas de cidades foram para a rua com cartazes de *Not in my name*, *No blood for oil*, *The world says no to war* em uma ação coletiva e organizada contra a Guerra do Iraque. Foi reportado algum tipo de protesto em 600 cidades. Observa-se na literatura alguns superlativos, como o maior protesto da história da humanidade (WALGRAVE e RUCHT, 2010 p. 7), a maior manifestação desde a II Guerra Mundial (HABERMAS e DERRIDA, 2006 p. 40) ou ainda os maiores protestos nos Estados Unidos desde a Guerra do Vietnã (VERHLUST, 2010 p. 1).

Os esforços para a organização conjunta de um protesto começaram alguns meses antes da declaração formal de guerra. Depois de uma reunião em Barcelona, em 2002 a ideia ganhou força no primeiro Fórum Social Europeu realizado em novembro do mesmo ano em Florença, na Itália (VERHLUST, 2003 p. 9).

Figura 1 – Número Estimado De Manifestantes Por Cidade Em 15 de Fevereiro de 2003



Fonte: BBC News UK, 2003³

We are all Khaled Said: os protestos no Egito em 2011

No final de 2010, eclodiram protestos em diversos países árabes que terminaram com a queda

³ Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/2765215.stm>. Acesso em: 12 jul. 2019.

de Zine El Abidine Ben Ali na Tunísia, Hosni Mubarak no Egito e Muamar Kadafi na Líbia. As manifestações também chegaram à Síria, Argélia, Iraque, Jordânia, Omã e Iêmen. A Primavera Árabe, como ficou conhecida essa série de protestos, foi chamada ainda de revolução das mídias sociais, revolução do Facebook, revolução do Twitter, ou ainda revolução wiki (FARRELL, 2012; HOWARD, 2011; 2013; COTTLE, 2011). As reivindicações variavam, pediam o fim da corrupção, melhorias na qualidade de vida, mais emprego, liberdade política, democracia e direitos humanos (BEISSINGER et al., 2015). O “levante” egípcio começou alguns dias depois da derrubada do presidente tunisiano Ben Ali. Em 25 de janeiro de 2011, data que se tornaria uma das hashtags mais usadas no Twitter, milhares de egípcios foram para as ruas protestar contra a ditadura de Hosni Mubarak, no poder havia 30 anos. Após 18 dias de protestos, que tiveram como base a praça Tahrir no centro do Cairo, Mubarak renunciou ao cargo.

Discussão

Aqui são apresentadas informações coletadas na literatura sobre o tema. Em cada subseção será discutida uma das três questões de pesquisa: 1) O perfil dos ativistas nesses dois contextos; 2) o papel das mídias digitais em ambos os episódios; 3) os elementos que tornam esses protestos transnacionais.

De coalizões organizadas a ativistas “solitários”

Nesta subseção são identificados os principais atores que participaram desses dois episódios, especialmente, os que utilizaram as mídias sociais e atuaram de forma transnacional. De um modo geral, os dois casos contam com um papel ativo por parte de organizações da sociedade civil, mas no caso do Egito percebe-se ativistas que, de forma individual, se utilizam do Facebook, Twitter e Youtube para divulgar a causa e fazer denúncias.

Sobre os protestos contra a Guerra ao Iraque, as coalizões de movimentos sociais anti-guerra tiveram um papel central (SIMONSON, 2003). Entre elas, a coalizão *Win Without War* (WWW)⁴ e a *United for Peace and Justice Coalition*,⁵ nos Estados Unidos; a *Stop the War*,⁶ no Reino Unido e a *Act Now to Stop War (ANSWER)*,⁷ no âmbito internacional. A *Win Without War coalition* (WWW), formada em 2002 pelo ex-parlamentar norte-americano Tom Andrews diante das ameaças contra o Iraque, existe até hoje, opondo-se a qualquer interferência dos EUA no Oriente Médio, Afeganistão ou Iraque. No Reino Unido, a *Stop the War Coalition* (STWC) seria a mais conhecida e teve uma participação importante na organização dos protestos tanto na Inglaterra quanto em outros países da Europa (SIMONSON, 2003, p. 6).

Um amplo estudo de Walgrave e Rucht (2010) aplicou o mesmo questionário em oito países da Europa para comparar a ação de manifestantes no Reino Unido, Espanha, Itália, Holanda, Alemanha, Suíça e Bélgica. Quanto ao perfil do manifestante “médio”, nos oito países estudados, a pesquisa indica alta escolaridade, e uma participação bastante expressiva de mulheres e jovens (WALGRAVE; RUCHT, 2010 p. 265). Em uma análise sobre os participantes dos protestos de 15 de fevereiro, Bennett (2010) acredita que uma das características dos atores desse protesto seriam “identidades políticas complexas”. Por terem vários interesses e participarem de redes de diferentes reivindicações, esses indivíduos fariam a causa circular em comunidades diversas, o que não ocorria algumas décadas antes, em que os manifestantes eram mais concentrados em uma questão específica. Uma outra característica dos manifestantes apontada por alguns autores seria a grande quantidade de participantes sem experiência prévia em protestos ou

⁴ Disponível em: <http://winwithoutwar.org/>. Acesso em: 12 jul. 2019.

⁵ Disponível em: <http://www.unitedforpeace.org/>. Acesso em: 12 jul. 2019.

⁶ Disponível em: <http://www.stopwar.org.uk/>. Acesso em: 12 jul. 2019.

⁷ Disponível em: http://www.answercoalition.org/who_we_are. Acesso em: 12 jul. 2019.

relações com os movimentos sociais por trás da organização (TARROW; McADAM, 2005; BARKHAM, 2013).

Wall e Zahed (2012) sugerem que a comunicação política por meio de mídias participativas foi amplificada, lançando vozes individuais para redes maiores. O estudo acredita que o Youtube e outras mídias digitais foram usadas como ferramenta política para criar uma dissidência egípcia personalizada (WALL; ZAHED, 2012, p. 9). Uma figura sempre associada à articulação dos protestos pelo Facebook é Wael Ghonim.⁸ Nascido em 1980 no Cairo, formou-se em engenharia elétrica e fez pós-graduação em uma universidade internacional. Trabalhou no Google como Gerente de Marketing para o Oriente Médio, cargo baseado em Dubai. Foi de lá que ao ver as fotos do corpo de Khaled Said, o jovem espancado pela polícia, Ghonim disse ter criado sozinho, e sem se identificar, a página *We are all Khaled Said*, (GHONIM, 2012).⁹

Uma outra ativista muito citada na mídia sobre a revolução no Egito é Asmaa Mafouz, uma jovem de 26 anos formada pela Universidade do Cairo e uma das fundadoras do Movimento 6 de Abril, criado em 2008 inicialmente para apoiar greves de trabalhadores do setor têxtil e que teve uma participação importante na convocação dos protestos contra o regime de Hosni Mubarak.¹⁰ A ativista gravou dezenas de vídeos, sempre falando de perto para a câmera. Em um desses vídeos,¹¹ postado no Youtube em 18 de janeiro, ela dizia que iria para a Praça Tahrir no dia 25 lutar pelos seus direitos e pedia a todos que fizessem o mesmo. A ativista, que chegou a ser presa, foi indicada ao prêmio Nobel da Paz de 2011 (WALL; ZAHED, 2012).

GERBAUDO (2012) afirma que a maioria dos manifestantes morava nos bairros nobres, estudava em universidades internacionais e costuma viajar para a Europa e os Estados Unidos. Em uma pesquisa sobre os manifestantes no Egito, Beissinger et al. (2015) apontaram para o seguinte perfil: idade acima dos 30 anos e alta escolaridade. Quanto a ocupação, a mesma pesquisa concluiu que mais da metade dos manifestantes, 55%, pertenciam ao que o autor chamou de classe-média urbana: profissionais liberais, funcionários ou diretores de instituições, do setor público ou privado. Em uma pesquisa para identificar a ocupação dos usuários do Twitter durante os protestos no Egito, Lotan (2011) fez um mapeamento dos tipos de atores que participaram da conversa política utilizando as hashtags #25jan e #egypt. Os usuários que mais utilizaram essas hashtags foram blogueiros, jornalistas, ativistas e os chamados “bots”, contas de serviços automáticos. Organizações e movimentos tradicionais já existentes também atuaram online em prol dos levantes. Um exemplo, apontado por Peron (2016), é a Irmandade Muçulmana, um dos maiores opositores do regime de Mubarak. O site oficial da organização, de acordo com a autora, teria tido um papel importante durante os protestos, oferecendo conteúdo em árabe e inglês. Howard e Hussain (2013, p.3) sugerem que os primeiros meses das manifestações tanto no Egito quanto na Tunísia não foram apoiados apenas pelos atores políticos tradicionais, como sindicatos, partidos ou grupos religiosos. Os protestos teriam criado redes de pessoas, muitas delas sem um histórico prévio de ativismo, como jovens empreendedores, funcionários públicos, grupos de mulheres e a classe média urbana.

Para concluir, parte da literatura sobre os protestos de 2003 aponta para um protagonismo dos movimentos sociais, que se organizaram de forma transnacional em fóruns presenciais e também online. Em relação ao Egito, encontra-se casos de ativistas individuais que alcançaram enorme visibilidade na web para divulgar a causa e informações sobre protestos. Nos dois casos, os trabalhos revisados apontam para um perfil parecido, o predomínio de ativistas de classe média, muitos sem um histórico de engajamento político.

⁸ Sobre o papel de Ghonim, ver Arab spring: Google's Wael Ghonim on the fall of Mubarak. The Guardian, 18 maio 2011. Disponível em: <https://goo.gl/3lhtS7>; Ativistas da Primavera Árabe são favoritos ao Nobel da Paz. Veja.com, 6 out. 2011. Disponível em: <https://goo.gl/7lcyUH>;

⁹ Na palestra Vamos projetar mídias sociais que levem a mudanças reais, realizada no evento Ted Global em 15 de dezembro, Genebra. Disponível em: https://www.ted.com/talks/wael_ghonim_let_s_design_social_media_that_drives_real_change?language=pt-br. Acesso em: 12 jul. 2019.

¹⁰ Sexo feminino se destaca nas redes sociais, Folha de S. Paulo, 19 mar. 2011. Disponível em: <https://goo.gl/3bSfCU>; Prêmio Nobel reconhece papel das mulheres na revolução, 08 out. 2011. Disponível em: <https://goo.gl/F5ELsk>.

¹¹ Disponível em: <https://bit.ly/2ke9ITM>. Acesso em: 14 ago. 2019.

Os protestos e a internet: do e-mail às redes sociais

Esta seção faz um apanhado dos possíveis papéis das mídias digitais nos dois casos, incluindo a forma como foram usadas para divulgação da causa, mobilização, convocação de protestos e produção de conteúdo. Sobre os protestos no Egito, que apresentam uma quantidade maior de pesquisas empíricas, serão exibidos dados sobre a penetração da internet nesses países, indicando que as redes sociais talvez tenham tido um alcance menor do que o estimado.

Quanto à mobilização para o 15 de fevereiro, Vehrlust (2003 p. 13) acredita que foi possível graças a dois mecanismos interligados: a dinâmica presencial dos fóruns sociais, que na época eram anuais, e a comunicação eletrônica. Nota-se que são citados praticamente apenas listas de e-mail e sites. Assim, a lista de e-mail das organizações possibilitava a comunicação entre os encontros presenciais nos fóruns sociais, como o de Florença em 2002 e o de Porto Alegre, em 2003 (VERHLUST 2010, p.13). Por mais que hoje possa parecer algo sem importância, na época tal ferramenta parece ter sido o que possibilitou a combinação de um dia internacional de protestos com os mesmos slogans e cartazes (TARROW; McADAM, 2005; BENNETT, 2010).

Simonson (2003) destaca o papel do site MoveOn.¹² A plataforma, que disponibiliza links para assinatura de petições, permite doações e o lançamento de campanhas de *crowdfunding*, contava na época com mais de 750 mil membros só nos Estados Unidos. O site teria se tornado uma das organizações mais conhecidas do movimento anti-guerra. Para Wes Boyd, o fundador da plataforma, a MoveOn foi pensada para conectar aqueles que não apoiam a guerra, mas que nem sempre sentiam-se confortáveis de mostrar sua posição indo para a ruas. John Rees, um dos principais coordenadores da *Stop the war coalition*, teria dito que grande parte da organização do 15 de fevereiro foi feita por e-mail, mensagens de texto por celular e um material gráfico feito por designers profissionais (SIMONSON, 2003 p.7-12).

Já nos protestos do Egito, o exemplo mais emblemático da articulação online talvez tenha sido a página no Facebook “Somos Todos Khaled Said”, criada pelo executivo do Google, Wael Ghonim, em 2010 (HOWARD; HUSSAIN, 2013; PAVLIK, 2011). Feita primeiro em árabe e depois em inglês, tratava-se de uma página de protesto pela morte de um jovem egípcio espancado pela polícia por ter divulgado um vídeo denunciando corrupção policial.¹³ O assassinato do jovem e a criação da página foram apontados não só como o estopim para o início dos protestos no país, mas também como um marco para o uso das mídias sociais na configuração dessa causa. De acordo com alguns autores, páginas como essa foram elementos que ajudaram na articulação e fomento dos protestos nos países árabes (CASTELLS, 2013; PAVLIK, 2011, GHONIM, 2012, PERON, 2016).

Mason (2012) lista as funcionalidades do que chamou de conjunto completo das ferramentas de informação utilizadas pelos ativistas. O Facebook teria sido usado para formar grupos e estabelecer conexões, o Twitter teria tido a função principal de difundir notícias em tempo real e informações sobre a logística dos protestos de rua. O Youtube e sites voltados para fotografia, como o Instagram, Flickr ou Twitpic teriam tido a função de mostrar os protestos em curso, assim como a de denunciar a repressão. Gerbaudo (2012 p.3) aponta para o intenso uso do Twitter como forma de levar as pessoas para as ruas, uma vez que os protestos no Egito tinham como característica a ocupação física do espaço público. Uma outra linha de raciocínio argumenta que a repressão dos regimes leva naturalmente às mídias sociais, por se tratar de um espaço de expressão e pouco controle. Dentro dessa perspectiva, a popularidade de tais mídias teria sido impulsionada pela repressão nos outros meios de comunicação (HOWARD; HUSSAIN, 2013; COTTLE, 2011). Outro papel atribuído às mídias digitais diz respeito à produção de conteúdo próprio.

¹² <https://front.moveon.org/>

¹³ “Movement Began With Outrage and a Facebook Page That Gave It an Outlet,” says Jennifer Preston. The New York Times, 05 fev. 2011. Disponível em: <https://goo.gl/ogx0Q>.

Castells (2013) acredita que os vídeos mostrando a violência da polícia em relação aos manifestantes podem ter contribuído para a mobilização contra Mubarak.

Um fator que precisa ser levado em conta na análise do papel das redes sociais nos protestos do Egito é a questão do acesso à internet e a penetração dessas mídias no país. Em 2011, somente 25% das casas egípcias tinham internet, apenas 4% dos egípcios adultos tinham uma conta no Facebook e 0,15% eram membros do Twitter (DUBAI SCHOOL OF GOVERNMENT, 2011a). O estudo também concluiu que a comunicação no Twitter é praticamente toda feita por alguns usuários de “elite”. Desse modo, do total de usuários, apenas uma minoria seria realmente ativa na produção de conteúdo e a maioria estaria utilizando o Twitter como um feed de notícias (DUBAI SCHOOL OF GOVERNMENT, 2011b, p.15). Uma explicação possível para a baixa penetração dessa mídia social no país apontada por Wilson e Dunn (2011 p. 1248) seria que diferentemente do Facebook, o Twitter não contava na época com uma interface em árabe.

Apesar do pouco uso do Twitter em relação ao Facebook foi encontrada uma grande quantidade de estudos que analisam essa mídia (HOWARD, 2011; HOWARD; HUSSAIN, 2013; LOTAN, 2011; DUNN; WILSON 2011). A razão provável é o fato do Twitter ser completamente público. Dada a baixa penetração da internet e, conseqüentemente, das redes sociais no país, muitos argumentam que o papel dessas mídias pode não ter sido central (HOWARD; HUSSAIN, 2013; BEISSINGER et al., 2015), embora admitam que tiveram conseqüências, como uma mudança no tipo de utilização, de puro entretenimento para o uso político (DUBAI SCHOOL OF GOVERNMENT, 2011a).

Para concluir, nos dois episódios do ativismo transnacional estudados observa-se um papel de destaque das mídias digitais, evidentemente, levando-se em conta os diferentes estágios da tecnologia nos dois momentos. Se no final dos anos 1990, o ativismo internacional se centrava muito em listas de e-mail, sites e blogs, no caso dos protestos no Egito, relatórios e pesquisas empíricas apresentam conversas nas redes sociais e conteúdo diversificado para chamar a atenção para a causa, apoiar as mobilização na rua e, como veremos a seguir, se espalhar por países vizinhos e distantes. A baixa penetração da internet na época no país, entretanto, não pode ser ignorada.

O caráter transnacional dos protestos

Esta seção reúne as características transnacionais dos dois casos. Sobre os protestos contra a guerra do Iraque, abordaremos a coordenação internacional e a comunicação entre organizações. Também se discute a importância do contexto interno para protestos transnacionais, assim como a ideia de uma opinião pública transnacional. No caso dos protestos no Egito, são apresentadas pesquisas empíricas em redes sociais que mostram uma conversa transnacional sobre os acontecimentos no Egito.

Os protestos de 15 de Fevereiro foram concebidos já com a ideia de se tornar um evento transnacional. Pode ser justamente a coordenação internacional que o distingue de outras formas de ação simultânea (VERHLUST 2010 p. 15). Desde os ataques de 11 de setembro de 2001, movimentos contra a Guerra ao Iraque vinham se intensificando, seja na forma de vigílias pela paz, petições pela internet, propagandas anti-guerra, palestras, teatro de rua ou outras manifestações culturais (SIMONSON, 2003). Entre 23 e 27 de janeiro de 2003, o chamado para um protesto internacional contra a guerra foi reforçado no Fórum Social Mundial de Porto Alegre, onde foi realizado um *workshop* dedicado exclusivamente ao planejamento dos protestos de 15 de Fevereiro, com a presença da ANSWER, a mesma rede responsável pela organização dos protestos nos EUA (VERHLUST, 2010 p. 12).

Ser um movimento transnacional não quer dizer que em todos os lugares ocorra da mesma forma. Uma das principais conclusões de Walgrave e Rucht (2010) foi que embora os protestos nos países estudados tivessem sido semelhantes quanto a ação, slogans, cartazes e atmosfera pacífica, apresentaram especificidades próprias. Percebe-se, por exemplo, que nos países cujos governos se posicionaram a favor da guerra, como Estados Unidos, Inglaterra, Itália e Espanha, ocorreram as maiores manifestações.

Alguns trabalhos sobre o período ressaltam que os protestos de 15 de Fevereiro, e todo o movimento maior contra a guerra, evidenciaram o surgimento de uma sociedade civil mundial (PEREIRA, 2003; TYLER, 2003). Alguns dias depois das manifestações, Tyler (2003) referiu-se ao ato simultâneo como a expressão de uma nova potência. De acordo com ele, desde 15 de fevereiro de 2003 haveria “duas potências no planeta: os Estados Unidos e uma opinião pública mundial”. Em uma entrevista, Habermas (2003) defendeu que os protestos de 15 de Fevereiro na Europa significaram o nascimento de uma opinião pública europeia (HABERMAS, 2006, p. 40). O entrevistador, Albrecht von Lucke¹⁴ faz a seguinte pergunta a Habermas¹⁵:

Quando você se refere às manifestações de 15 de fevereiro como o nascimento de uma nova esfera pública europeia, você está referindo-se a Londres, Roma, Madri, Barcelona, Berlim e Paris. No entanto, os protestos, que se estenderam também de Jacarta a Washington seriam algo maior? Não teriam sido um manifesto de um novo público global?¹⁶ (HABERMAS 2006 p. 55-56).

Habermas responde:

Suspeito que as razões e os motivos para os protestos no Ocidente e no Oriente (islâmico), não eram os mesmos. Além disso, um público global intermitente – um que ocasionalmente centra-se em temas específicos – tem emergido repetidas vezes desde a Guerra do Vietnã, principalmente, o que é interessante, em resposta a massacres e guerras. As pessoas através das fronteiras culturais parecem concordar mais facilmente em sua raiva espontânea diante de grandes violações aos direitos humanos. No entanto, nem todos os horrores geram uma mesma atenção, o que se pode perceber com Ruanda ou o Congo (HABERMAS, 2006 p. 55-56).

Já na literatura selecionada para o caso do Egito quanto ao caráter transnacional percebe-se que o Twitter foi a mídia social mais associada a uma comunicação internacional (WILSON; DUNN, 2011; HOWARD et al, 2011; PERON, 2016). Wilson e Dunn (2011 p. 1248) recolheram dados do Twitter entre 21 de janeiro a 11 de fevereiro, dia da renúncia de Mubarak, utilizando a hashtag #jan25, o dia do maior protesto no Cairo. O trabalho sugere que grande parte desses *tweets* foram enviados de fora do país. Considerando apenas os *tweets* em inglês, a pesquisa concluiu que apenas 35% das contas eram do Egito. Como se pode ver na FIGURA 2, dos 65% restantes, a maioria das contas vinha de países ocidentais e uma minoria de outros países do Oriente-Médio e Norte da África (DUNN; WILSON 2011, p.1250).

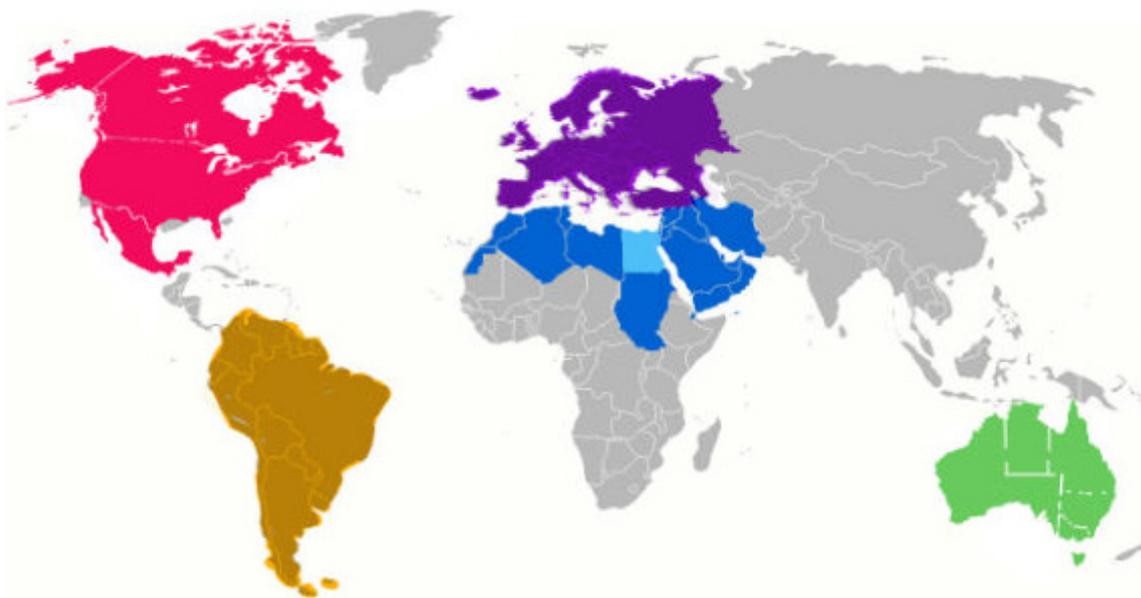
Figura 9 – Distribuição Geográfica Dos Usuários Mais Ativos Do Twitter (#25jan)¹⁷

¹⁴ A entrevista conduzida por Albrecht von Lucke com Habermas e Derida, foi publicada no Journal Blätter für deutsche und internationale Politik, em 2003 e em HABERMAS, 2006.

¹⁵ Tradução livre tanto para a pergunta quanto para a resposta.

¹⁶

¹⁷ Cabe uma observação: MENA é a categorização do Banco Mundial para países do Oriente Médio e Norte da África.



Fonte: DUNN e WILSON (2011)

A ideia mais comum sobre a Primavera Árabe – e inclusive o que lhe confere um nome – seria o efeito em cascata dos protestos dentro da região. Howard (2011) aponta para uma “viralização dos valores democráticos” pelas redes, o que teria ajudado a espalhar as reivindicações pelos países árabes a partir da renúncia de Ben Ali na Tunísia.

Certamente, a mídia também tem um papel transnacional no que diz respeito à difusão de notícias. A Al Jazeera costuma ser apontada como um ator importante, inclusive, como fonte para outras organizações como *The New York Times*, *BBC*, *Huffington Post* e *Reuters* (HOWARD; HUSSAIN, 2013; PERON, 2016). A cobertura da Al Jazeera foi considerada marcadamente contrária ao governo de Mubarak, tendo inclusive sido retirada do ar em 30 de janeiro de 2011 com a justificativa de parcialidade (RAMADAN, 2012). Analisando os blogs políticos no Egito, Howard (2011) concluiu que nenhum dos sites mapeados continham links para fontes de notícia regionais, como *Al Jazeera* e *Al Arabya*, e sim apenas para fontes internacionais, como *BBC*, *CNN* e *The New York Times* (HOWARD, 2011, p. 4). Uma explicação possível, segundo Howard (2011) é que essas fontes contariam com mais credibilidade para os usuários de fora da região.

Desse modo, uma linha da literatura argumenta que o ativismo transnacional contemporâneo, em grande medida devido às mídias digitais, favorece o surgimento de uma opinião pública transnacional e a internacionalização de causas. No caso do Egito, é preciso levar em conta que as pesquisas só consideravam posts e hashtags em inglês, o que certamente reduz a quantidade de participantes. Desse modo, há evidências de comunicação transnacional pelas redes sociais, mas os números devem ser relativizados em relação ao percentual da população que as utilizou.

Considerações finais

Esta pesquisa teve como objetivo principal identificar a atuação de ativistas transnacionais por meio da comunicação digital. A escolha dos casos em períodos diferentes, os protestos contra a Guerra ao Iraque, em 2003, e o Levante Egípcio, em 2011, no contexto da Primavera Árabe, permitiu traçar o desenvolvimento das mídias digitais para o ativismo.

Foi feita uma breve revisão de literatura sobre as possibilidades das mídias digitais para o ativismo transnacional e os chamados contrapúblicos. Na segunda seção foi apresentada a metodologia assim como uma breve contextualização dos dois episódios. Na terceira, fez-se a discussão com o material coletado sobre as três questões de pesquisa: os principais atores a frente das mobilizações; 2) o que torna esses movimentos transnacionais; 3) a utilização das mídias digitais.

Os protestos de 15 de fevereiro de 2003 chamam atenção pelo objetivo de se criar um movimento transnacional desde o início, o que foi alcançado devido à articulação entre movimentos sociais de países diferentes, com uma combinação de mídias digitais e encontros físicos. A iminência de uma Guerra contra o Iraque teria sido tratada como uma questão global, cujos efeitos poderiam ter implicações para países diferentes, sejam violações aos direitos humanos no Iraque, gastos excessivos para os Estados Unidos ou. Sendo assim, teria havido uma mobilização transnacional para tentar impedi-la.

Na época, início dos anos 2000, apesar da internet já ter sido implementada, as redes sociais ainda estariam em um estágio inicial. A comunicação digital, entretanto, por meio de e-mail, celulares, sites, blogs e páginas de *crowdsourcing* teria sido fundamental, se não decisiva, para a organização dos protestos. Quanto a atores, percebe-se um claro protagonismo dos movimentos sociais, principalmente, anti-guerra que vinha se formando desde os ataques do 11 setembro nos Estados Unidos.

Já no caso da mobilização no Egito, nota-se uma forte presença de indivíduos sem organização por trás, apesar dos movimentos sociais e também as mídias locais terem sido apontados como atores indispensáveis. Um público identificado foi o de jovens universitários ou já diplomados, em sua maioria de classe média, alguns agindo nas redes sociais por conta própria. Uma característica transnacional constantemente associada aos eventos no Egito seria o efeito em cascata dos protestos pela região, o que pode ser deduzido, porém não comprovado. Também há uma quantidade significativa de estudos já feitos no Twitter, a partir da ferramenta de geolocalização e indexação por hashtags, que indicam a existência de uma conversa transnacional sobre a situação política do país. Como na época o Twitter não contava com uma interface em árabe, uma conclusão possível é que essa mídia social acabou sendo mais utilizada por um público de fora do país, enquanto os egípcios utilizavam o Facebook.

Esta pesquisa é um breve levantamento sobre o ativismo transnacional e apresenta uma visão dentre as muitas possíveis. Apesar de ter gerado um gama de novas questões que precisarão ser abordadas futuramente, é possível tecer algumas conclusões: 1) As mídias sociais parecem ter viabilizado um ativismo individual. Se no caso dos protestos contra a Guerra do Iraque a organização partiu principalmente de movimentos sociais, no caso do Egito, quando já há Facebook e Twitter, nota-se uma influência forte de indivíduos sem organização que utilizam as mídias digitais para mostrar descontentamento ou divulgar manifestações; 2) percebe-se na literatura revisada dos dois casos uma predominância de indivíduos de classe média e alta escolaridade; 3) conclui-se também que para se pensar o papel das mídias sociais no ativismo é preciso levar em conta seus índices de penetração, uma vez que parecem indicar que o acesso não é de todos; 4) conclui-se ainda que apesar de não ser possível medir efeitos políticos causados diretamente pelas mídias sociais, há uma série de outros efeitos indiretos, como a produção de conteúdo próprio, a diversidade de causas, coordenação mais descentralizada ou a possibilidade de não precisar mais de um espaço físico; 5) É certo que no caso dos protestos do Egito e da Primavera Árabe, em geral, as mídias sociais tiveram um papel importante para formar um público em torno da questão, divulgar conteúdos e informações, mas é preciso ter em mente que a quantidade de pessoas que usaram as mídias sociais para protestar de alguma

forma corresponde a uma parcela muito pequena da população.

Este estudo esbarrou em alguns limitadores. Além dos poucos trabalhos sobre ativismo encontrados em português, a grande maioria da bibliografia utilizada foi produzida por pesquisadores da Europa e Estados Unidos, o que certamente confere um olhar específico sobre o ativismo e os casos estudados. Além disso, trata-se de uma pequena amostra da literatura sobre um tema, bastante vasta e complexa.

Referências

AVRITZER, Leonardo.; COSTA, Sérgio. Teoria crítica, democracia e esfera pública: concepções e usos na América Latina. **Dados: Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 47, n. 4, 2004, p.703-72.

BARKHAM, Patrick. Iraq war 10 years on: mass protest that defined a generation. **The Guardian**. 15 fev. 2013. <https://www.theguardian.com/world/2013/feb/15/iraq-war-mass-protest>. Acesso em: 20 ago. 2019.

BEISSINGER, Mark. R; JAMAL, Amaney; MAZUR, Kevin. Explaining Divergent Revolutionary Coalitions: Regime Strategies and the Structuring of Participation in the Tunisian and Egyptian Revolutions". **Comparative Politics**, v.48, n.1, p. 1-24, 2015.

BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 10, n. 2, 2014. Disponível em: <https://bit.ly/2mwYpmX>. Acesso em: 20 ago. 2019.

BENNETT, Lance. Social Movements beyond Borders: Organization, Communication, and Political Capacity. In: Della Porta, Donatella.; TARROW, Sidney (European University Institute, Florence; Cornell University.). **Two eras of transnational activism**. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, Kindle Edition, 2005.

BENNETT, Lance; GIVENS, Terri; BREUNIG, Christian. Crossing Political Divides: Communication, Political Identification, and Protest Organization. In: WALGRAVE, Stefaan; RUCHT, Dieter (Orgs.). **The world says no to war**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2010.

BENNETT, Lance; SERGERBERG, Alexandra. Social Media and the Organization of Collective Action: Using Twitter to Explore the Ecologies of Two Climate Change Protests. **The Communication Review**, vol. 14, n. 3, 2011

CASTELLS, Manuel. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, 2008.

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

COTTLE, S. Media and the Arab uprisings of 2011: Research notes. **Journalism**, v. 12, n. 5, p. 647-659, 2011.

COULDRY, N. **Why voice matters**. Sage Publications, London 2010.

DAHLBERG, Lincoln. Re-constructing digital democracy: An outline of four 'positions'. **New Media & Society**, v. 13, n. 855, 2011. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444810389569>. Acesso em 14 ago. 2019.

DERRIDA, Jacques; HABERMAS, Jürgen. Core Europe as Counterpower? Follow-up Questions. In: HABERMAS, Jürgen. (Org.). **The Divided West**. Cambridge, UK: Wiley, Kindle Edition, 2006.

DELLA PORTA, Donatella; TARROW, Sidney. **Transnational Protest and Global Activism**. Lanham, Maryland: Rowman e Littlefield, 2005.

DUARTE, Jorge. Estudo de caso. In: BASTOS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

DUBAI SCHOOL OF GOVERNMENT. Facebook Usage: Factors and Analysis. **Arab Social Medi Report**, v. 1 n. 1, 2011a. Disponível em: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/dsg/unpan044212.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2019.

DUBAI SCHOOL OF GOVERNMENT. Civil Movements: The Impact of Facebook and Twitter. **Arab Social Media Report**, v. 1, n. 2, 2011b. Disponível em: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/dsg/unpan050860.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2019.

FARRELL, Henry. The Consequences of the Internet for Politics. **Annual Review of Political Science**, v.15, p. 35–52, 2012.

FRASER, Nancy. Transnationalizing the Public Sphere: On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World. **Theory, Culture and Society**, v. 24, 2007.

GERBAUDO, Paolo. **Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism**. London: Pluto press, 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-85292008000300001>. Acesso em: 13 ago. 2019.

GHONIM, Wael. **Revolution 2.0: The power of people is greater than people's on power**. Boston, Massachusetts: Houghton Mifflin Harcourt, 2012.

HABERMAS, Jürgen; DERRIDA, Jacques. February 15, or what binds Europeans. In: HABERMAS, Jürgen (Org.). **The Divided West**. Manchester, UK: Wiley, Kindle Edition, 2006.

HALUPKA, Max. The rise of information activism: how to bridge dualisms and reconceptualise political participation. **Information, Communication & Society**, 10 jan. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.111987>. Acesso em: 17 ago. 2019.

HOWARD, Philip et al. Opening Closed Regimes: What Was the Role of Social Media During the Arab Spring? **Project of Information Technology and Political Islam**. University of Washington, 2011. Disponível em: <https://bit.ly/1Lf5hOL>. Acesso em: 15 ago. 2019.

HOWARD Philip; HUSSAIN, Muzammil. **Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

LOTAN, Gilad et al. The Revolutions Were Tweeted: Information Flows During the 2011. Tunisian and Egyptian Revolutions. **International Journal of Communication**, 2011.

MARICHAL, Jose. Political Facebook groups: Micro-activism and the digital front stage. **First Monday Journal**, v. 18, n. 12, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/2lAcXVB>. Acesso em: 12 ago. 2019.

MASON, Paul. **Why it's Kiking off everywhere: The new global revolutions**. London, 2012

MOROZOV, Evgeny. **The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom**. New York: PublicAffairs, 2011.

NORRIS, Pippa. **Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide**. New York: Cambridge University Press, 2001.

MOROZOV, Evgeny. **The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom**. New York: PublicAffairs, 2011.

PAPACHARISSI, Zizi. The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere. In: CHADIWICK, Andrew; HOWARD, Philip. **Handbook of Internet Politics**. London: Routledge, 2009.

PAVLIK, John V. A tecnologia digital e o jornalismo: As implicações para a Democracia. **Brazilian Journalism Research**, v. 7, n. 2, 2011. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/340/314>. Acesso em: 12 ago. 2019.

PEREIRA, Bresser. **O Gigante fora do Tempo: A Guerra do Iraque e o sistema global**. Revista Política Externa, v. 12, n 1, 43-62, jun. 2003.

PERON, Vivian. Os efeitos da comunicação digital na dinâmica do ativismo transnacional contemporâneo: um estudo sobre a Al Qaeda, o Wickileaks e a Primavera árabe. **Dissertação de doutorado**, Universidade de Brasília, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2kqsZBd>. Acesso em: 12 ago. 2019.

PRUDÊNCIO, Kelly; KLEINA, Nilton. Não vai ter Copa: Enquadramentos da mobilização no Facebook contemporânea | **Revista de Comunicação e Cultura**, v. 15, n. 2, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2k0vURa>. Acesso em 12 ago. 2014.

RAMADAN, Tariq. **The arab awakening: Islam and the new Middle East**. New York: Penguin Group, 2012.

SIMONSON, Karin. The Anti-War Movement: Waging Peace on the Brink of War. **Programme on NGOs and Civil Society**, Centre for Applied Studies in International Negotiation, Geneva, mar. 2010. Disponível em: <https://www.files.ethz.ch/isn/20302/03.2003.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2019.

TARROW, Sidney. **The New Transnational Activism**. Cambridge University Press, 2005.

TARROW, Sidney; MCADAM, Doug. Scale Shift in Transnational Contention. *In*: TARROW, Sidney; DELLA PORTA, Donatella. **Transnational Protest and Global Activism: People, Passions, and Power**. Social Movements, Interest Organizations. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, Kindle Edition, 2005.

TYLER, Patrick E. Threats and Responses: News Analysis: *A New Power In the Streets*. The **New York Times**, 17 fev. 2003. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2003/02/17/world/threats-and-responses-news-analysis-a-new-power-in-the-streets.html>. Acesso em: 14 ago. 2019.

VERHLUST; Joris; WALGRAVE, Stefaan. Politics, Public Opinion, and the Media: The Issues and Context Behind the Demonstrations. *In*: WALGRAVE, Stefaan; RUCHT, Dieter (Orgs.). **The world says no to war**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2010.

WALGRAVE, Stefaan; RUCHT, Dieter. Introduction. *In*: WALGRAVE, Stefaan; RUCHT, Dieter (Orgs.). **The world says no to war**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2010.

WALL, Melissa; ZAHED, Sahar El. I'll Be Waiting for You Guys: A YouTube Call to Action in the Egyptian Revolution. **International Journal of Communication**, v. 5, 2011.

WILSON, Christopher; DUNN, Alexandra. Digital Media in the Egyptian Revolution: Descriptive Analysis from the Tahrir Data Sets. **International Journal of Communication**, v. 5, 2011. Disponível em: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1180>. Acesso em: 14 ago. 2019.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Vivian Mannheimer é doutoranda no PPGCOM/PUC-Rio e membro do COMP, Grupo de Comunicação e Política da PUC-Rio. No presente artigo, contribuiu com o desenvolvimento da metodologia, fundamentação teórica, empiria e redação.

Arthur Ituassu é professor Adjunto do PPGCOM/PUC-Rio, ituassu@puc-rio.br. Pesquisador associado ao Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD). No presente artigo, contribuiu com o desenvolvimento da metodologia, fundamentação teórica e revisão.

Leticia Capone é doutoranda no PPGCOM/PUC-Rio e membro do COMP, Grupo de Comunicação e Política da PUC-Rio. No presente artigo, contribuiu com o desenvolvimento da fundamentação teórica e revisão.

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

AS IDENTIDADES ACIONADAS NO JORNALISMO A PARTIR DA DICOTOMIA ENTRE PROXIMIDADE E AFASTAMENTO

THE IDENTITIES ACTIONED IN THE JOURNALISM FROM THE DICHOTOMY BETWEEN PROXIMITY AND DISTANCE

MARCIONIZE ELIS BAVARESCO

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. E-mail: marcionize@hotmail.com. ORCID: 0000-0002-2629-4604.

CARLOS AUGUSTO LOCATELLI

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – Florianópolis, Santa Catarina, Brasil. E-mail: locatelli.jor@gmail.com. ORCID: 0000-0003-0041-3780.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

BAVARESCO, Marcionize Elis; LOCATELLI, Carlos Augusto. AS IDENTIDADES ACIONADAS NO JORNALISMO A PARTIR DA DICOTOMIA ENTRE PROXIMIDADE E AFASTAMENTO. Contracampo, Niterói, v. 38, n.3, p. 110-129, dez./mar. 2019.

**Enviado em: 12/4/2019. Revisor A: 28/5/2019; Revisor B: 15/6/2019; Revisor C: 24/6/2019.
Aceito em: 6/08/2019.**

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.28523>

Resumo¹

Este trabalho analisa a relação entre as esferas jornalísticas e as identidades locais/regionais, de modo a compreender o acionamento de determinados elementos formadores dessas identidades na luta pelo reconhecimento de demandas junto ao Estado. O objeto empírico se constitui de notícias e reportagens que caracterizaram identitariamente uma região brasileira específica – o Extremo Oeste de Santa Catarina – desde a década de 1950, analisadas a partir da perspectiva teórico-metodológica dos enquadramentos. O estudo demonstrou uma invisibilidade de identidades alternativas às hegemônicas e o acionamento de elementos identitários como estratégia de lideranças políticas e dos próprios veículos noticiosos para estabelecer vínculos com a comunidade local. As dinâmicas de reconhecimento foram influenciadas pela proximidade e pelo afastamento dos veículos em relação à região.

Palavras-chave

Jornalismo; Identidades regionais; Reconhecimento.

Abstract

This work analyzes the relation between journalistic spheres and local/regional identities, in order to understand the activation of certain elements that form these identities in the struggle for the recognition of demands with the State. The empirical object consisted of news that characterized a specific Brazilian region - the Extremo Oeste of Santa Catarina state - since the 1950s, analyzed from the theoretical-methodological perspective of the framing. The study demonstrated an invisibility of identities that are alternative to hegemonic ones and the activation of identity elements such as strategy of political leaderships and news vehicles to establish links with the local community. The dynamics of recognition were influenced by the proximity and the distance of the vehicles in relation to the region.

Keywords

Journalism; Regional identities; Recognition.

Introdução

No final do século XX o mundo assistiu a um processo rápido de globalização, cujo símbolo máximo foi o desenvolvimento de tecnologias de comunicação que conectaram o globo e permitiram um fluxo extremamente rápido de informações entre pontos até então isolados pela distância geográfica. No rastro desse fenômeno, as fronteiras nacionais pareciam não ser mais tão relevantes, nem as identidades intrínsecas a elas. Porém, às vésperas de se fechar a segunda década do século XXI, a temática do nacionalismo, do fechamento de fronteiras, do protecionismo e do medo do “outro”, voltou ao centro das preocupações acadêmicas, mais uma vez no rastro dos acontecimentos empíricos: o Brexit²; as reações xenófobas à crise dos refugiados; os conflitos gerados em torno de pautas identitárias; a chegada ao poder de líderes políticos nacionalistas e protecionistas em vários países.

O jornalismo, como agente social por onde circulam os discursos que explicam a sociedade durante o curso dos acontecimentos, não pode ficar alheio ao contexto. Por isso, pesquisas que atualizem a discussão sobre a relação do jornalismo com as identidades se mostram fundamentais para a compreensão das dinâmicas nas quais a produção e divulgação de informações noticiosas está inserida - e que alimenta com insumos simbólicos. Aqui investiga-se, particularmente, o acionamento de perspectivas identitárias no jornalismo a partir dos eixos analíticos da proximidade e do afastamento.

Essas duas dimensões nortearam a construção do objeto empírico, na tentativa de mobilizar situações que tivessem potencial para abranger diferentes modelos de jornalismo. Portanto, aqui se trabalha com o plural de dois conceitos centrais para a pesquisa: as identidades e os jornalismo.

Identidade, jornalismo e enquadramentos

A identidade é um conceito que carrega em si um paradoxo (HALL, 2011; SANTOS, 1994; WOODWARD, 2007): ao mesmo tempo em que tem um sentido de integração também segrega. “Ser como é” significa ser diferente do outro. O jornalismo é um dos discursos onde as características identitárias se manifestam com o *status* de realidade. Por esse motivo, tem potencial para contribuir com a perenidade ou permeabilidade de uma determinada identificação coletiva.

A relação da narração com a identidade é constitutiva, ela só existe quando contada (MARTÍN-BARBERO, 2006; BHABHA, 2000; MARINAS, 1995). Esse é um dos motivos que faz a circulação de informação fundamental para a constituição das identidades, sejam individuais ou coletivas. Isso porque, como explica Taylor (2000), a construção da identidade não se realiza de forma isolada, mas sim por meio do diálogo com os outros, já que ela é dependente do reconhecimento coletivo.

[...] nossa identidade é moldada em parte pelo reconhecimento ou por sua ausência, frequentemente pelo reconhecimento errôneo por parte dos outros, de modo que uma pessoa ou grupo de pessoas pode sofrer reais danos, uma real distorção, se as pessoas ou sociedades ao redor deles lhes devolverem um quadro de si mesmas redutor, desmerecedor ou desprezível. O não-reconhecimento ou o reconhecimento errôneo podem causar danos, podem ser uma forma de opressão, aprisionando alguém numa modalidade de ser falsa, distorcida e redutora (TAYLOR, 2000, p. 241).

Portanto a identidade, assim como toda realidade social, é uma construção. Conforme Pollak (1992, p. 204), há três elementos essenciais na construção da identidade:

Há a unidade física, ou seja, o sentimento de ter fronteiras físicas, no caso do corpo da pessoa, ou fronteiras de pertencimento ao grupo, no caso de um coletivo; há a continuidade dentro do tempo, no sentido físico da palavra, mas também no sentido moral e psicológico; finalmente há o sentido de coerência, ou seja, de que os diferentes elementos que formam um indivíduo são efetivamente unificados.

É esse último aspecto, especialmente, que conecta a identidade à memória individual e coletiva. “(...) a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade (...) na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si” (POLLAK, 1992, p. 204, destaque no original). Ele ressalta que, tanto a memória como a identidade “podem perfeitamente ser negociadas”, tendo em vista serem valores “disputados em conflitos sociais e intergrupais, e particularmente em conflitos que opõem grupos políticos diversos” (1992, p. 205).

No entanto, embora essa característica de elaboração, quando constituída a memória (e poder-se-ia acrescentar a identidade) efetua por si mesma “um trabalho de manutenção, de coerência, de unidade, de continuidade da organização” (POLLAK, 1992, p. 206). Com isso, embora memória e identidade sejam, em alguma dimensão, fluidas e mutáveis, em outro aspecto tendem a persistir ao longo do tempo.

Como pontua Bourdieu (1989)³, o poder simbólico, e aqui se faz referência ao poder simbólico das representações identitárias, depois de consolidado ganha autonomia em relação aos seus agentes. Ou seja, se em certa medida o jornalismo constrói uma determinada caracterização da região, essa também acaba construindo o jornalismo, especialmente aquele que está imbricado na comunidade da qual fala e para a qual fala.

Preservar a memória narrativa, ou as memórias, é uma das características dos veículos jornalísticos, especialmente da imprensa. A seleção do que preservar e do que esquecer se dá no bojo de relações de poder, tendo em vista que a memória é ativada como legitimadora de determinadas tradições e identidades. Nesse sentido, os atores com mais poder impõem uma versão dos fatos, processo descrito por Veyrat-Masson e Blanchard (2010) como uma “guerra de memórias”, e conseqüentemente estabelecem um suporte de poder.

Hall (2003) pondera, em referência às identidades individuais, que não é possível que os sujeitos se caracterizem por uma identidade fixa, essencial ou permanente. Os sujeitos devem, então, ser entendidos a partir de múltiplas identidades como, por exemplo, de nacionalidade, etnia, gênero, sexualidade. Essas são produzidas, para usar um termo do próprio Hall, num processo de disputa simbólica desencadeada no campo dos discursos, das narrativas. Santos coaduna dessa concepção, ao caracterizar as identidades (no plural) como “identificações em curso” (1994, p. 31). A identidade regional, que é o foco deste trabalho, é uma identidade coletiva, de grupo, e que alcança os indivíduos como uma das possibilidades de identificação individual (não a única).

É do caldo cultural formado desses antagonismos, relações e fragmentações que o jornalismo se alimenta de significados e para o qual fornece ingredientes simbólicos por meio dos seus discursos. Sem a expectativa de mensurar o poder de influência desses ‘insumos’ na formulação dos sentidos pela audiência, tendo em vista que toda síntese comunicacional se estabelece a partir de um processo de interação entre agentes ativos, o certo é que os conteúdos divulgados têm potencial para gerar conseqüências práticas na estrutura social. No entanto, por que ferramentas esses processos são realizados?

Quando se afirma que o jornalismo é configurado em um discurso específico, é preciso compreender o que isso quer dizer. Adota-se aqui a noção de discurso defendida por Fairclough (2001, p. 22), de que “qualquer ‘evento’ discursivo (isto é, qualquer exemplo de discurso) é considerado como simultaneamente um texto, um exemplo de prática discursiva e um exemplo de prática social”. Uma das possibilidades de olhar para este discurso específico, o jornalismo, é com base na concepção de

³ Cabe explicar que a pesquisa aqui exposta não se alinha àquelas definidas como bourdieusianas, ou seja, que tem como base a estrutura teórica e metodológica proposta por Bourdieu. A noção de poder simbólico, do autor, foi mobilizada especificamente para complementar a discussão sobre a tendência de manutenção de determinadas definições simbólicas, o que, em momento anterior, foi abordado a partir das perspectivas dos enquadramentos e da própria definição de identidades coletivas, as quais constituem o cerne teórico-metodológico do presente trabalho. Ou seja, diferentes linhas teóricas reconhecem esse fenômeno, mesmo que entendam o processo pelo qual ocorrem a partir de perspectivas diferentes.

enquadramento (*framing*).

A abordagem dos enquadramentos perpassa diferentes áreas que compreendem, em alguma medida, situações de interação comunicacional. Pesquisas que se baseiam nesse aporte teórico vêm sendo desenvolvidas em diferentes campos, como na Sociologia, na Ciência Política, na Psicologia e na Comunicação. Possivelmente devido a sua operacionalização em áreas distintas, a conceituação de enquadramento é polissêmica, como demonstram as análises de Mendonça e Simões (2012), Maia (2009) e Reese (2008).

Aqui nos apropriaremos da síntese teórica de Maia (2009), também utilizada em Locatelli (2011), a qual a partir das contribuições de diversos autores define os enquadramentos como “princípios organizadores” ou “esquemas interpretativos”.

Maia (2009) enfatiza que, especialmente nas sociedades contemporâneas, em que as pessoas estão potencialmente expostas a uma multiplicidade de processos de comunicação e, conseqüentemente, de enquadramentos, esses concorrem entre si. Ou seja, há uma competição entre os enquadramentos, especialmente em situações de controvérsia. De acordo com a autora, “a abordagem da competição de enquadramentos proporciona um ambiente mais realista para que se indague como a opinião pública se forma em condições atuais” (MAIA, 2009, p. 303-304).

Ao enfatizar determinados enquadramentos culturais e preterir outros (conscientemente ou não) o jornalismo possibilita o contato do público com abordagens específicas, com insumos específicos que poderão ser incorporados ao repertório simbólico que permite a compreensão do mundo social.

Portanto, o cerne do presente trabalho está na noção de que a enunciação tem potencial para colaborar com a criação da realidade que enuncia. Mas o que isso tem a ver com o jornalismo, foco central do estudo realizado? O jornalismo aqui é entendido como uma forma social de conhecimento (GENRO FILHO, 2012; MEDITSCH, 2005) cuja função central é enunciar a *realidade* a partir de um local de fala específico, baseado no *ethos* profissional (TRAQUINA, 2012, p. 128) e no contrato social (BERNIER, 2004, p. 15) estabelecido com seus diversos públicos, cujos princípios estão alicerçados na credibilidade e na legitimidade.

Por essas características compreende-se que o jornalismo é um ator privilegiado na guerra pelo reconhecimento, fundamental para a própria constituição das identidades, sejam individuais ou coletivas (TAYLOR, 2000).

Esse contexto se torna ainda mais complexo a partir da compreensão do jornalismo enquanto um subsistema midiático que, embora tenha características que o definem a partir de aspectos comuns, possui diversidade interna. Como apontado em estudos como o de Camponez (2002) e de Felippi (2006), há elementos particulares do contrato social estabelecido entre jornalistas, veículos de comunicação, públicos e financiadores de acordo com o grau de proximidade e distanciamento uns dos outros. Isso faz com que as diferentes esferas de visibilidade jornalística tendam a enquadrar os episódios noticiosos de maneira particular.

Conforme Peruzzo (2003, p. 67), “há a impossibilidade de se definir fronteiras precisas entre o regional, o local e o comunitário”, especialmente porque essas demarcações envolvem mais do que limites geográficos. “Por outro lado, tanto o local como o regional só podem ser compreendidos na relação de um com o outro, ou deles com outras dimensões espaciais, como o nacional e o global”, pormenoriza.

Uma abordagem que auxilia na elucidação de possíveis categorizações é aquela apresentada por Camponez (2002). Ele inaugura o conceito de jornalismo de proximidade que, embora se caracterize enquanto prática jornalística possível em qualquer veículo de comunicação, tem sua presença marcadamente na imprensa local e regional. Essa proximidade “não se mede em metros” (CAMPONEZ, 2002, p. 129), já que para além do recorte espacial, ela é caracterizada pelo tipo de relação estabelecida com os diferentes agentes envolvidos no processo de produção, difusão e recepção das notícias.

Em outras palavras, no caso dos veículos de comunicação regionais e locais “a proximidade assume um significado próprio, marcante da sua especificidade e da sua identidade” (CAMPONEZ, 2011,

p. 36). Na impossibilidade de definir com clareza os limites entre o hiperlocal⁴, o local, o regional e o comunitário, o conceito de jornalismo de proximidade, como tipologia jornalística característica desses veículos de comunicação, parece ser uma nomenclatura adequada para abarcar-los de forma conjunta.

Camponez (2002, p. 122-123) faz uma revisão ampla de literatura acerca das funções particulares dos veículos de comunicação que baseiam sua atuação no jornalismo de proximidade. Pode-se destacar a característica de funcionar como um elo comunitário entre os seus leitores; atuar para reduzir a incerteza do leitor em relação ao ambiente que o cerca; e de servir como importante banco de dados sobre seu espaço de influência, o que o relaciona com a preservação da memória comunitária, aspecto que ancora a própria constituição do grupo, tendo em vista ser elemento fundamental da tradição e da identidade.

Recorte empírico: a formação da identidade do Extremo Oeste de Santa Catarina

Diversas regiões brasileiras serviriam como objeto para uma análise do acionamento de aspectos identitários pelo jornalismo. Aqui optou-se, contudo, pela peculiaridade de um Estado conhecido como a “Europa brasileira” e que se auto afirma justamente pelas supostas singularidades de suas regiões. As particularidades da ocupação do território, a geografia e aspectos econômicos levaram, especialmente nas décadas de 1960 e 1970, vários autores a descreverem o Estado como formado por “ilhas regionais”. Singer (1968, p. 83) abordou essa fragmentação sob o prisma econômico: “Santa Catarina apresenta, hoje, um aspecto curioso: o Estado todo se divide em várias zonas, economicamente autônomas, cada uma contando com uma capital regional”. Lago (1975, p. 121) reconheceu no Estado, “pelo menos sociologicamente”, diferentes “ilhas culturais”.⁵ Piazza também faz referência às “ilhas” ou “pequenos arquipélagos” culturais catarinenses, em obra publicada em 1979.⁶

Todas essas perspectivas buscavam na história de modelos específicos de desenvolvimento e da colonização⁷ do Estado explicações para a diagnosticada “fragmentação cultural e identitária” do território catarinense. Dois aspectos são recorrentes para explicar, pelo menos em parte, esse fenômeno: a constituição do território como um “espaço de imigrantes” – para usar um enunciado presente em Lago (2000, p. 69) –, e a “integração parcelada físico-territorial da área catarinense” (PIAZZA, 1988, p. 353).⁸ Esses processos teriam resultado em “não integração, quer social, quer econômica, ou, ainda, cultural, além da dificuldade de aceitação pelas populações dos aspectos político-institucionais” (PIAZZA, 1988, p. 353).

A morfologia de Santa Catarina teria favorecido o estabelecimento do arquipélago citado. A Serra do Mar e Geral praticamente dividem o Estado em dois, delimitando os sistemas de drenagem hidrológicos

⁴ Termo originalmente cunhado nos Estados Unidos para fazer referência ao jornalismo feito a partir, e para espaços socioculturais, geográficos e simbólicos mais restritos do que aqueles delimitados pela cidade. Podem ser citados como exemplos os jornais de bairros ou comunitários.

⁵ Em obra mais recente o geógrafo refinou essa consideração, apontando que a partir da década de 1960 houve um empenho político para consolidação da integração estadual, deixando para trás os tempos das “ilhas econômicas e sociais” (LAGO, 2000, p. 27), questão até hoje controversa.

⁶ Neste trabalho a obra é referenciada a partir de sua segunda edição, publicada em 1988.

⁷ Neste trabalho o conceito é utilizado como referência a um tipo específico de reocupação do território – tendo em vista que ele era habitado por indígenas e brasileiros, para usar o termo sugerido por Renk (1997) –, que prevê a fixação dos colonos e a exploração econômica com anuidade e incentivo do Estado, seja por meio da ação governamental direta, seja através do repasse de terras para fins de colonização à iniciativa privada. Nas palavras de Piazza (1988, p. 12) colonização significa “mais do que povoar, é usufruir da terra, retirando-lhe ao mesmo tempo que a povoa, benefícios de ordem econômico-social”. É preciso observar que essa afirmação se dá pelos olhos dos colonizadores, para os quais a colonização significava o progresso, o que deve ser problematizado, já que os povos tradicionais foram excluídos desse processo.

⁸ Piazza usa esse enunciado para se referir ao fato de que o território catarinense foi sendo definido de maneira parcelada, com a integração de faixas territoriais em diferentes períodos e com questionamentos sobre os seus limites até meados do século XX.

e, conseqüentemente, limitando as possibilidades de penetração no território por meio fluvial, como lembra (SINGER, 1968, p. 81).

Peluso Júnior (1984, p. 267) confere aos acidentes geográficos parte da responsabilidade sobre o isolamento, tendo em vista que “a vida econômica do Estado” teria sido “sempre de difícil articulação” porque o relevo acidentado não favoreceria “a aproximação entre as diversas regiões”. Mas acrescenta ao debate conteúdo político e, em certa medida, relações de poder inter-regionais, como a desigual distribuição da infraestrutura.

A ‘ausência’ do Estado, enquanto agente público, é destacada em relação à região Oeste, a mais distante das zonas inicialmente exploradas no processo de colonização e que contempla o Extremo Oeste, território deste trabalho:

O Oeste foi povoado por gente que migrou do Estado do Rio Grande do Sul, na onda pioneira que ocupou as terras florestais do vale do rio do Peixe e da região a oeste dessa bacia. Esses lavradores lutaram na floresta para fazê-la produtiva, resolvendo seus problemas sem assistência alguma por parte do Estado de Santa Catarina; criaram sua economia dependente da do Rio Grande do Sul; abriram estradas, construíram cidades, e somente a partir de 1946, com a extinção do Território do Iguazu, a região começou a sentir, na realidade, a presença do Governo Catarinense (PELUSO JÚNIOR, 1984, p. 272).

Peluso Júnior é responsável pela formulação dos conceitos de “Catarinensismo”, que se refere à “aceitação dos vínculos comunitários” catarinenses; e de “Catarinização”, que seria “o processo de atração, para o seio da comunidade, da parte do povo que se encontra dela afastado” (PELUSO JÚNIOR, 1984, p. 259). No início da década de 1980, o autor afirmava a percepção de que a intensidade do Catarinensismo podia ser assim resumida:

a – o sentimento de catarinensismo é forte na capital (Florianópolis) e em toda a microrregião da Grande Florianópolis;

b – o catarinensismo perde força a partir desta região central para a periferia, isto é, à medida que o pesquisador se afasta da capital, alcançando seus níveis mais baixos nas áreas que se encontram mais ao oeste no território do Estado, e nas que se localizam próximas aos Estados do Paraná e Rio Grande do Sul;

c – a forma comum e mais evidente da intensidade dos laços que unem a comunidade catarinense é a reação manifestada ante a função da capital exercida por Florianópolis⁹, podendo, assim, esta função de Florianópolis servir de indicador do grau de catarinensismo (PELUSO JÚNIOR, 1984, p. 261).

Nesse período, a busca por características que representassem a identidade catarinense era o mote de muitos intelectuais ligados ao Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina (IHGC)¹⁰. A ideia era demonstrar, ou mesmo construir, uma identidade legitimamente catarinense, tendo em vista que a fragmentação era vista como um problema. Contudo, a tentativa de homogeneização não teve êxito. Pelo contrário, nas últimas décadas o Estado percebeu na lógica das ilhas culturais potencial para o desenvolvimento turístico e, conseqüentemente, econômico. É desse modo que se desenvolveram as festas típicas germânicas, os cafés coloniais, a arquitetura austríaca, entre outros elementos.¹¹

⁹ Nessa época, assim como em períodos posteriores, se discutia a transferência da capital para uma cidade localizada mais ao centro do território de Santa Catarina.

¹⁰ Esse aspecto é trabalhado em maiores detalhes no artigo “A identidade catarinense nos discursos do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina” (SERPA, 1996).

¹¹ O turismo se expandiu em Santa Catarina especialmente a partir das décadas de 1970 e 1980 (LINS, 1993). Apenas para citar um exemplo emblemático desse processo de “reinvenção da etnicidade”, a primeira Oktoberfest em Blumenau, festa que atrai um grande número de turistas anualmente, foi realizada em 1984, conforme histórico disponível no site do evento: <http://www.oktoberfestblumenau.com.br/oktoberfest/historia/>. Acesso em 30 jul. 2017.

Cabe destacar que os processos de regionalização são complexos e mutáveis. Além disso, de acordo com diferentes objetivos, há sobreposições de definições. Marcon (2009) faz um compilado detalhado dessas diferentes regionalizações, que abrangem aquelas promovidas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), pelo governo do Estado de Santa Catarina e, até mesmo, pela articulação dos próprios municípios em torno de associações. A pesquisadora trata dessa sobreposição de recortes regionais distintos como um problema (2009, p. 171), porque faz com que cada município esteja integrado a diferentes regiões para finalidades específicas, o que dificulta a sistematização de dados e ações integradas. Em certa medida, a imprensa preserva em suas páginas os indícios desses processos de regionalização, sedimentando conceitos por meio da adoção de determinadas nomenclaturas e características regionais.

No caso em estudo, observou-se que nos jornais locais, produzidos e distribuídos a partir de São Miguel do Oeste, principal cidade do espaço analisado, o enunciado Região Extremo Oeste aparecia desde o final da década de 1950. Os jornais da época usavam a expressão para fazer referência a sua própria área de circulação, vinculando o enunciado a um sentido de progresso e desenvolvimento socioeconômico.

Em contrapartida, nas primeiras análises realizadas em jornais estaduais publicados no mesmo período percebeu-se que o enunciado Extremo Oeste praticamente não aparecia. Mesmo referências ao Oeste de Santa Catarina eram raras. Em um material produzido em 1948, o jornalista Zedar Perfeito da Silva, que percorreu o Oeste catarinense, descreve a imagem que uma parcela da população de outras partes do Estado tinha da região próxima à fronteira entre Brasil e Argentina: “lá estava situado o nosso **far-west**” (SILVA, 1950, p. 7, destaque no original).

A comparação expressa nos dois parágrafos anteriores aponta para uma diversidade de percepções e definições acerca do mesmo espaço geopolítico, social e simbólico, que variam de acordo com a proximidade ou o distanciamento dos emissores em relação à região.

Estudos anteriores ao aqui descrito demonstram que existem características identitárias hegemônicas na região, que se manifestam por meio de diferentes discursos e relações de poder. Por ‘hegemônicas’ se entendem as concepções que se impõem a outras, seja por meio da incidência constante nos discursos, seja pelo capital simbólico que mobilizam, ganhando espaço privilegiado na esfera pública. A raiz dessa identidade está no “mito do pioneiro/desbravador” (HASS, 2007, p. 22), que se desdobra na valorização de determinadas formas de trabalho, de iniciativa e no próprio sentido de uma comunidade que se amalgama pela origem (aspectos também abordados na pesquisa de Mombelli [1996]).

O jornalismo está no centro dos mecanismos de reprodução, negociação ou ruptura da hegemonia identitária, tendo em vista ser o agente social da enunciação em larga escala com o *status* de verossimilhança com a realidade.

Para efeito de esclarecimento, neste trabalho optou-se pela definição de Extremo Oeste em equivalência aos municípios que integram a Associação dos Municípios do Extremo Oeste de Santa Catarina (Ameosc)¹², e de Oeste com base na divisão apresentada no site do governo do Estado.¹³ A opção por esses modelos de regionalização foi feita por serem usuais tanto pelos órgãos administrativos estaduais e municipais como por organizações da sociedade civil e pelo próprio jornalismo. Cabe salientar que essa divisão não é equivalente à do IBGE, embora semelhante à versão mais recente da Divisão Regional do

¹² Fundada em 1971. Atualmente conta com 19 municípios associados: Anchieta, Bandeirante, Barra Bonita, Belmonte, Descanso, Dionísio Cerqueira, Guaraciaba, Guarujá do Sul, Iporã do Oeste, Itapiranga, Mondaiá, Palma Sola, Paraíso, Princesa, Santa Helena, São João do Oeste, São José do Cedro, São Miguel do Oeste e Tunápolis.

¹³ Disponível em: <https://www.sc.gov.br/index.php/conhecasc/geografia>. Acesso em: 12 jul. 2019. Essa divisão define oito principais regiões catarinenses: Litoral, Nordeste, Planalto Norte, Vale do Itajaí, Planalto Serrano, Sul, Meio-Oeste e Oeste (esta última integrada por 79 municípios). Boa parte das políticas estaduais, especialmente aquelas ligadas ao desenvolvimento econômico e social levam em conta essa divisão. Como exemplo pode-se citar o Plano de Desenvolvimento de Santa Catarina 2030 (PLANO, 2018).

Brasil, lançada em 2017 pelo instituto, que definiu as Regiões Geográficas Imediatas e Intermediárias.¹⁴

Mapa 1 – Extremo Oeste de acordo com a Ameosc e Macrorregião Oeste conforme regionalização do governo do Estado de Santa Catarina



Fonte: Editado pelos autores a partir de PLANO (2018, p. 156)

Corpus, estratégias metodológicas e analíticas

Como a temática da identidade regional não é, em si, uma pauta do jornalismo cotidiano, mas sim questão que atravessa diversos temas noticiados, a opção foi por delimitar as pautas a *claims* (reivindicações) de segmentos regionais que se configuraram em controvérsias públicas. São nesses momentos, em que há conflito ou concorrência de enquadramentos, que as posições dos atores sociais e as relações de poder ficam mais claras.

Embora se reconheça que esses elementos estejam presentes em qualquer discurso jornalístico, em momentos de normalidade as marcas pelas quais se pode mapear esses aspectos se tornam mais tênues. É como se em situações onde não há divergências os polos do debate se aproximassem de tal modo a quase se confundirem, enquanto em momentos de controvérsia esses polos ficam mais bem delineados e suficientemente afastados, o que permite uma melhor visualização.

Para selecionar esses *claims*, em um primeiro momento, foi realizado um contato prévio com o material empírico. Percebeu-se que duas temáticas eram recorrentes em diferentes jornais e que, em momentos diversos, matérias sobre essas pautas haviam gerado discussões em torno de caracterizações atribuídas à região Extremo Oeste: a) Sobre as mobilizações em torno da criação do Estado do Iguaçu, abrangendo o Oeste e Extremo Oeste catarinense e o Sudoeste e Oeste paranaense; b) Sobre a construção de uma ligação rodoviária internacional entre Brasil e Argentina passando por São Miguel do Oeste e, posteriormente, também por Paraíso (isso porque a faixa do território que faz fronteira com a Argentina passou a integrar Paraíso a partir de 1992, quando esse município se emancipou de São Miguel do Oeste).

Delimitadas as pautas, realizou-se uma varredura nos seguintes acervos: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (arquivos digitais); acervos digitais dos jornais Folha de S. Paulo, O Globo e Estado de S. Paulo; Biblioteca Pública Estadual de Santa Catarina, localizada em Florianópolis (arquivos físicos);

¹⁴ Disponível em: https://ww2.ibge.gov.br/home/geociencias/geografia/default_div_int.shtm. Acesso em: 14 jul. 2019.

Centro de Memória do Oeste (Ceom), em Chapecó (arquivos físicos); Biblioteca Pública Municipal José de Alencar, localizada em São Miguel do Oeste (arquivos físicos); acervo particular disponibilizado pela senhora Maria Regina Meneguzzi Baldissera¹⁵, em São Miguel do Oeste (arquivos físicos); clipping de matérias jornalísticas que constitui acervo particular disponibilizado pelo senhor Darci Zanotelli¹⁶, em São Miguel do Oeste (arquivo físico).

Esse mapeamento localizou 232 textos jornalísticos sobre as pautas selecionadas, divulgados pela imprensa local, regional, estadual e nacional no período de 1953 a 2016.¹⁷ Após uma leitura do material foram excluídas as notas informativas e opinativas, restando um corpus de 161 textos (100 sobre o Corredor Rodoviário de Integração Bioceânico e 61 sobre o Movimento pró-Estado do Iguaçú) nos quais se aplicou a análise indireta de enquadramentos. Essa proposta metodológica foi elaborada por Vimieiro e Maia (2011)¹⁸ e prevê a decomposição dos frames em elementos, que são unidades menores e possíveis de serem identificadas nos textos jornalísticos.

Para Vimieiro e Maia (2011, p. 241), a noção de elementos de enquadramento é similar à ideia de “pacote interpretativo”, de Gamson e Modigliani (1989). O foco do construto metodológico é que os interpretative packages têm uma estrutura interna que abriga uma ideia organizadora central, o enquadramento. “Os pacotes oferecem um número de símbolos condensados – eles chamam de dispositivos – que sugerem o cerne do enquadramento” (VIMIEIRO e MAIA, 2011, p. 241). Ou seja, seria possível identificar o enquadramento não de maneira direta, mas pelo mapeamento desses dispositivos ou elementos. Com isso, é possível deixar mais claro a partir de quais indícios se chegou ao enquadramento e diminuir a interferência do analista, já que ao mapear os elementos o pesquisador não sabe em qual enquadramento a análise resultará.

A partir dessa proposta e das pesquisas empíricas realizadas por Gamson e Lasch (1980), Gamson e Modigliani (1989), Entman (1993), Matthes e Kohring (2008) foi definido o quadro de elementos mapeados na presente pesquisa: os termos utilizados para qualificar e denominar a região; os exemplos mobilizados; as metáforas, *slogans* ou chavões; as origens dos problemas relatados; as consequências para a região dos episódios noticiados; a presença de imagens visuais e o que elas indicam em termos de representação da região ou de sua população; as indicações de tratamento da questão; e os atores envolvidos (quem fala pela região, quem fala da região, de quem se fala na região, de quem se fala para além da região).

Esses elementos foram mapeados, inicialmente, em uma amostra de 30 textos. Com base nos resultados encontrados, foram desdobrados em subcategorias. Por exemplo, foi possível observar que entre os “termos qualificadores”, haviam palavras que identificavam a região como abandonada, outros como rica, etc.

Quadro 1 – Exemplo de decomposição do elemento “termos qualificadores” em subcategorias

¹⁵ Maria Regina Meneguzzi Baldissera é gerente da Rede Peperi de Comunicações, empresa que mantém sete emissoras de rádio no ar na região Extremo Oeste de Santa Catarina. Ela é viúva do jornalista Aedemar Baldissera, que foi quem organizou o arquivo de jornais do final da década de 1950 e início de 1960 de que ela dispõe.

¹⁶ Darci Zanotelli é empresário do ramo de transportes, com a sede da empresa instalada em São Miguel do Oeste-SC. É um dos principais militantes de projetos de integração entre a região Extremo Oeste e os países do Mercosul.

¹⁷ O recorte temporal inicia com a criação de parte dos municípios que hoje integram a Associação dos Municípios do Extremo Oeste de Santa Catarina (Ameosc) e termina devido ao prazo para a própria conclusão da pesquisa.

¹⁸ Essa metodologia foi utilizada por Vimieiro (2010), em sua dissertação de mestrado. Na pesquisa, ela descreve minuciosamente os procedimentos adotados.

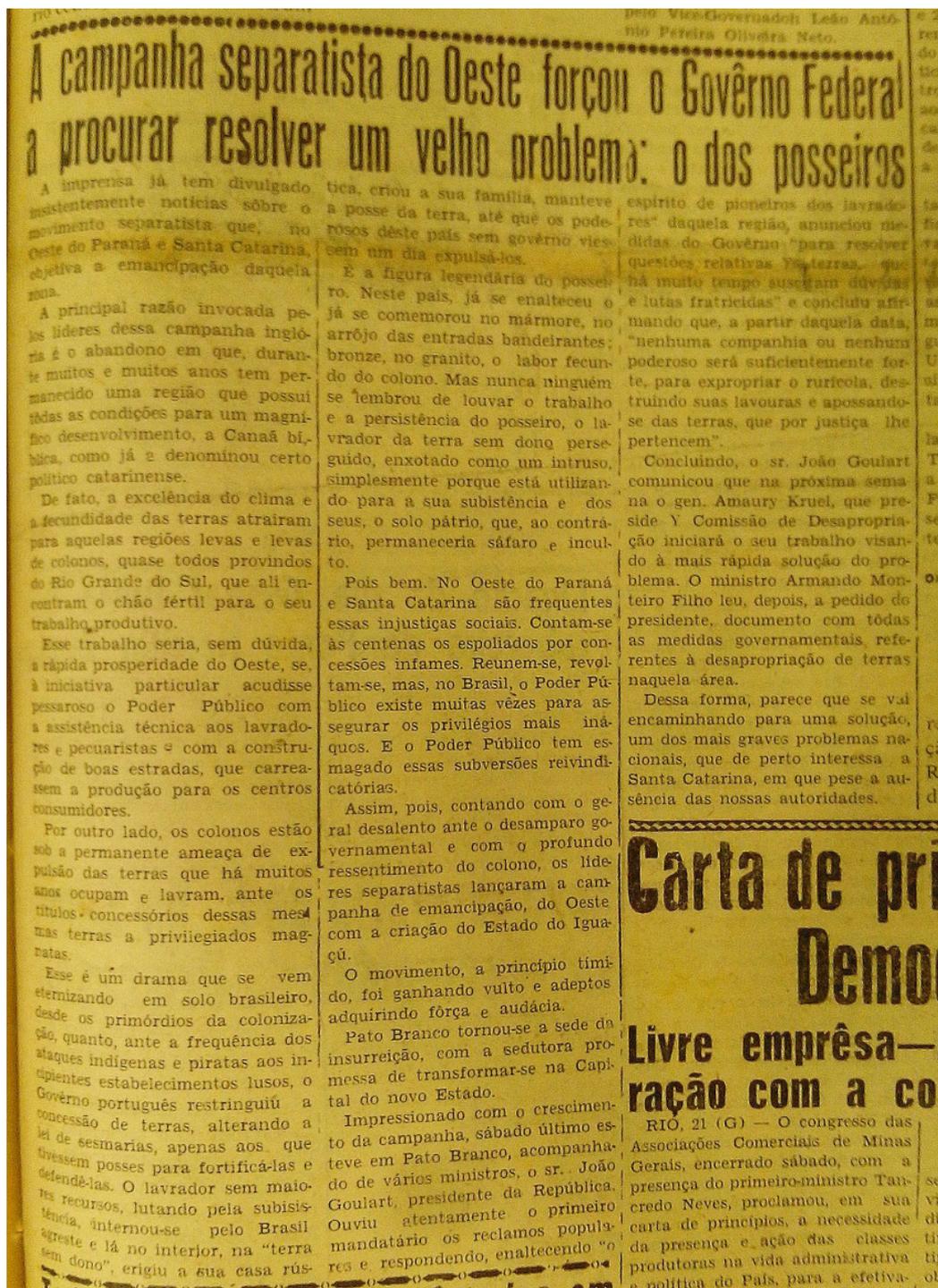
Termos qualificadores
Região abandonada (esquecida; desamparada)
Região com economia débil
Região com potencial (em desenvolvimento; de futuro)
Região de injustiças sociais (exploração)
Região de um povo ordeiro (movimento pacífico; que respeita as leis)
Região de um povo sofredor (afrito; insatisfeito)
Região de um povo trabalhador (produtivo; população laboriosa; que luta; que tem iniciativa)
Região estratégica para a segurança nacional
Região fértil (rica em termos agropecuários; grande produtora de gêneros alimentícios)
Região habitada por colonos (produtores rurais/proletariado rural)
Região homogênea (eticamente; culturalmente; em termos de origem)
Região isolada (rincão; sertão)
Região onde as leis não são respeitadas (conflito pela terra)
Região que quer se emancipar (emancipanda; separatista; divisionista)
Região rica (próspera; potência; farta; riquíssima; pujante; autossuficiente; economia forte)
Região vasta (imensa)

Fonte: Os autores

Cada texto foi analisado individualmente e teve os elementos de framing mapeados e codificados de acordo com as subcategorias¹⁹, conforme o exemplo exposto na sequência.

Imagem 1 – Notícia publicada na capa do jornal A Gazeta, de Florianópolis, em 22 de março de 1962

¹⁹ O *codebook* final foi composto por 12 categorias e 187 subcategorias de elementos de *framing*.



Fonte: Arquivo dos autores

Quadro 2 - Exemplo de análise

Pauta: Movimento pró-Estado do Iguaçu		Texto: 22
Jornal: A Gazeta	Gênero: Informativo	Formato: Notícia
Data: 22/03/1962	Localização: Capa (centro de página)	
Título: A campanha separatista do Oeste forçou o Governo Federal a procurar resolver um velho problema: o dos posseiros		
Termos	Qualificadores	Subcategorias: Região abandonada (“é o abandono em que, durante muitos e muitos anos tem permanecido”); Região com potencial (“região que possui todas as condições para um magnífico desenvolvimento”); Região habitada por colonos (“por levas de colonos”); Região de um povo trabalhador (“que ali encontram chão fértil para seu trabalho produtivo”); Região homogênea (“quase todos provindos do Rio Grande do Sul”); Região de injustiças sociais (“contam-se às centenas os espoliados”).
	Denominadores	Subcategoria: Oeste (oestinos/as).
Exemplos		Subcategoria: Do potencial de desenvolvimento (excelência do clima, fecundidade da terra); De conflitos sociais (posseiros sob risco de serem expulsos de suas terras).
Metáforas, slogans ou chavões		Subcategoria: Que indicam fartura/riqueza (“a Canaã bíblica”); Que indicam algo injusto (“concessões infames”).
Origem do problema		Subcategoria: Estatal (causado devido à ausência do Estado ou à ineficácia de ações estatais).
Consequência		Subcategoria: Reivindicação por autonomia (campanha separatista – título; movimento separatista que, no Oeste do Paraná e Santa Catarina, objetiva a emancipação daquela zona); Sensibilização das autoridades (“região poderia prosperar rapidamente, se à iniciativa particular acudisse o poder público”); Injustiça social (problemas relativos à posse das terras, com centenas de espoliados por concessões infames).
Imagens visuais		Não se aplica.
Indicação de tratamento		Subcategoria: Governo deve proporcionar infraestrutura (assistência técnica, boas estradas); Governo deve coibir arbitrariedades e violência (lutas fratricidas); Governo deve intervir em favor dos mais fracos (“nenhuma companhia ou nenhum poderoso será suficientemente forte para expropriar o rurícola”); Governo deve distribuir melhor as obras, serviços e recursos (até então a região estava abandonada pelo governo, o que precisava ser revertido).
Atores ativos	Quem fala pela região	Não se aplica.
	Quem fala da região	Subcategoria: Representante de instância governamental (presidente João Goulart).

Atores passivos	De quem se fala na região	Subcategoria: Trabalhador rural (colono; posseiro, lavrador); Fazendeiro (pecuarista); Representante de organização da sociedade civil (líderes da campanha); Coletividades genéricas (pioneiros).
	De quem se fala para além da região	Subcategoria: Integrante de órgão do governo (presidente da Comissão de Desapropriação, general Amaury Kruehl); Representante de instância governamental (presidente João Goulart; ministros; ministro Armando Monteiro Filho); coletividades genéricas (magnatas, privilegiados, autoridades).

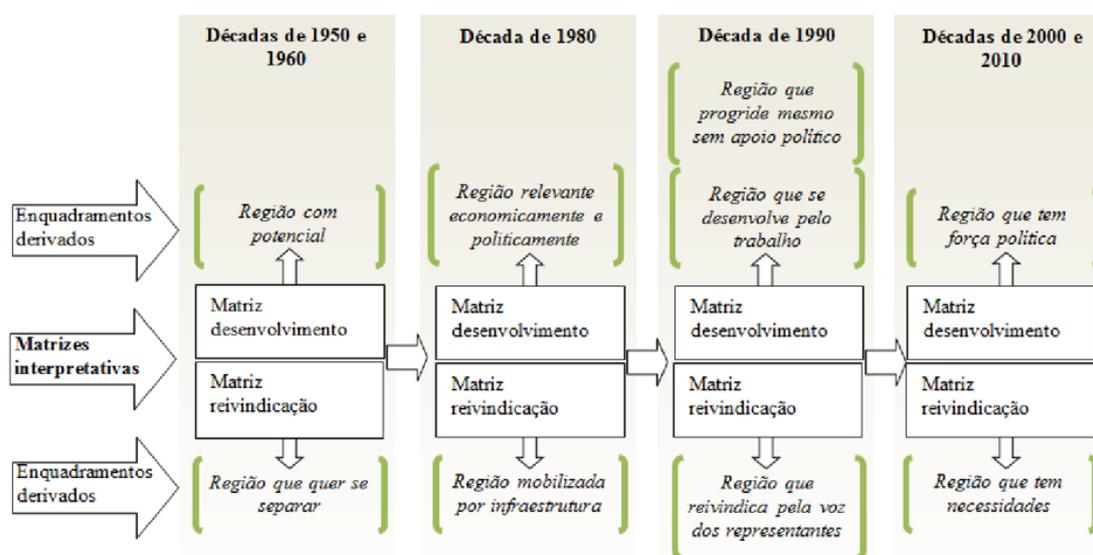
Fonte: Os autores

Como observado no exemplo, cada texto pode conter mais de uma subcategoria acerca de cada elemento. Em outras palavras, na mesma matéria jornalística é possível que a região seja definida como uma região abandonada, especialmente pelos governos, mas ao mesmo tempo com grande potencial de desenvolvimento. O que define o enquadramento é a combinação de várias subcategorias presentes em um grupo de textos que se distribuem por um período.

No caso do exemplo acima, assim como em outros 24 textos, o enquadramento predominante foi identificado como “Região que quer se separar”. Os principais elementos que o caracterizam são: o uso de termos qualificadores que apontam para uma “região abandonada”; a denominação da região como “Oeste”; a identificação da origem do problema noticiado como “Estatal”; cuja consequência é a “reivindicação por autonomia”; os atores de quem se fala na região geralmente são coletividades genéricas; os atores de quem se fala para além da região são os “representantes de instâncias governamentais” e “integrantes de órgãos do governo”.

Essa metodologia levou à identificação, nos textos jornalísticos analisados, de nove enquadramentos predominantes ao longo do período estudado. A partir do mapeamento desses enquadramentos se observou similaridades e diferenças, de modo que a síntese dos resultados pode ser observada no diagrama.

Diagrama 1 – Síntese da relação entre as matrizes interpretativas e os enquadramentos



Fonte: Os autores

Jornalismo e lutas por reconhecimento

Ao longo do período estudado percebeu-se que a separação entre Oeste e Extremo Oeste catarinense, no discurso jornalístico, foi se delineando com o tempo e de maneira diferente no jornalismo local/regional e estadual/nacional. Enquanto na imprensa estadual e nacional o enunciado Extremo Oeste teve sua incidência mantida em níveis esporádicos, nos jornais regionais e locais o uso se ampliou. Nas décadas de 1950 e 1960 era comum que jornais de Chapecó e São Miguel do Oeste se referissem à região como Oeste. A partir da década de 1970, com a criação da Ameosc, eles passaram a limitar o Oeste, na maior parte das vezes, à região mais próxima de Chapecó e o Extremo Oeste àquela mais próxima de São Miguel do Oeste.

Deve-se levar em consideração a natureza das pautas aqui estudadas: os textos mais antigos, em geral, tratam do Movimento Pró-Estado do Iguaçu, que abrangeria todo esse espaço; já os mais recentes são sobre o Corredor Bioceânico que, aparentemente, não mobilizou toda essa área. Isso é um indício de que a ideia de um Oeste ou de um Extremo Oeste é reivindicada de acordo com os interesses momentâneos dos atores envolvidos.

Outro aspecto é a complexidade da trama discursiva que constitui o espaço público. As características identitárias da região foram mobilizadas por diferentes agentes em narrativas de áreas também diversas, de modo que é impossível estabelecer até que ponto o jornalismo se apropria dos insumos – para usar uma expressão de Maia (2008) – de outras esferas sociais para estabelecer os enquadramentos e até que ponto ele fornece esses elementos por meio de suas narrativas.

Conforme já discutido, Pollak (1992, p. 204) aponta três elementos essenciais na construção da identidade de um grupo: fronteiras de pertencimento; continuidade dentro do tempo, no sentido físico da palavra, mas também no sentido moral e psicológico; sentido de coerência.

Sobre o primeiro deles, no caso pesquisado se percebe uma disputa por essa “fronteira de pertencimento”, ilustrada no fato de que diferentes veículos de comunicação recorrem a modelos de regionalização distintos para se referir ao mesmo espaço. Obviamente que essas fronteiras não são apenas territoriais, já que a região que se desenha a partir das reportagens é constituída por uma população específica (descendentes de europeus, gaúchos), com valores específicos (trabalho, produtividade, desenvolvimento econômico), traços centrais do que parece ser uma identidade regional hegemônica.

Tanto os marcos territoriais como as características simbólicas da região têm uma continuidade no tempo (segundo aspecto apontado por Pollak). No entanto, para essa identidade ser coerente (terceiro aspecto) ocorrem uma série de apagamentos, o principal deles, das vozes das populações negras e indígenas que vivem no espaço estudado. As narrativas encontradas nos conteúdos jornalísticos, majoritariamente, tratam da região a partir da perspectiva dos colonizadores e de seus descendentes.

Os posseiros citados na notícia exposta neste artigo, a título de exemplo, constituíam esse grupo de colonos vindos do Rio Grande do Sul. Ao contrário dos posseiros do Contestado, que em sua maioria eram descendentes de negros e indígenas, alguns com ascendência espanhola ou portuguesa, os quais foram massacrados na segunda década do século XX, abrindo espaço para o projeto de colonização com as “desejadas gentes” (RENK, 1997, p. 49).

Apontou-se, ao delimitar as perspectivas teórico-metodológicas, que em situações de controvérsias públicas há uma maior possibilidade de serem visualizados enquadramentos concorrentes. Nesta pesquisa, contudo, as controvérsias em torno dos temas (a criação ou não do Estado do Iguaçu; a viabilidade ou não do Corredor Rodoviário via Ponte Internacional Peperi-Guaçu) não representaram divergências profundas acerca do objeto que tangencia ambas as discussões: a caracterização identitária do Extremo Oeste catarinense.

Por exemplo, na notícia intitulada “A campanha separatista do Oeste forçou o governo federal a resolver um velho problema: o dos posseiros” (Imagem 1, página 15), percebe-se que as características

identitárias hegemônicas são mobilizadas na notícia veiculada em um jornal escrito a partir de Florianópolis, na década de 1960, para justificar a necessidade de o Estado de Santa Catarina se fazer mais presente no Oeste, de modo a evitar a emancipação desse território e a criação do Estado do Iguazu. Por outro lado, as conquistas econômicas da região alcançadas sem o apoio governamental, que teriam sido possíveis devido ao povo trabalhador, integram a argumentação de boa parte das notícias e reportagens publicadas na imprensa local e regional que defendiam a criação do Estado do Iguazu.

Fica evidenciado que local e regionalmente as caracterizações simbólicas acerca do Extremo Oeste se misturam às dos próprios veículos de comunicação, aspecto coerente com a definição de jornalismo de proximidade de Camponez (2002; 2011). Com um histórico de vinculações diretas entre os veículos jornalísticos e as elites econômicas e políticas, essa condição cria uma tendência de fortalecimento de elementos da identidade hegemônica, apontada em Renk (1997), Hass (2007) e Mombelli (1996), a qual se constituiu sob influência desses mesmos poderes.

Há nessa relativa homogeneidade discursiva acerca da identidade regional, especialmente no jornalismo de proximidade, um capital simbólico que contrapõe as narrativas historicamente construídas acerca do Extremo Oeste enquanto um espaço de violência, uma terra sem lei, “o nosso far-west”.²⁰ Por outro lado, como já demonstrado, também há exclusão.

O distanciamento não pode ser inadvertidamente apontado como uma solução para a falta de pluralidade observada, já que os exemplos analisados apontam para uma visibilidade restrita dos *claims* regionais nas esferas estadual e nacional. Ainda, a imprensa estadual e nacional muitas vezes falha na apuração, caindo na facilidade do recurso a estereótipos. Isso não ocorre apenas nos conteúdos das primeiras décadas analisadas. Em 2016 a publicação de uma notícia na Revista Exame, de circulação nacional, gerou polêmica. Nela, ao denunciar a falta de controle alfandegário na fronteira, o jornalista afirmou que “atualmente, passam na ponte [Internacional Peperi-Guaçu] 2.000 motoristas por dia, entre *turistas incautos e contrabandistas* (BRANCO, 2016, p. 22, sem grifos no original).

A forma pela qual os usuários da ponte são caracterizados é sintomática. Nada de trabalhadores, pequenos empresários ou comerciantes, mas contrabandistas e turistas incautos – estes últimos, ingênuos o suficiente para cruzarem o *far west* catarinense rumo às praias do litoral. Como destaca Taylor (2000), tanto essas simplificações, que remetem a estereótipos, como os silenciamentos mencionados causam danos aos grupos atingidos, são uma ferramenta de opressão. O Extremo Oeste é mais do que uma rota de contrabando, e também é mais do que uma comunidade de descendentes de europeus focados no trabalho. Ao ignorar essa complexidade o jornalismo exerce um papel limitado na sua capacidade de fomentar um debate público qualificado.

Mas se há tanta homogeneidade nas caracterizações do Extremo Oeste catarinense, por que delimitar nove diferentes enquadramentos? Porque a análise de enquadramentos realizada permite mais do que a identificação das linhas gerais dessa identidade construída discursivamente pela imprensa e que, como exposto, se coaduna com aquela evidenciada em discursos de outros campos, como os produzidos por pesquisadores do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina na segunda metade do século XX. Foi possível inferir, por exemplo, que os enquadramentos predominantes acerca da identidade regional derivam de duas matrizes cognitivas – ‘desenvolvimento’ e ‘reivindicação’ – que mobilizam elementos semelhantes em graus diferentes, uma espécie de sistema de ênfases em elementos identitários específicos. Importante apontar que, majoritariamente, os textos dos veículos de comunicação locais/regionais apresentaram um predomínio de enquadramentos da matriz ‘desenvolvimento’, enquanto aqueles dos jornais estaduais/nacionais concentraram enquadramentos da matriz ‘reivindicação’.

Por exemplo, no enquadramento “Região que se desenvolve pelo trabalho”, há uma ênfase no protagonismo de atores políticos e econômicos regionais que conseguiram construir uma ponte

²⁰ Esse aspecto foi explorado de maneira mais pormenorizada em Bavaresco e Locatelli (2017).

internacional sem apoio dos governos estadual e federal. Já no enquadramento “Região que reivindica pela voz dos representantes” há, de certa forma, um reconhecimento de que as ações das elites locais, mesmo trabalhadoras e focadas no desenvolvimento econômico (aspectos da identidade hegemônica mapeada), são limitadas, por isso a necessidade de se reivindicar aos órgãos e instituições competentes o atendimento das demandas.

Interessante observar que em relação aos enquadramentos da matriz ‘desenvolvimento’ existe uma evolução ao longo do período pesquisado. O primeiro enquadramento mapeado, “região com potencial”, se desdobra em uma “região relevante economicamente e politicamente”, que “progride mesmo sem apoio político” e “se desenvolve pelo trabalho” para, atualmente, se configurar em uma “região que tem força política”. Já a matriz ‘reivindicação’ aponta para enquadramentos que não se entrelaçam de maneira tão evidente.

As duas pautas selecionadas para a pesquisa seguem em discussão até os dias atuais. Especificamente no caso do Corredor Rodoviário Bioceânico, a discussão sobre a abertura da estrada que integra o projeto apareceu pela primeira vez nos jornais analisados há mais de 50 anos, foram necessários cerca de 30 para a construção da Ponte Internacional e, atualmente, se fala na necessidade de construção de uma nova passagem para que o projeto se viabilize.

Temática e contexto: os determinantes da cobertura

Os dados levantados na pesquisa que embasa este artigo demonstram que ao aderir ou acionar determinadas caracterizações identitárias o jornalismo está envolvido em uma disputa por pelo poder de determinar simbolicamente, por meio da enunciação, como se configura o espaço e a população a que faz referência, quais suas potencialidades, qualidades, definir quem se é. Os dados apontam que a seleção de a qual identidade dar visibilidade e qual invisibilizar não é arbitrária, mas sim, reflete a teia social, econômica e política na qual o veículo jornalístico está envolvido.

Também fica claro que a dificuldade em enxergar pluralidade nesse espaço pretensamente homogêneo não tem relação direta com o fato de se tratar de um jornalismo de proximidade ou baseado no afastamento da comunidade, mas muito mais com a temática e com o contexto sociopolítico no momento da cobertura.

Evidenciou-se que as lutas por reconhecimento perpassam o jornalismo em seus diferentes formatos, mas ao menos no tipo de jornalismo aqui estudado, feito a partir de empresas privadas de comunicação, há poucas frestas para concepções identitárias alternativas às hegemônicas. Como discurso crítico e investigativo, baseado no interesse público, o jornalismo deve problematizar as hegemonias e, embora isso apareça esporadicamente na análise, essas iniciativas ainda são incipientes.

Por outro lado, o acionamento de elementos identitários como estratégia de lideranças políticas e dos próprios veículos noticiosos para estabelecer vínculos com a comunidade local demonstra que o reconhecimento também pode ser utilizado como moeda de troca. Ou seja, no âmbito local o reconhecimento de determinadas identidades é correspondido por uma aceitação daqueles agentes como representantes das demandas locais. No âmbito dos agentes políticos e dos veículos jornalísticos mais afastados daquela realidade, a contrapartida é uma liberação para que se manifestem sobre a região e o grupo em pauta.

Fica em aberto o caminho para pesquisas que incluam nesse tipo de análise, já complexo e com grande volume de variáveis envolvidas, o cenário digital, que potencialmente permitiria a ampliação das vozes envolvidas na batalha pelo reconhecimento, além de uma tipologia mais ampla de veículos de comunicação.

Referências

BAVARESCO, Marcionize; LOCATELLI, Carlos. Esferas de visibilidade jornalísticas e relações de poder: um estudo sobre a memória do Oeste catarinense na imprensa nacional e regional (1940-1950). **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 6, p. 75-93, 2017.

BAVARESCO, Marcionize. **Jornalismo, identidade regional e controvérsias públicas**: a definição simbólica do Extremo Oeste catarinense na imprensa. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2017.

BERNIER, Marc-François. **Éthique et Déontologie du Journalisme**. Saint-Nicolas (Québec): Les Presses de l'Université Laval, 2004.

BHABHA, Homi K. DissemiNation: time, narrative, and the margins of the modern nation. *In*: BHABHA, Homi K. (Org.). **Nation and Narration**. New York: Routledg, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BRANCO, Leo. Só no Brasil. Fronteiras: passagem clandestina. **Revista Exame**, ano 50, n. 3, 17 fev. 2016. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/revistaexame/edicoes/1107/noticias/umapassagemclandestinaligasantacatarinaaargentina>. Acesso em: 14 abr. 2016.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de Proximidade**. Coimbra: MinervaCoimbra, 2002.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. *In*: CORREIA, João Carlos (Org.). **Ágora, Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Covilhã, Portugal: LabCom Books, 2011.

ENTMAN, Robert M. Framing: toward a clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FELIPPI, Ângela Cristina Trevisan. **Jornalismo e identidade cultural**: construção da identidade gaúcha em Zero Hora. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2006.

GAMSON, William A.; LASCH, Kathryn E. The political culture of social welfare policy. **Pinhas Sapir International Conference on Development**, Universidade de Tel Aviv, dezembro de 1980.

GAMSON, William; MODIGLIANI, Andre. Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. **American Journal of Sociology**, v. 95, p. 1-37, 1989.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Série Jornalismo a Rigor. v. 6. Florianópolis: Insular, 2012.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? *In*: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**. Petrópolis: Vozes, 2011.

HASS, Monica. **O linchamento que muitos querem esquecer**. 2. ed. rev. Chapecó: Argos, 2007.

LAGO, Paulo Fernando de A. **Ecologia e Poluição**: o homem e o ambiente catarinense. São Paulo: Resenha Universitária, 1975.

LAGO, Paulo Fernando de A. **Santa Catarina: a transformação dos espaços geográficos**. Florianópolis: Verde Água Produções Culturais, 2000.

LINS, Hoyedo Nunes. Herança açoriana e turismo na ilha de Santa Catarina. **Revista de Ciências Humanas**, v. 10, n. 14, 1993.

LOCATELLI, Carlos. **Comunicação e barragens: o poder da comunicação das organizações e da mídia na implantação da Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó (Brasil)**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

MAIA, Rousiley (Org.). **Mídia e Deliberação**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

MAIA, Rousiley. Debates públicos na mídia: enquadramentos e troca pública de razões. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 2, p. 303-340, jul./dez. 2009.

MARCON, Maria Teresinha de Resenes. **A trajetória dos processos de regionalização em Santa Catarina: escalas geográficas e atores sociais**. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2009.

MARINAS, José Miguel. La identidad contada. Destinos del relato al filo del milenio. **Archivos de la Filmoteca**, n. 21, p. 75-87, out. 1995.

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

MATTHES, Jörg; KOHRING, Matthias. The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. **Journal of Communication**, v. 58, n. 2, p. 258-279, 2008.

MEDITSCH, Eduardo B. V. Journalism as a form of knowledge: a qualitative approach. **Brazilian Journalism Research**, v. 1, n. 2, 2005.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; SIMÕES, Paula Guimarães. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 27, n. 79, p. 187-201, jun. 2012.

MOMBELLI, Raquel. **Mi soi talian gracia a dio: identidade étnica e separatismo no oeste catarinense**. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal de Santa Catarina, 1996. Disponível em: <http://www.bu.ufsc.br/teses/PASO0071-D.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2015.

PELUSO JÚNIOR, Victor Antonio. A Identidade Catarinense. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina**, n. 5, p. 259-280, 1984.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia local, uma mídia de proximidade. **Comunicação: Veredas**, ano 2, n. 2, nov. 2003.

PIAZZA, Walter Fernando. **A colonização de Santa Catarina**. 2. ed. rev. Florianópolis: Lunardelli, 1988.

PLANO de Desenvolvimento de Santa Catarina 2030. **Governo do Estado de Santa Catarina**, Florianópolis, 2018. Disponível em: <http://www.spg.sc.gov.br/visualizar-biblioteca/acoes/plano-catarinense-de-desenvolvimento/1162-plano-sc-2030-versao-final/file>. Acesso em: 14 jul. 2019.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Revista Estudos Históricos**, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992.

REESE, Stephen D. Prologue – Framing Public Life: a bridging model for media research. *In*: REESE, Stephen D.; GANDY JÚNIOR, Oscar H.; GRANT, August E. (Eds.). **Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world**. New Jersey: Taylor & Francis, 2008.

RENK, Arlene. **A luta da erva: um ofício étnico no Oeste Catarinense**. Chapecó: Grifos, 1997.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Modernidade, identidade e a cultura de fronteira. **Tempo Social**, v. 5, n. 1-2, p. 31-52, 1993 (editado em nov. 1994).

SAWARD, Michael. **The representative claim**. New York: Oxford University Press, 2010.

SERPA, Élio Cantalício. A identidade Catarinense nos discursos do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina. **Revista de Ciências Humanas**, v. 14, n. 20, p. 63-79, 1996.

SILVA, Zedar Perfeito da. **O Oeste catarinense**. Rio de Janeiro: Laement, 1950.

SINGER, Paul. **Desenvolvimento econômico e evolução urbana**: análise da evolução econômica de São Paulo, Blumenau, Porto Alegre, Belo Horizonte e Recife. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1968.

TAYLOR, Charles. A política do reconhecimento. In: TAYLOR, Charles (Ed.). **Argumentos Filosóficos**. São Paulo: Edições Loyola, 2000. p. 241-274.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. 3. ed. rev. Florianópolis: Insular, 2012.

VEYRAT-MASSON, Isabelle; BLANCHARD, Pascal. **Les guerres de mémoires**: La France et son histoire. Paris: La Decouverte, 2010.

VIMIEIRO, Ana Carolina Soares Costa. **Cultura pública e aprendizado social**: a trajetória dos enquadramentos sobre a temática da deficiência na imprensa brasileira (1960-2008). Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2010.

VIMIEIRO, Ana Carolina; MAIA, Rousiley Celi Moreira. Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de *frames* culturais. **Revista Famecos**, v. 18, n. 1, p. 235-252, jan./abr. 2011.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 7-72.

Marcionize Elis Bavaresco é doutoranda no PPGJor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Integrante do Grupo de Pesquisa Jornalismo, Cultura e Sociedade, da mesma instituição. Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira.

Carlos Augusto Locatelli é professor vinculado ao Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Integrante do Grupo de Pesquisa Jornalismo, Cultura e Sociedade, da mesma instituição. Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados e redação do manuscrito.

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

BOTS COMO AGENTES DE EXPRESSÃO: Regime de visibilidades e o poder de criar redes

BOTS AS AGENTS OF EXPRESSION: Regimes of visibility and the power to create networks

LORENA LUCAS REGATTIERI

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: lorenaufes@gmail.com. ORCID: 0000-0002-8747-1053.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

REGATTIERI, Lorena Lucas. BOTS COMO AGENTES DE EXPRESSÃO: Regime de visibilidades e o poder de criar redes. Contracampo, Niterói, v. 38, n.2, p. 130-149, ago./nov. 2019.

Enviado em: 12/4/2019. Revisor A: 2/8/2019; Revisor B: 17/7/2019; Revisor A: 21/8/2019. Aceito em: 22/08/2019.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.28504>

Resumo¹

O que aprendemos a respeito da utilização de robôs nas redes sociais e seus efeitos comunicacionais? Considerando as práticas midiáticas contemporâneas, os estudos críticos algorítmicos vêm debatendo uma transformação nos regimes de visibilidade (Magalhães, 2018). Este artigo retoma um estudo de caso das eleições presidenciais de 2014 sobre o uso de bots no Twitter como agentes de expressão. Ao coletar dados digitais do Twitter, partiu-se de uma técnica quali-quantitativa de análise das redes sociais para cartografar as estratégias de computacionais de propaganda. Assim, sob efeito dos *bots*, as modulações produzidas da interação entre atores humanos e não humanos fornecem novos parâmetros para compreender fenômenos políticos-comunicacionais.

Palavras-chave

Bots; Visibilidade; Inteligência artificial; Análise de redes sociais.

Abstract

What have we learned about the use of robots in social networks and their communication effects? Considering the contemporary media practices, critical algorithmic studies have been debating a transformation in the regimes of visibility (Magalhães, 2018). This article takes up a case study of the 2014 presidential elections on the use of bots on Twitter as agents of expression. When collecting digital data from Twitter, we process with a qualitative-quantitative technique of analyzing social networks to map computational propaganda strategies. Thus, under the effect of bots, the modulations produced from the interaction between human and non-human actors provide new parameters for understanding political-communicational phenomena.

Keywords

Bots; Visibility; Artificial intelligence; Social network analysis.

¹ Esse artigo é fruto de atualizações inéditas da dissertação e novas investigações da pesquisa de doutoramento.

Panorama do uso de *bots* no espaço digital

O uso de *bots* como ferramentas - sua fusão desde uma tecnologia de agente em uma nova categoria de “agentes críveis” - requer um olhar mais atento sobre o que está por trás da tendência humana de antropomorfizar. Por um lado, dotar programas de software, caráter e personalidade os torna mais amigáveis. Pensar neles como seres semelhantes esfrega as ásperas bordas da crua realidade da interface homem-computador. [...]. Mas há um porém. O ato de personificação obscurece uma importante verdade sobre o relacionamento humano com as ferramentas de software. A dicotomia criada entre “nós” e “eles” é falsa. Estamos juntos nisso. As ferramentas de software - se as chamamos de *bots* ou agentes, sejam eles personagens críveis ou não - são extensões fora do nosso dia a dia de carne e osso (LEONARD, 1997, p. 104, tradução nossa).

Em seu livro, *Bots: The origin of new species* (1999), Andrew Leonard descreve os *bots* como programas de software autônomos e supostamente inteligentes que fornecem um serviço. Leonard, jornalista e autor de colunas de tecnologia da revista *Wired*, nos coloca em contato com uma narrativa histórica e crítica sobre o impacto desses agentes na sociedade. O livro apresenta questões cruciais para o debate na computação e na comunicação, pois revela o papel do software como serviço (SaaS), dos protocolos de comunicação entre a internet e o software (API) e da evolução do processamento da linguagem natural (NLP). Os chamados *chatbots* se popularizaram em serviços de atendimento ao cliente, processos de recrutamento e em plataformas de redes sociais. ELIZA² é considerado o primeiro *chatbot* na história da ciência da computação. Muito embora, em 1966, o termo *chatbot* não existisse. A definição aparece apenas em 1994 com o cientista da computação Michael Mauldin. A ELIZA operava identificando palavras ou termos-chave da entrada para responder ao usuário usando as palavras ou termos-chave de respostas pré-programadas. Por exemplo, se um humano disser em um tweet ou em uma mensagem “Não consigo utilizar o serviço de transferência de conta corrente do banco” e se o banco citado no conteúdo possuir um serviço de *bots*, as palavras-chave são reconhecidas e processadas para que o robô possa responder com mensagens roteirizadas pelo desenvolvedor. Esse tipo de procedimento criou uma ilusão de compreensão e interação com um ser humano real, embora o processo fosse mecanizado.

Essa história é fundamental para compreender as transformações no mundo dos agentes, seus efeitos na comunicação e na sociedade. Nesse artigo, busco alinhar as ciências da computação com as ciências da comunicação para compreender as operações e as implicações desses serviços de software no regime de visibilidades e subjetivação. Busco analisar como as interações entre pessoas e *bots* modulam a experiência das pessoas e contaminam os ambientes digitais de conversação on-line. Assim, denomino *bots* como agentes de expressão das rotinas computacionais interagindo via protocolos de comunicação nas plataformas de redes sociais com o objetivo de potencializar e modelizar o comportamento das conversas e dos humanos.

A literatura especializada na ciência da computação oferece vasto arcabouço de metodologias para detecção de *spams* e *bots*. Neste artigo investigo os robôs nas redes sociais como ferramentas algorítmicas e distintas abordagens para debater os efeitos desses agentes no espaço comunicacional. O desenho de agentes autônomos como os *bots* pode nos dar pistas para investigar o modelo de propaganda em rede, bem como os disparos em massa em outras redes sociais, como, por exemplo, o WhatsApp. No caso dos *bots*, uma variedade de trabalhos pesquisou em diferentes contextos políticos e sociais o modo como essas operações de informação são planejadas e coordenadas para causar a desorientação da audiência.

² Para saber mais sobre a história do chatbot ELIZA, ver: <https://www.analyticsindiamag.com/story-eliza-first-chatbot-developed-1966/>.

O objetivo dessa pesquisa é analisar certos aspectos do padrão de propagação e ativação de circulação de informação sob efeito dos *bots*, especificamente das *botnets*.

Desde os anos 1990, estudos dedicaram-se à complexidade dos agentes e de mecanismos de seleção decisório dos modelos de inteligência artificial (MAES, 1990), testando e simulando condições de performance e julgamento de ações na medida em que se adaptam a novos ambientes, criando modelos algorítmicos capazes de proceder na tomada de decisões e considerando a escalada de dados e a complexidade de variações das metas ao longo do tempo. Esses trabalhos acabaram oferecendo uma reflexão sobre o lugar da agência em atividades cognitivas e do que se entende por inteligência, analisando funcionalidades emergentes dos agentes autônomos e se a inteligência artificial seria capaz de corporificar suficiente inteligência para expressar, captar, se adaptar e distribuir ações. Essas pesquisas lideradas por Patti Maes revolucionaram a inteligência artificial pela abordagem situada da arquitetura e do desenho de agentes autônomos, tornando-se menos generalista e mais realista.

A onda de estudos da computação se aliou à comunicação, notadamente nas investigações envolvendo o uso da propaganda computacional em cenários políticos pelo mundo (HOWARD, WOOLEY e CALO, 2018; FERRARA, 2017; WOOLEY, KOLLANYI e HOWARD, 2016; HOWARD e KOLLANY, 2016). O relatório do *Oxford Internet Institute, Computational Propaganda in Brazil: Social Bots during Elections* (ARNAUDO, 2017) reuniu trabalhos que focam nos processos computacionais envolvidos na elaboração das contas automáticas e no cálculo da influência desses processos automatizados nas redes sociais, bem como no aperfeiçoamento das ferramentas de detecção de robôs (SAVVOPOULOS et al., 2018; VOSOUGUI, S.; ROY, D.; ARAL, 2018; CHAKRABORTY et al., 2017; SILVA et al., 2016; MESSIAS et al., 2013; BENEVENUTO et al., 2010). No caso das investigações realizadas pelo LABIC (Laboratório de Estudos em Imagem e Cibercultura), Arnaudo (2017) destacou o impacto dos *bots* nas eleições presidenciais de 2014, a votação do projeto de lei do Marco Civil da Internet, o processo de impeachment com o *Vem pra Rua* e as eleições municipais do Rio de Janeiro em 2016 (REGATTIERI, 2016; REGATTIERI et al., 2014; MALINI, 2016; CÔRTEZ et al., 2016).

Esse conjunto de pesquisas evidencia a utilização do *bot* no ecossistema informacional das plataformas mediadas por algoritmos como uma ferramenta algorítmica funcionando em meio a culturas algorítmicas (GILLESPIE, 2017). Desde então, os *bots*, *spams* e os *trolls* no campo da comunicação são estudados para compreender os impactos enquanto instrumento da amplificação da desinformação e conteúdo de baixa-credibilidade, propagação de campanhas de cunho político, social e cultural e da radicalização e polarização do debate público nas redes sociais. O estudo da arte das investigações sobre identificação de *bots* pode ser ancorado na plataforma *Botometer* (VAROL, 2017). A plataforma verifica a atividade de uma conta do Twitter e atribui uma pontuação baseada na probabilidade da conta ser um *bot*. Pontuações mais altas são mais parecidas com *bots*. Portanto, o processo de automação na emulação de perfis nas redes sociais on-line possui um método computacional de detecção, estimativa e caracterização. A plataforma consiste em detectar o que chamam de robôs sociais no Twitter, a partir de recursos extraídos de dados públicos e meta-dados sobre usuários nas redes. São eles: amigos, conteúdo e sentimento de tweets, padrões de rede e séries temporais de atividades. Ao passar pelo crivo da plataforma, a depender da performatividade do perfil, há uma probabilidade de um perfil ser considerado robô. E é verdade também que um perfil humano, ao passar pela avaliação da ferramenta, pode vir a inferir que esse mesmo perfil é um robô. Assim, é uma relação com a probabilidade, desde que certas características tidas como parte dos processos de automação – conforme delineadas pela equação matemática – indique o quanto um usuário humano performa as características de um robô.

Os *bots* são contas controladas por softwares e essas contas performam tarefas automatizadas, podendo postar conteúdo, interagir entre si e com usuários humanos e outros bots, por meio de conexões on-line – assim como pessoas reais. Sanger (2018); Jamieson (2018); Benkler, Farris e Roberts (2018) e Phillips e Milner (2017) debatem como a ação de modelos de propaganda nas redes sociais pode funcionar

como armas de organização, modelização, desinformação e radicalização capazes de interferir na opinião pública e, eventualmente, alterar o curso dos processos eleitorais e dos debates na democracia. Na busca por evidências quantitativas, Shao et al. (2018) analisaram a difusão viral da desinformação a partir de 14 milhões de mensagens que espalharam 400 mil artigos no Twitter, durante dez meses, entre 2016 e 2017, nos Estados Unidos. A metodologia usa dados qualitativos cedidos por agências de checagem de fatos legítimos para classificar parâmetros relacionados aos conteúdos de alta e baixa credibilidade. Desse modo, encontraram evidências de que os *bots* desempenharam um papel desproporcional na divulgação de artigos de fontes de baixa credibilidade. Os resultados indicaram que os *bots* operaram na amplificação desse conteúdo nos primeiros momentos de divulgação, antes que o conteúdo se tornasse viral. Ao mesmo tempo, os *bots* também funcionavam segmentando usuários com muitos seguidores por meio de respostas e menções. Os perfis humanos são vulneráveis a essa manipulação, compartilhando novamente o material postado por *bots* e passando a compor juntos – cada qual incorporando partes de suas conexões em rede. Os *bots* são o suporte dos sites de baixa credibilidade, pois estrategicamente são o oxigênio da amplificação (PHILLIPS, 2018).

Como em uma política armamentista na internet – uma *cyberwar* adotando e adaptando modelos de propaganda em rede com fins específicos –, a automação para a modelização do debate público nas redes sociais on-line utilizam estratégias coordenadas usando os chamados *bots* para formar manadas de opinião. Tão importante quanto identificar os perfis robôs controlados por software é entender o impacto dessa guerra no espaço comunicacional e como essas ferramentas transformam o regime de visibilidade (MAGALHÃES, 2018); as contaminações nos processos de subjetivação e na formação de novos modelos de conversação e propaganda (SANGER, 2018; BENKLER, FARIS e ROBERTS, 2018). E se alguns o fazem com bancos de dados privilegiados? Ou se há financiamento para investir em ferramentas de inteligência artificial e aprendizado da máquina? O que seria da opinião pública diante de conteúdos maliciosos, teorias conspiratórias, boatos, notícias falsas ou enganosas? (MARWICK e LEWIS, 2018). E, ainda, o que modula o sujeito alvo dessas estratégias de propaganda? Nesses processos emergem os perfis ciborgues. Eles podem funcionar como *uma máquina de influência digital (DIM)* (NADLER, CRAIN e DONOVAM, 2018), viabilizando a gestão e a manutenção de conteúdos criados para propagar mensagens nas redes sociais, caracterizando-se por uma “infraestrutura de coleta de dados e capacidades de segmentação” (NADLER, CRAIN e DONOVAM, 2018), desenvolvida por plataformas de anúncios, editores da web e outros intermediários. O funcionamento dessa máquina inclui um esquema montado para o monitoramento do usuário, direcionamento do público-alvo e utilização de tecnologias automatizadas que aumentam seu alcance e, em última análise, seu poder de influência. Segundo os autores, três mudanças fundamentais no panorama midiático dos Estados Unidos proporcionaram as condições para a consolidação desse modelo de propaganda: o declínio do jornalismo profissional, a expansão dos recursos financeiros dedicados à influência política e a crescente sofisticação da publicidade direcionada com pouca supervisão.

Pode-se inferir que as *botnets* operam uma intervenção precoce que expõe muitos usuários a informações de baixa credibilidade, aumentando as chances de uma mensagem ser “viral”. A consolidação da amplificação do conteúdo e o sucesso do modelo de propaganda são marcados pela entrada dos perfis humanos na rede de difusão. Essa dinâmica importa em seus efeitos de expressão, dentro do espaço de comunicação do Twitter e da propaganda em rede. Reviso uma série de estudos entre a comunicação e a computação para compreender como os dados digitais extraídos das redes sociais on-line podem indicar evidências de organização, distribuição e modelização de grupos nas redes sociais.

Na próxima parte do texto, analiso a relação entre a simulação de realidade virtual e os modos de expressão do sujeito no espaço digital em busca de visibilidade, tratando a virtualidade como terreno de elaboração ética. A construção da tomada de decisões por humanos no espaço virtual considera as condicionantes dessas ferramentas algorítmicas levando em consideração o ambiente em que estão inseridos. A partir de dados digitais das eleições presidenciais de 2014, analiso características de

comportamento dos *bots* que colocam em ação tarefas coordenadas para atingir objetivos específicos, considerando as dinâmicas de interação do próprio ambiente. O processo de execução e performance de ações específicas, planejamento e deliberação joga luz sobre a arquitetura e o desenho de *bots* enquanto agentes de expressão. Por fim, esse trabalho ainda em andamento, dispõe de visualizações em grafo para mostrar que *botnets* estabelecem novas dinâmicas de comunicação entre humanos e máquinas.

Ferramentas algorítmicas de propaganda em rede: pistas sobre a circulação da informação, subjetivação e mediações de visibilidade

Bots, como todas as criaturas, pertencem ao seu ambiente. E, neste caso, o ambiente é a Net. Os MUDs (domínios de multiusuários) que se proliferam, os milhares de quadros de avisos que compõem as notícias da Usenet, a praticidade das infinitas salas de chat da rede IRC, a inexorável circulação e transformação da World Wide Web – apenas na mais acidental das maneiras se pode dizer que a Net possa ter sido planejada ou organizada ou arregimentada. É um exemplo de grande sucesso do poder de distribuição paralela – infinitamente criativo, infinitamente mudando. [...] A multiplicidade de ambientes de rede é uma das razões por que a tentativa de discernir uma genealogia particular ou anatomia de *bots* é uma missão cheia de perigos de ordem semântica e logística. *Bots* não compreendem apenas uma nova espécie, mas um espectro completo de novas espécies, um novo filo sob o sol digital (LEONARD, 1997, p. 17, tradução nossa).

No plano do social, longe de uma fascinação pela técnica ou de reforçar um horizonte catastrófico em que as máquinas nos levam a uma situação de inumanidade e perda das dimensões éticas da vida, proponho territorializar essa relação maquinica entre humanos e não-humanos. Guattari (2015) investe numa tentativa de reconceitualizar a máquina, posicionando-a num cruzamento entre a inércia e a invenção; por um lado, o caráter vazio, por outro, como um objeto de individuação subjetiva e subjetividade coletiva. Nessa humanização robótica ou a robótica humanização, os *bots*, agentes autônomos, os vírus, os *bots* sociais, os perfis falsos, as sátiras, desde a perspectiva dos humanos, são vistos como possuidores de uma alma e, às vezes, até de um certo poder de organizar o espaço informacional. Busca-se demonstrar com essa investigação que a retroalimentação entre níveis de informação de natureza afetiva, cognitiva e informacional é o insumo usado pelo robô na produção de uma protosubjetividade (GUATTARI, 2015), que objetiva prolongar a interação entre humano e máquina e estabelecer níveis de visibilidades.

[...] o que proponho não é exatamente um retorno a uma concepção animista, mas, pelo menos, tentar considerar que, na máquina, a interface maquinica, há algo que seria não da ordem do animal, alma ou animal- humana, mas da ordem de uma protosubjetividade. Ou seja, na função de máquina de uma consistência, relacionamento consigo mesmo e relação com a alteridade.⁵⁰ (GUATTARI, 2015, p. 89).

Magalhães (2018) considera o problema da mediação da visibilidade. O desenho das redes diante dos aspectos de simulação dos *bots* nas redes sociais pode gerir ordenamentos difusos da produção de subjetividade. O autor argumenta que “o significado normativo que os usuários finais atribuem às decisões algorítmicas tem propriedades éticas constitutivas” (MAGALHÃES, 2018, p. 8). O ordenamento organizado pela ação coordenada de uma rede de *bots* deve supor a realidade e as percepções que constituem as expressões de um perfil nas redes sociais. Ainda assim, a tentativa de alteração de comportamento e valoração de um modo de ser ético não funda a identidade de um usuário final. A lógica objetiva e a consequência da ação de um perfil não podem ser explicadas pelas normatividades embutidas em um algoritmo, ou até mesmo em um *bot*. As deliberações do sujeito nas redes sociais podem se distinguir nos aspectos da governança algorítmica em um regime de visibilidades, entretanto a avaliação ética da virtude e os aspectos morais podem prejudicar a autonomia do próprio sujeito. Se deliberadamente o

sujeito em contato com o algoritmo está em alteração, as metas, parâmetros e percepções operam novas práticas de visibilidade. Como ferramentas algorítmicas, os *bots* se realizam em suas *botnets* e necessitam da arquitetura de interação humana para circular e orientar novas práticas de visibilidade. Entretanto, *botnets* não regulam éticas, tampouco governam a moral ou estabelecem códigos de conduta.

O contexto central compreende as decisões que os algoritmos tomam em nome dos usuários finais (por exemplo, o feed de notícias do Facebook). Da perspectiva não especializada do usuário final, eles são uma forma de contexto sócio-materializado instanciado não por meio de complexos de códigos computacionais e dados digitais, mas de uma interface enganosamente simples. É a tentativa deliberada de um indivíduo de mudar a si mesmo em resposta ao que ele especula como a lógica por trás dessas decisões que define uma subjetivação ética como “algorítmica” (MAGALHÃES, 2018, p. 7).

Uma das formas mais populares de socialização entre humanos-humanos e humanos-máquinas em um ambiente digital são os jogos de realidade virtual. Pelo menos desde o fim dos anos 1970, ambientes virtuais em rede emulam características do mundo físico e social, permitindo a interação entre usuários em um mundo virtual. O primeiro jogo de emulação virtual foi o Dungeons and Dragons. O Multi Usuário Dungeons ou Multi Usuário Dimensional (MUD) é um software que funciona como uma plataforma virtual que conecta usuários e permite apenas comandos textuais. Os jogadores conectam-se na plataforma e podem escolher o nome, o gênero e também descrever uma pequena biografia. Segundo Curtis (1992), esse ambiente multiparticipante, de realidade virtual extensível e acessível pelos usuários em rede, é um local de encontro virtual com aspectos e hábitos da vida real, como a colaboração entre pessoas para constituir um projeto coletivo. Apesar de a construção artificial de um ambiente e a interação serem basicamente por meio de textos, as sensações têm implicações na vida dos usuários e são entendidas como um fenômeno social de comportamento. Essa experimentação de uma realidade virtual dialoga com o debate atual sobre o tempo que os usuários passam socializando nas redes sociais e a performatividade nessa outra camada social da vida, não tão diferente dos jogadores – para conectar-se ao Twitter, por exemplo, o usuário deve escolher um nome, um avatar e preencher uma biografia.

Os jogadores MUD normalmente gastam seu tempo conectado socializando uns com os outros, explorando as várias salas e outros objetos no banco de dados e adicionando tais objetos desenhados por eles mesmos. Eles variam muito na quantidade de tempo que passam conectados em cada visita, variando de apenas um minuto a várias horas; alguns jogadores ficam ligados (e quase sempre ociosos) por vários dias, apenas ocasionalmente participando ativamente (CURTIS, 1992, p. 4).

Para Turkle (1994), no contexto do habitat virtual de múltiplas dimensões, o MUD, as entidades de inteligência computacional, provoca questões sobre esse status em uma dimensão social. Essas entidades, que optei por caracterizar como bots e não como inteligência artificial, como a autora o faz, podem ser criadas por jogadores corporativos. Esses bots podem ficar vagando pelo MUD e participar do ambiente virtual de modo a induzir os outros jogadores, pois o bot pode fornecer informação, contar piadas, ser grosseiro, dar referências sobre locais equivocados. Quando menos se espera, o jogador pode estar empenhado em uma longa conversa com um bot sem ao menos perceber que todo aquele encontro se deu com uma entidade programada por outro jogador, podendo até ter sido criada para aparecer e persuadi-lo a seguir outro caminho. Resumindo, é como se estivessem participando de um Teste de Turing³ sem terem

³ O Teste de Turing operacionaliza um teste no qual um interrogador (humano) faz perguntas a duas entidades ocultas. Uma das entidades é humana e a outra é uma máquina (computador). O interrogador e as entidades se comunicam indiretamente usando um teclado. Essa operação funciona de modo que o interrogador é testado por meio da condução de um diálogo. Por fim, o interrogador deve decidir qual é o humano. O computador é treinado via programação para imitar um humano, usando de um sistema lógico de alternativas. Se o interrogador não conseguir afirmar qual das entidades é humana, presume-se que a máquina atingiu um certo grau de intelectualidade.

sido avisados. No contexto da realidade virtual dos MUDs, a proposta de Turkle é se os bots deveriam ou não “anunciar” sua artificialidade. No contexto das redes sociais, os perfis fakes que performam um outro “eu” passam por situação semelhante ao interagir com outros usuários. Percebe-se que, em usuários famosos do Twitter, como @Samara7Days, @HugoGloss e @DilmaBolada aparecem facetas identitárias que, desenvolvidas ao longo do tempo, dão “a cara” desses avatares. Visto que imitam alguém ou criam sua própria narrativa inventando um personagem, tanto se aproveitam dessa popularidade, que só é possível por conta da comunidade que se identifica com o perfil, como tem na vida virtual grande parte da vida real. A visibilidade é vital para o prolongamento da vida desses perfis.

As redes sociais *online* como espaço de simulação dessa *protosubjetividade* e também por serem uma plataforma ampla de discussão pública interativa possibilitam todo tipo de ruído. A dimensão criativa do criador e as técnicas de web semântica tornam cada vez mais difícil discernir, nas redes sociais, se quem responde ou retweeta uma mensagem é um *bot* ou não. O Twitter e o Facebook dividem essa peculiaridade, pois são, fundamentalmente, redes que valorizam a popularidade e a influência, o que pode tornar a população usuária dessas redes mais suscetível ao ataque de *bots*. A mecânica das relações com o *bot* é definida pela repetição, enquanto a humana tem a sua centralidade na variação. As percepções (impressões e ideias) a partir de sensações como agradabilidade, empatia e prazer passam pelas paixões, portanto, não está no domínio da racionalidade. Desse modo, a forma pela qual uma pessoa faz distinções entre aquilo que ofende ou não outra pessoa ou um conjunto de pessoas não é a mesma que os robôs. O caso do *bot* Tay nos direciona justamente para essa questão nas relações comunicacionais. Principalmente no caso político, já que o estudo de caso utilizado foram as eleições presidenciais, o engajamento entre os eleitores de Dilma e os de Aécio implica sentimentos completamente diferentes entre as duas comunidades. De que modo um *bot* poderia interagir com outro perfil para ganhar votos? Isso depende da capacidade de se detectar ironia, humor, estranheza e outros tipos de interações. Isso não significa apenas classificar frases como positivas, negativas ou neutras (PATODKAR, V., 2016; CANUTO, GONÇALVES, BENEVENUTO, 2016), mas demanda uma habilidade fora da alçada da lógica computacional. Na verdade, atualmente, este é o grande desafio da inteligência artificial e dos métodos de análise de redes sociais: remontar, na máquina, a base para se fazer distinções relacionadas aos sentimentos.

Ferrara et al. (2016) debatem as características do que chamam de bots sociais, relacionando-os com o contexto, a rede, o sentimento e os padrões temporais de atividade. Afinal, que rastros e marcas, ou seja, qual assinatura os bots deixam nessa engenharia social? O grande desafio é distinguir humano de bot, tendo em vista a mimetização dos robôs sociais que se proliferam nas redes sociais. Segundo os autores, os bots sociais tentam imitar os usuários humanos alcançando uma rede de informações e mídia para preencher seus perfis e postar material previamente coletado em determinados momentos, em geral, momentos em que um assunto específico está nos trending topics. Numa tentativa de emular a temporalidade humana, postam conteúdos em um intervalo de tempo que não cause alerta ao modelo de detecção do algoritmo do Twitter – essa estratégia é uma marca de curadoria e de produção de conteúdo típica dos humanos. Aqui, aparecem duas vertentes de análise: uma se empenha em investigar métodos para detectar os bots; a outra investe no desenvolvimento de técnicas para identificar a comunidade de usuários-alvo dos bots. O resultado avaliou que bots retweetam mais que os humanos e são pouco retweetados. Ao mesmo tempo, identificaram que os bots pouco interagem, pois produzem poucos tweets, respostas e menções. Os bots têm nome de usuário geralmente maior e a data de criação do perfil tende a ser recente.

Wagner et al. (2012) partem de uma posição não muito comum entre os pesquisadores, isto é: entender o comportamento dos usuários nas redes sociais que são atacados por bots para saber que grupos são mais suscetíveis a uma interação automatizada por uma das partes. Para tanto, os autores justificam que é necessário prever a interação de usuários na rede para entender o comportamento e a maneira como uma rede de usuários se conecta, bem como desvendar de que formas os usuários

mantêm relações duradouras nas redes sociais (CHENG et al., 2011; ESTRADA & MENDONZA, 2014). A construção de modelos para identificar usuários mais propensos e prever níveis de suscetibilidade ao ataque dos bots passa pela variável reciprocidade. Diante do comportamento dos usuários enquanto se mantêm conectados na rede, quando os bots “atacam”, exploram três grupos de afinidade, divididos em rede, comportamento e linguística. De modo geral, os resultados apontaram que os usuários ativos em redes sociais mais suscetíveis a influências de bots são aqueles mais comunicativos, engajados em conversas constantemente e que, em suas interações, usam palavras mais afetuosas.

Por outro lado, Freitas et al. (2015) partem do princípio de que o Twitter é uma rede social vulnerável ao ataque dos bots. O Twitter é uma rede popular para a distribuição de conteúdo, principalmente a circulação de URLs. Estudos relacionados ao clique de spam (GRIER et al., 2010) contribuem para detectar a presença de links que direcionem para sites maliciosos. Para verificar em que medida os algoritmos implementados pelo Twitter defendem a plataforma de ataque de bots, os pesquisadores testaram 120 bots com atributos ligados ao gênero da bio do perfil do bot, o nível de postagens, o aplicativo usado para postagens e a comunidade de relação do bot. Os autores confirmaram a hipótese de que os bots conseguem passar pelos métodos do Twitter para detectar usuários falsos de modo relativamente fácil, mesmo aqueles bots que utilizam mecanismos simples de infiltração na rede.

Outros resultados apontaram que o gênero da bio não importa nesses algoritmos de diferenciação entre humano e máquina. A frequência de postagens mostrou que quanto mais ativo um bot, seu grau de semelhança com um comportamento considerado humano pelo método do Twitter é mais alto. No sentido da interação, a questão linguística é quantificável, mesmo que a linguagem dessa plataforma seja majoritariamente informal e com poucos caracteres. Resultados mostraram que usuários humanos no Twitter não foram capazes de distinguir tweets gerados pelos bots. Outro fator importante identificado pelo artigo evidenciou que bots têm alto grau de infiltração em grupos específicos quando são criados com a finalidade de entrar em uma comunidade de usuários bem conectados. Em suma, essa análise nos é cara, pois constrói um bom panorama da pesquisa sobre bots e política: o fato de que o gênero na bio do usuário não adquire tanta relevância nessa agência entre humano e máquina, mas que outras características que mimetizam uma performance humana possuem alto grau de influência, tais como a frequência de postagens, a densidade de conexão em grupos de usuários e a popularidade do bot.

Levando em consideração a importância do Twitter e o volume de dados que circula nessa rede e que serve para o desenvolvimento de outras plataformas de monitoramento – não só política, mas de trânsito, epidêmica, entre outras –, Freitas et al. (2014) desenvolveram um método para detectar os bots e compreender como eles se comportam no Twitter, a partir de atributos linguísticos, de conteúdo e de informação do usuário. A análise apontou que os bots tendem a postar mais tweets contendo URLs e *hashtags* do que fazem os humanos. No campo linguístico, os bots acabam tendo uma prática padronizada, o que resulta em um modelo passível de identificação mais detectável. Sobre o comportamento desses agentes de expressão, os bots em redes sociais não são tão “sociais” assim e, no Twitter, não se engajam em conversas tanto quanto os humanos, ou seja, os bots não produzem tantas respostas ou menções (os “replies”). O trabalho de Miranda Filho (2014) montou uma estrutura metodológica para pesquisas de opinião por meio de dados coletados em redes sociais. Para realizar a tarefa de traduzir a opinião expressa nas redes sociais, desenvolve diferentes etapas em um processo que inclui a caracterização do sexo, classe social, idade, análise de sentimentos e identificação de usuários spammers (nossos conhecidos bots) e jornalísticos integrados à ferramenta que realiza a tarefa de classificação. Depois da coleta, os dados são pré-processados para remoção de acentos, pontuações e stopwords (artigos, preposições e advérbios) e preparados para seguir o esquema seguinte de análise de opinião em redes sociais: primeiro, a informação passa por uma etapa de caracterização da mensagem, definida como análise de sentimentos (o que pensam? Qual a opinião?); o segundo passo é a etapa de caracterização dos usuários, definida como caracterização comportamental (posso confiar? O perfil é verdadeiro? É uma propaganda ou uma notícia?)

e caracterização pessoal (onde está? Qual sexo? Qual idade? Qual classe social?); e terceiro, a etapa de formação da amostra, compondo os dados e a possível margem de erro, apontando para a opinião dos usuários (o que pensam? Quem ganha? Qual a preferência?).

Todavia, essas pesquisas não analisam as transformações das práticas comunicacionais e os seus efeitos nos modos de subjetivação contemporâneo. Os métodos computacionais colaboram com o mapeamento quantitativo e indicam aspectos da qualidade das relações que se modelam no espaço comunicacional. Focam nos resultados de otimização sobre o aprimoramento dos métodos e das características de infiltração dos bots na camada social que se retroalimenta via ambiente digital. A transformação no regime de visibilidade por uma “subjetivação ética algorítmica” (MAGALHÃES, 2018) indica o que pode haver de humanidade na normatividade dos dados digitais. É nesse sentido que esse estudo de caso ressalta a potencialidade da comunicação em produzir novos conhecimentos sobre o tema da interação humano-máquina e seus efeitos no ecossistema informacional, principalmente no tratamento de grande quantidade de dados (SHOREY, HOWARD, 2016).

Metodologia de identificação de *botnets*: Mapeando os agentes de expressão

Mais do que identificar se um perfil é uma entidade autômata, *bot* ou um robô social, importa o modo como esse perfil se agencia em rede alterando a si próprio e o comportamento dos demais perfis, transformando as políticas de circulação das informações em uma rede social. Na pesquisa metodológica, os dados são apresentados como uma série de mapas ou grafos de rede que descrevem o modelo de amplificação de conteúdo durante as eleições presidenciais de 2014, com foco nas candidaturas psdbista e petista, suas relações entre si por diferentes medidas estatísticas e a análise de *botnets* (redes de robôs). Na metodologia apresentada, os mapas contêm nós que representam os perfis dos usuários no Twitter; vértices e links entre os nós que qualificam a relação entre os nós como retweets, menções ou respostas; e, por fim, o mapa é particionado em modulações de cores distintas para descrever a espacialização das comunidades que formam a rede.

O tamanho de cada nó indica sua proeminência em relação com outros nós. No mapa do Twitter, a arquitetura é definida pelas conexões entre os usuários e, nesse caso, prioriza-se o número de vezes que um perfil foi replicado (grau de entrada) e o número de vezes que um perfil replicou outro perfil (grau de saída). Os vértices, ou links entre os nós, formam a arquitetura da rede. Essas conexões representam as relações entre os nós. Para qualquer par de usuários em relação no banco de dados das eleições presidenciais de 2014, quanto maior o número de conexões entre um usuário e outro, mais próximos eles são reunidos pelo algoritmo de modulação. A estrutura geral dos mapas do Twitter é determinada pelos padrões de compartilhamento dos usuários dessa rede social em relação com as candidaturas psdbista e petista.

Destacamos aspectos do algoritmo de modularidade, pois a formação de comunidades no Twitter possibilita compreender a vitalidade presente na circulação de um conteúdo. A modularidade é uma das possíveis medidas para a detecção de comunidades em redes complexas. O objetivo do algoritmo de modularidade (BLONDEL et al., 2008; FORTUNATO, 2010) na detecção de comunidade é identificar o particionamento da rede em comunidades, para que a modularidade na rede seja otimizada. As *botnets* operam nos modelos de propaganda para ampliar a disseminação de conteúdo, expondo a rede a todo tipo de conteúdo com o objetivo de induzir o compartilhamento. Para entender o papel crítico dos *bots* na disseminação viral de conteúdo, Shao et al. (2018) demonstram quantitativamente a eficácia de ataques de disseminação de conteúdos maliciosos. Segundo os pesquisadores, os *bots* são superespalhadores de conteúdo de baixa credibilidade (como notícias falsas, teorias de conspiração e boatos) e postam automaticamente links para artigos, retweetam outras contas ou executam tarefas autônomas mais

sofisticadas, como seguir e responder a outros usuários. Entretanto, o padrão de amplificação dos robôs sugere uma tendência em se envolver em momentos específicos na disseminação de artigos populares. Ou seja, os *bots* são coordenados para uma utilização estratégica e não necessariamente compõe a conversação em todas as etapas de um modelo de propaganda. Os resultados indicam que os *bots* são mais prevalentes nos primeiros segundos após um artigo ser publicado pela primeira vez no Twitter do que em fases posteriores.

Entre os dias 06 de julho e 28 de outubro de 2014, o Laboratório de Estudos sobre Imagens e Cibercultura, da Universidade Federal do Espírito Santo (Labic/Ufes), extraiu tweets com mensagens e imagens relacionadas à eleição para presidência do Brasil, publicadas no site de rede social Twitter. Durante esses meses, período permitido pelo Tribunal Superior Eleitoral para a propaganda dos candidatos, foi coletado cerca de 12 milhões de tweets. Os filtros no trabalho com grande volume de dados são essenciais. Nessa investigação utilizamos, por exemplo: delimitação de uma faixa de tempo, número de tweets únicos, frequência de tweets ao dia, número de retweets, número de respostas, número de menções, total de usuários únicos e total de tweets originais. Desses filtros, podemos ainda observar as *hashtags* indexadas, as *hashtags* únicas, as mensagens que contêm URLs, além de imagens e vídeos. Os termos e *hashtags* coletados nesse processo foram #debatenaglobo, #13brasiltocomdilha, #Aecio45pelobrasil, #melhorcomdilha, #aeciopelamudança, #somostodosdilha, #votoaeciopelobr45il, #aecio45confirma, #13brasiltodocomdilha, #aecio45pelobrasil, #agoraaecio45confirma, #desesperodaveja, #ripbrasil e #impeachment.

Tabela 1 – Com a linha do tempo de informações sobre o banco de dados coletados a partir da API Search do Twitter

Data	Usuários	Tweets	Original	Retweets	Respostas	Menções	Hashtags
19/10/2014	708	940	278	588	74	206	814
20/10/2014	1992	3945	1553	2149	243	1267	3484
21/10/2014	1255	2404	952	1284	168	671	2177
22/10/2014	12316	93906	18319	71352	4235	27471	81697
23/10/2014	30088	220726	44866	164822	11038	66028	184285
24/10/2014	208825	1237126	391841	786204	59081	243831	694344
25/10/2014	69183	295083	73089	207272	14722	73919	163493
26/10/2014	152146	403232	120409	262823	20000	83275	189857
27/10/2014	44789	90420	29498	56249	4673	18535	32228

Fonte: Twitter

Nos oito dias de coleta pela Search API do Twitter, temos um total de 2.347,782 tweets, resultando numa frequência de 293.473,17 tweets ao dia. Dessa base de dados, apenas 41,523 são “geotageados” (um número considerado até alto nas pesquisas com dados coletados do Twitter). Desses tweets, o número de usuários únicos foi de 348,680. O número de tweets originais é de 680,805, advindos de 196,996 usuários. Desse banco de dados da última semana das eleições, identificamos que 371,645 usuários enviaram e receberam mensagens. Os tipos de tweets são divididos em retweets com 1.552,743 (66,14%) do *dataset* (226,122 remetentes e 59,915 destinatários); tweets com 680,805 (29%) e respostas com 114,234 (4.87%) do *dataset* (38,029 remetentes e 32,839 destinatários). O número de menções foi de 515,203 (97,581 remetentes e 26,859 destinatários). Este último é identificado quando uma menção a um usuário encontra-se no meio do texto do tweet, diferente da resposta ao tweet, quando a menção acontece no começo. As interações durante o período de oito dias somam os ATs, MTs e RTs em 2.182,180 tweets (249,899 remetentes e 91,664 destinatários).

A tradução dessas informações de modo a gerar um material empírico, pronto para ser processado, acontece em colaboração com métodos computacionais de coleta e mineração de dados. A coleta dos *tweets* publicados nesse período foi feita a partir de um script chamado FORD. Essa ferramenta busca os *tweets* que contêm termos previamente selecionados e os armazena em um banco de dados do MongoDB, instalado em um servidor remoto. O próximo passo é o processamento desses *tweets* através do 'FORD parse', armazenados em arquivos separado por vírgula (.csv), capaz de separar esse arquivo em outros três arquivos: uma AT (quando *tweets* iniciam com o @arroba do perfil), MT (menções ao @perfil no meio de texto do *tweet*) e os RTs (retweets como um compartilhamento automático das mensagens).

Para iniciar a extração das perspectivas (MALINI, 2016) contagiadas com os bots, o processo de análise de redes sociais desenvolve com método perspectivista a exploração do arquivo de RTs. O Gephi (BASTIAN, HEYMANN e JACOMY, 2009) é a ferramenta utilizada nas pesquisas do laboratório com extração de grande volume de dados, pois é um software completo para analisar, gerar estatísticas e visualizações. Com o Gephi, produzi relatórios estatísticos e visualizações em uma imagem com o design de um grafo. É a partir de estatísticas e filtros que o que passa pela rede se revela. Essa ferramenta livre pode gerar estatísticas importantes, como o grau de entrada ou de saída, hubs e autoridades, modularidade, centralidade de intermediação, aproximação e autovetor. Esses resultados permitem navegar pelos rastros deixados pelos bots e pelo arcabouço semântico de uma rede.

O segundo passo é aplicar o algoritmo de modularidade para encontrar as perspectivas visualizadas na área central do software, como frações da rede em cores distintas, uma vez que usamos Gephi, baseado no método de Louvain (BLONDEL et al., 2008). Esse método realiza a detecção de comunidades em grafos ponderados e tem características com uma heurística de captura acelerada, com a otimização do local de modularidade. O método de Louvain é um algoritmo que encontra partições de alta modularidade em grandes redes em curto espaço de tempo e faz passes que consistem em duas etapas: primeiro, a otimização de modularidade local, ordem aleatória de vértices varrendo toda a rede; segundo, a agregação da comunidade onde os passes se repetem de forma iterativa, até que a modularidade é maximizada e nenhum aumento é possível. Visualmente os clusters ou sub-grafos indicam o contexto de formação dessa aliança entre os perfis – sejam humanos ou não-humanos – das redes sociais. Se aglomeram e se aproximam aqueles com maior afinidade. A repulsão é uma força que afasta indicando menor afinidade. Investimos nessa abordagem, pois os módulos apresentam visualmente o espaço de interesse para ação dos *bots* em modelos de propaganda em rede.

O último passo para moldar uma perspectiva é explorar a seção "Laboratório de Dados" do Gephi, um quadro semelhante a uma tabela do Excel. Nessa tabela o pesquisador deve exportar os nomes indicados em cada *cluster*, gerando um novo arquivo separado por vírgulas referente àquela perspectiva. O procedimento continua a partir desse novo arquivo, que chamaremos de *clusterusernames.csv*, junto com o arquivo inicial carregado com todos os *clusters* denominado *tweets.csv*. Compreendendo que as partes são maiores que o todo, isolamos, com esse último processamento, os *tweets* e metadados que cada *cluster* carrega consigo. Se cada *cluster* realizar um novo processamento do algoritmo FORD, verá que será possível gerar um novo arcabouço de informações relacionais referentes às expressões que modelam cada perspectiva. Podem ser informações como a rede de *hashtags*, palavras mais frequentes, usuários mais ativos e *hashtags* mais frequentes. As possibilidades são variadas em termos de métricas.

Depois de identificarmos o cenário de expressão nas perspectivas, aplicamos a estatística de grau ponderado para medir volume de *tweets* e retweets. Para analisar a influência dos perfis na rede e detectar anomalias no comportamento dos usuários, processamos essa estatística para visualizar aqueles nós com maior ou menor grau de *tweets*. O grau ponderado médio usa a soma média dos pesos das arestas conectadas a um nó. Essa métrica pode indicar características de táticas de spam. O grau ponderado fornece as métricas de saída e entrada de um nó, medindo o volume de mensagens que

divulgar o debate televisivo nas redes sociais. Percebemos a proximidade da rede aecista com as tags da TV, enquanto isso, a comunidade de tags dilmistas conserva uma certa distância. Por termos feito também do dia posterior à votação do segundo turno (28-10-14), a hashtag #RIPBrasil acabou ganhando destaque diante da indignação dos eleitores de Aécio Neves (PSDB) e da rede antipetista.

Tabela 2 – Com os tweets mais compartilhados durante os 8 dias (21-28 de outubro) de coleta das eleições presidenciais de 2014

Tweet	Retweets
RT @g1: Dilma chega	48016
RT @humdaora: no caso eu sou a dilma http://t.co/vDfdJiNqBA	9804
RT @titwo: fanfic: um dia antes da eleição, dilma e aécio acordam em corpos trocados. agora cada um tem 24h para convencer o brasil a não ...	7690
RT @Sirjoker_: MANO DO CÉU A DILMA TA MUITO MAGRA http://t.co/Q5n1KVYCyS	6598
RT @adamschmidel: Eu, você, dois filhos, férias em paris, mansão em miami, internet de 100 megas e 50 milhões na conta ♥	6327
RT @rodpocket: “o aécio sabe falar melhor que a dilma” se eu quisesse alguém que sabe falar eu votava no bial pois o video do filtro solar ...	5730
RT @malikdefenses: Dilma: 13 Marina: 40 Aécio: 45 CPM: 22 Ben: 10 Onze: 20 Nx: 0 Marcelo D: 2 U: 2 P: 9 Blink: 182 Brasil: 1 Alemanha: 7	5487
RT @barbiesemken: Tudo isso pra chegar hoje e votar na dilma... http://t.co/0UqOcsN54a	4320
RT @larrible: aecio disse que vai cuidar pessoalmente da segurança ou seja você estara dormindo e ele vai passar na rua de noite fazendo ro...	3896
RT @10Ronaldinho: O Brasil já mostrou que tem potencial para crescer muito mais!! Domingo vamos para as urnas mudar nosso país!! #Aecio45 #...	3836

Fonte: Twitter

Essa análise a partir dos dados de oito dias de coleta sobre as eleições para a presidência do Brasil em 2014 tem como objetivo entrar no ambiente do jogo político em formação na disputa eleitoral. O método quali-quantitativo utiliza dos dados e da observação (tanto visual, quanto de leitura), para construir o plano de pesquisa transversal à computação e à comunicação. O humor e a ironia acabam gerando um alto grau de compartilhamento. Um comportamento robótico não tem a capacidade de criar um tweet emocionalmente comprometido com o tema, mas essa mensagem pode ser repetidamente compartilhada.

Os novos dados nos entregam uma tabela com os usuários que mais publicaram durante o período. Em nosso percurso de investigação, a revisão de literatura e as pistas para a metodologia, o número de publicações em curto espaço de tempo indica graus de automação no comportamento do perfil. No quadro a seguir, os dez usuários mais ativos durante a última semana das eleições presidenciais apresentaram características de automação como alto número de publicações, retweetam ou são retweetados com intensidade alta, alto número de menções com baixo grau de respostas. Alguns deles já estão em hiato (quando um perfil fica um tempo sem publicar); outro publicou bastante, mas pouco interagiu; um usuário não utiliza foto de perfil; outros foram apenas retweetados; a maioria foi mencionada com alta frequência. Nota-se, nesses perfis, uma tentativa de criar uma personalidade para tal usuário. No processo de automação desses usuários – militância, marketing pago, bots, fãs eleitores, perfis “alugados” – pode-se apontar ao observar as páginas dos perfis um engajamento visual e léxico de expressão no jogo político eleitoral.

Tabela 3 – Com os dez usuários mais ativos durante o período de 21 a 27 de outubro de 2014. A coluna tweets contém as mensagens publicadas por esses usuários em ordem decrescente

Perfil	Tweets	Retweetou	Retweetado	Respondeu	Respondido	Mencionou	Mencionado
raynnierem	3308	6	3	0	0	1	3
dairosoares	2471	165	2362	6	14	80	1100
letrin45	2424	162	2213	17	142	48	616
fmoreira66	2412	0	2401	5	10	96	860
artur_jaru	2364	1	2354	3	7	7	755
tottustu	2240	3844	502	183	1451	1338	2482
rfgv63	2195	0	2191	2	4	8	470
keunecke	2058	652	1958	20	3	167	722
allansb	1941	310	866	44	63	55	307
aokadaokada	1835	73	1813	1	1	18	490

Fonte: Twitter

Com os grafos visuais e as métricas sobre os comportamentos dos perfis podemos mapear as pulsações na rede. Na prática, as métricas estatísticas junto com uma análise qualitativa dos tweets equalizam a metodologia quantitativa-qualitativa da pesquisa com dados sociais. O contexto topológico e temporal dos sinais desses efeitos coordenados no grafo indica o modo de ação estratégica das *botnets*. Os usuários mais ativos servem de perfis âncoras para nossa análise, mas não só. As redes de *bots* – como visto nos trabalhos das ciências da computação – funcionam *in loco* para potencializarem determinadas *hashtags*. Uma metáfora interessante seria imaginar que as *botnets* se assemelham ao uso do doping por atletas no esporte. O doping caracteriza-se pelo uso de substâncias que podem alterar a resposta do corpo frente a um estímulo. Em geral, os casos de doping revelam que os atletas em uma determinada competição pretendem com o uso de substâncias potencializar seu rendimento, força, agilidade ou até mesmo perda de peso. Essa relação entre as estatísticas de retweets, usuários mais ativos, modularidade dependem da contextualização do evento ou objetivo do estímulo. Nas eleições presidenciais de 2014, as campanhas de ambos os candidatos utilizam estrategicamente as redes de *botnets* para contaminar as *hashtags* #Aecio45PeloBrasil e #SomosTodosDilma para potencializar as cascatas de informação entre seus seguidores durante os debates e nos últimos dias da campanha eleitoral. Entretanto, isso não significa – como nós sabemos sobre atletas que “caem” no exame antidoping – que o rendimento ou a circulação da interação esteja ocupada totalmente por contas automatizadas. Ou ainda, que a trajetória dessas conversas seja feita do início ao fim por redes de *bots*. Os *bots* como agentes de expressão operacionalizam uma estratégia de contaminação automatizada em cascata com o poder de criar redes de interação com humanos. Quando utilizado em plataformas de interação on-line, o objetivo é potencializar e modelizar o comportamento das interações entre as conversas e pessoas durante um espaço de tempo.

Considerações finais: Bots como agentes de expressão

Apesar de reconhecerem as redes sociais como uma camada extensiva do espaço público democrático de conversação, as pesquisas vindas do campo da computação priorizam o desenvolvimento de métodos que demonstram a vulnerabilidade dos sites de redes sociais, isto é, o quanto estão suscetíveis à circulação e aos ataques de bots. Pesquisas no campo da ética em inteligência artificial e da informação (FLORIDI, 2019; DURANTE, 2019) indicam a necessidade da continuidade

da exploração de abordagens que considerem agentes informacionais e suas responsabilidades, propondo modelos de algoritmos para detectar atividades automatizadas e seus efeitos graduais em um sistema complexo nos mais diversos ambientes, como a biomedicina, serviços públicos de gestão e administração, de ordenamento jurídico e, é claro, a comunicação. Taddeo e Floridi (2018) propõem um programa ético translacional para a inteligência artificial, voltado à formulação de metodologias de prospecção que possam indicar riscos e oportunidades, com o objetivo de evitar consequências indesejadas. Na prática eles propõem análises de avaliação de impacto em todos os passos de implementação de práticas e tecnologias de inteligência artificial, considerando aspectos como privacidade, transparência ou responsabilidade.

As eleições para a presidência da república em 2014 demonstraram como a circulação de informações na internet tem relevância para a formação da opinião pública, bem como para as decisões dos eleitores. Entretanto, quando se fala de jogos de poder, o algoritmo tem acirrado o debate ético sobre até que ponto uma ferramenta pode modular estruturalmente conversas ao ponto de interferir no jogo democrático. O uso de estratégias robóticas – rotinas computacionais ou a imitação do comportamento automatizado – pode implantar um tipo de verdade (BEER, 2016). Bruno e Vaz (2002) já apontaram ao analisar a tecnologia de recomendação da Amazon.com que humanos e tecnologias cognitivas compartilham da distribuição da inteligência. Esse *agente.com* não é uma prótese da humanidade e suas tarefas não se limitam ao prolongamento de funções cognitivas previamente registradas, mas sim um objeto técnico operando com “uma diferença, um desvio, uma transformação na atividade cognitiva” (BRUNO; VAZ, 2002, p. 36). Os *bots* como agentes de expressão se organizam em *botnets* coordenando tarefas, distribuindo-se na rede de acordo com metas específicas e globais. De acordo com o cenário e a situação, os *bots* atuam gerenciando modularidades e ativando padrões de ativação no fluxo de informação nas redes sociais. Essa investigação futuramente pretende explorar noções clássicas de inteligência artificial sobre conhecimento, aprendizado, planejamento e adaptação para analisar os efeitos dessas tecnologias nos estudos comunicacionais.

Referências

- ALLEN, Colin; SMIT, Iva; WALLACH, Wendell. Artificial morality: Top-down, bottom-up, and hybrid approaches. **Ethics and Information Technology**, v. 7, n. 3, p. 149-155, 2005. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/225850648_Artificial_Morality_Top-down_Bottom-up_and_Hybrid_Approaches. Acesso em: 12 fev. 2015.
- ARNAUDO, Dan. Computational Propaganda in Brazil: Social Bots During Elections. **Computational Propaganda Project Working Paper Series**, v. 8, 2017. Disponível em: <https://blogs.oii.ox.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Comprop-Brazil-1.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2018.
- BASTIAN, Mathieu; HEYMANN Sebastian; JACOMY, Mathieu. Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks. **3rd International AAI Conference on Weblogs and Social Media**, San Jose Marriott Hotel, 17 a 20 de maio de 2009. Disponível em: <https://gephi.org/publications/gephi-bastian-feb09.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2017.
- BENEVENUTO, Fabricio et al. Detecting Spammers on Twitter. **7th Annual Collaboration, Electronic messaging, AntiAbuse and Spam Conference**, Microsoft's Main Campus in Redmond, 13 a 14 de julho de 2010. Disponível em: <https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/ceas10.pdf>. Acesso em: 12 out. 2017.
- BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. **Network propaganda: manipulation, disinformation, and radicalization in American Politics**. Oxford, UK: Oxford University Press, 2018.
- BEER, David. The social power of algorithms. **Information, Communication & Society**, v. 20, n. 1, 2017, p. 1-13. Disponível em: <https://doi.10.1080/1369118X.2016.1216147>. Acesso em: 20 ago. 2018.

BLONDEL, Vincent et al. **Fast unfolding of communities in large networks**. In: *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*: v. 10, 2008. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/0803.0476>. Acesso em: 3 jun. 2016.

BRUNO, Fernanda; VAZ, Paulo. Agentes.com: cognição, delegação, distribuição. **Contracampo**, v. 7, n. 1, p. 23-38, 2008. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17333>. Acesso em: 16 set. 2018.

CANUTO, Sergio; GONÇALVES, Marcos Andre; BENEVENUTO, Fabricio. Exploiting new sentiment- based meta-level features for effective sentiment analysis. In: **Proceedings of the Ninth ACM International Conference on Web Search and Data Mining**, p. 53-62, 2016. Disponível em: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2835821>. Acesso em: 23 dez. 2018.

CHAKRABORTY, Abhijnan et al. Who Makes Trends? Understanding Demographic Biases in Crowdsourced Recommendations. **11th International AAAI Conference on Web and Social Media**, Hyatt Regency Montreal, 16 a 18 de maio de 2017. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1704.00139>. Acessado em: 18 jan. 2018.

CÔRTEZ, Thaisa Guimaraes; ZIGONI, Luísa Perdigão; CANCIAN, Allan; MALINI, Fabio Luiz. O #VemPraRua em dois ciclos: análise e comparação das manifestações no Brasil em 2013 e 2015. **XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Universidade de São Paulo, 5 a 9 de setembro de 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1938-1.pdf>. Acesso em: 27 fev. 2017.

CHENG, Justin et al. Predicting reciprocity in social networks. **Anais do Third International Conference on Social Computing**, p. 49-56, 2011. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/6113094>. Acesso em: 8 set. 2017.

CURTIS, Pavel. Mudding: social phenomena in text-based virtual realities. In: LUDLOW, Peter (Ed.). **High Noon on the Electronic Frontier: Conceptual Issues in Cyberspace**. Cambridge, MA: MIT Press, 1996. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/79b8/93a15ea0d6bb4cb59fe197423b00eef92277.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2018.

DURANTE, Massimo. **Ethics, Law and the Politics of Information – A Guide to the Philosophy of Luciano Floridi**. [The International Library of Ethics, Law and Technology Series]. New York: Springer Netherlands, 2017.

ESTRADA, Matias; MENDOZA, Marcelo. Affinity prediction in online social networks. **6th Chilean Conference on Pattern Recognition**, Universidad de Talca, 10 a 14 de novembro de 2014. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1408.2871>. Acesso em: 22 out. 2018.

FERRARA, Emilio et al. The rise of social bots. **COMMUNICATIONS OF THE ACM** |59, p. 96-104, 2016. Disponível em: <https://m-cacm.acm.org/magazines/2016/7/204021-the-rise-of-social-bots/fulltext?mobile=true>. Acesso em: 19 jul. 2018.

FERRARA, Emilio. Disinformation and Social Bot Operations in the Run Up to the 2017 French Presidential Election. **First Monday**, v. 22, n. 8, p. 1-33, 2017. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/1707.00086.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2018.

FLORIDI, Luciano. **The Logic of Information – A Theory of Philosophy as Conceptual Design**. Oxford, UK: Oxford University Press, 2019.

FORTUNATO, Santo. Community detection in graphs. **Physics Reports** 486, p. 75-174, 2010. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/0906.0612>. Acesso em: 10 jul. 2017.

FREITAS, Carlos et al. Reverse engineering socialbot infiltration strategies in twitter. **Anais do IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining**, p. 25-32, 2015. Disponível em: https://socialnetworks.mpi-sws.org/papers/TwitterBots_ASONAM15.pdf. Acesso em: 11 ago. 2017.

FREITAS, Carlos. Socialbots: Implicações na segurança e na credibilidade de serviços baseados no twitter. **Anais do 32º Simpósio Brasileiro de Redes de Computadores e Sistemas Distribuídos**, p. 603-616, 2014. Disponível em: <http://sbrc2014.ufsc.br/anais/files/trilha/ST14-2.pdf> Acesso em: 16 maio 2016.

GUATTARI, Felix. A Propósito de las Máquinas. *In*: NADAUD, Stéphane. (Org.) **¿Que és la Ecosofia?**. Buenos Aires: Cactus, 2015. p. 87-101.

GILLESPIE, Tarleton. #Trendingistrending: When Algorithms Become Culture. *In*: SEYFERT, Robert; ROBERGE, Jonathan (Eds.) **Algorithmic Cultures: Essays on Meaning, Performance, and New Technologies**. London: Routledge, 2017. Disponível em: <https://www.microsoft.com/en-us/research/publication/trendingistrending-when-algorithms-become-culture-3/>. Acesso em: 13 fev. 2018.

HOWARD, Philip N.; KOLLANY, Bence. Bots, #strongerin, and #brexit: Computational propaganda during the UK-EU referendum. **The Computational Propaganda Program**, 21 jun. 2016. Disponível em: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/research/working-papers/bots-strongerin-and-brexit-computational-propaganda-during-the-uk-eu-referendum/>. Acesso em: 11 mar. 2017.

HOWARD, Philip; WOOLEY, Samuel; CALO, Ryan. Algorithms, bots, and political communication in the US. 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration. **Journal of Information Technology & Politics**, v. 15, n. 2, p. 81-93, 2018. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19331681.2018.1448735>. Acesso em: 19 jul. 2018.

JAMIESON, Kathleen Hall. **Cyberwar**: how russian hackers and trolls helped elect a president. HighBridge Audio, 2018.

LEONARD, Andrew. **BOTS**: The origin of New Species. England: Penquin Books, 1997.

MAES, Patti (Org.). **Designing Autonomous Agents**. Massachusetts: MIT Press, 1990.

MAGALHÃES, João Carlos. Do Algorithms Shape Character? Considering Algorithmic Ethical Subjectivation. **Social Media + Society**, apr. 2018. Disponível em: doi:10.1177/2056305118768301. Acesso em: 12 jan. 2019.

MALINI, Fabio. Um método perspectivista de análise de redes sociais. **Relatório do Grupo de Trabalho Comunicação e Cibercultura**. Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação de Goiânia, 2016. Disponível em: http://www.labic.net/wp-content/uploads/2016/06/compos_Malini_2016.pdf. Acesso em: 12 fev. 2017.

MARWICK, Alice; LEWIS, Rebecca. Media Manipulation and Disinformation Online. **Data & Society report**. Data & Society Research Institute, 2018. Disponível em: <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/>. Acesso em: 13 jan. 2019.

MESSIAS, Johnnatan et al. White, Man, and Highly Followed: Gender and Race Inequalities in Twitter. **IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence**, Leipzig, 23 a 27 de agosto de 2017. Disponível em: https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/WI_White_Man_Highly.pdf. Acesso em: 18 mar. 2018.

NADLER, Anthony; CRAIN, Mathew; DONOVAM, Joan. Weaponizing the Digital Influence Machine The Political Perils of Online Ad Tech. **Data & Society report**. Data & Society Research Institute, 2018. Disponível em: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2018/10/DS_Digital_Influence_Machine.pdf. Acesso em: 16 jan. 2019.

PATODKAR, Vaibhavi N. et al. Twitter as a Corpus for Sentiment Analysis and Opinion Mining. **International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering**, v. 5, n. 12, dec. 2016. Disponível em: <https://www.aclweb.org/anthology/L10-1263/>. Acesso em: 17 mar. 2018.

PHILLIPS, Whitney; MILNER, Ryan. **The Ambivalent Internet**: Mischief, Oddity, and Antagonism Online. Cambridge, UK: Polity Press, 2017.

PHILLIPS, Whitney. The Oxygen of Amplification Better Practices for Reporting on Extremists, Antagonists, and Manipulators. **Data & Society Report**. Data & Society Research Institute, 2018. Disponível em: <https://datasociety.net/output/oxygen-of-amplification/>. Acesso em: 19 jan. 2019.

REGATTIERI, Lorena. **Guerra de mundos**: a estratégia robótica no twitter e as eleições presidenciais de 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal do Espírito Santo, 2016. Disponível em: http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UFES_07aebd33238bd65dabdc2e035243906e. Acesso em: 15 jan. 2018.

REGATTIERI, Lorena et al. Marco Civil: Visualizing the Civil Rights Framework for the Internet in Brazil. **HT CEUR Workshop Proceedings**, Chile, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/289664415_MarcoCivil_Visualizing_the_Civil_rights_Framework_for_the_Internet_in_Brazil. Acesso em: 16 jan. 2018.

SANGER, David. **The Perfect Weapon**: war, sabotage, and fear in the cyber age. Danvers: Crown Publishing Group, 2018.

SAVVOPOULOS, Alkiviadis.; PANTELIS, Vikato; BENEVENUTO, Fabricio. Socialbots' First Words: Can Automatic Chatting Improve Influence in Twitter? **IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)**, Castell Jalpí, 28 a 31 de agosto de 2018. Disponível em: <https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/asonam2018-socialbots.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2019.

SHAO, Chengcheng et al. The spread of low-credibility content by social bots. **Nature Communications**, v.9, 2018. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41467-018-06930-7>. Acesso em: 18 dez. 2018.

SILVA, Leandro et al. Analyzing the Targets of Hate in Online Social Media. **10th International AAAI Conference on Weblogs and Social**, Leibniz Institute for the Social Sciences, 16 a 20 de maio de 2016. Disponível em: <https://homepages.dcc.ufmg.br/~fabricio/download/icwsm2016-hate.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2017.

SHOREY, Samantha; HOWARD, Philip. Automation, Big Data, and Politics: A Research Review. **International Journal of Communication**, v. 10, p. 5032–5055, 2016. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6233>. Acesso em: 18 jul. 2017.

TADDEO, Mariarosaria; FLORIDI, Luciano. How AI can be a force for good: An ethical framework will help to harness the potential of AI while keeping humans in control. **Science**, v. 361, n. 6404, p. 751-752, aug. 2018. Disponível em: 10.1126/science.aat5991. Acesso em: 17 jul. 2019.

TURKLE, Shirley. Constructions and reconstructions of self in virtual reality: Playing in the MUDs. **Mind, Culture, and Activity**, v. 1, n. 3, p. 158-167, 1994. Disponível em: http://web.mit.edu/sturkle/www/pdfsforstwebpage/ST_Construc%20and%20reconstruc%20of%20self.pdf Acesso em: 16 jun. 2017.

TURING, Alan. Computing Machinery and Intelligence. In: BODEN, Margaret A. (Ed.) **The philosophy of Artificial Intelligence**. Oxford, UK: Oxford University Press, 1990. Disponível em: <https://www.csee.umbc.edu/courses/471/papers/turing.pdf>. Acesso em: 26 out. 2018.

VAROL, Onur et al. Online human-bot interactions: detection, estimation, and characterization. **11th International AAAI Conference on Web and Social Media**, Hyatt Regency Montreal, 16 a 18 de maio de 2017. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1703.03107>. Acesso em: 12 fev. 2018.

VOSOUGUI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, p. 1146–1151, 2018. Disponível em: <http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf> Acesso em: 20 jan. 2019

WAGNER, Claudia et al. When social bots attack: Modeling susceptibility of users in online social networks. **2nd Workshop Making Sense of Microposts (#MSM2012)**, 2012. Disponível em: http://ceur-ws.org/Vol-838/paper_11.pdf. Acesso em: 18 fev. 2017.

WOOLEY, Samuel; KOLLANYI, Bencer; HOWARD, Philip. Bots and Automation over Twitter during the U.S. Election. **COMPROP DATA MEMO**, v. 4, 2016. Disponível em: <https://comprop.oi.ox.ac.uk/research/working-papers/bots-and-automation-over-twitter-during-the-u-s-election/>. Acesso em: 12 mar. 2017.

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

O PESSOAL É POLÍTICO NA REVISTA AZMINA: Legitimação pelo testemunho e demandas por reconhecimento nos textos sobre maternidade

PERSONAL IS POLITICAL IN AZMINA MAGAZINE: Testimony legitimization and recognition demands in texts on maternity

ELIZA BACHEGA CASADEI

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) – São Paulo, SP, Brasil.
E-mail: elizacasadei@yahoo.com.br. ORCID: 0000-0003-2810-8702.

MARTHA ALVAREZ LOPES MAKITA

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) – São Paulo, SP, Brasil.
E-mail: marthalopes@gmail.com. ORCID: 0000-0002-3251-4837.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

CASADEI, Eliza Bachega; MAKITA, Martha Alvarez Lopes. O PESSOAL É POLÍTICO NA REVISTA AZMINA: legitimação pelo testemunho e demandas por reconhecimento nos textos sobre maternidade. Contracampo, Niterói, v. 38, n.3, p. 150-163, dez./mar. 2019.

Enviado em: 11/04/2019. Revisor A: 28/8/2019; Revisor B: 25/8/2019. Aceito em: 26/08/2019.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.28480>

Resumo

A partir da análise de textos sobre maternidade publicados na revista AzMina entre setembro de 2015 e maio de 2018, o presente artigo tem como objetivo analisar quais são os campos discursivos que articulam as demandas por justiça materializadas nos testemunhos da revista e a forma como tais testemunhos se coadunam a esferas de reconhecimento de uma pluralidade de formas possíveis de maternidade. Para isso, estudaremos os textos a partir dos modelos de reconhecimento propostos por Honneth (2003): a saber, as ligações emotivas fortes, a adjudicação de direitos e o reconhecimento social. Nesse sentido, analisaremos as problemáticas em torno do reconhecimento nas articulações de vozes dessa publicação (em termos dos testemunhos que assumem o primeiro plano e aqueles que são silenciados) e as demandas por justiça e reconhecimento associadas a esses testemunhos.

Palavras-chave

Maternidade; AzMina; Testemunho; Legitimação; Reconhecimento.

Abstract

Based on the analysis of texts on maternity published in the journal AzMina between September 2015 and May 2018, this article aims to analyze which are the discursive fields that articulate demands for justice materialized in the publication testimonies and the way in which such testimonies are consistent with recognition spheres of a plurality of possible forms of motherhood. For this, we will study texts from recognition models proposed by Honneth (2003): strong emotional connections, adjudication of rights and orientation by values. We will analyze the recognition issues in the articulations of voices in this publication (in terms of the testimonies that assume the foreground and those that are silenced) and the demands for justice and recognition associated with these testimonies.

Keywords

Maternity; AzMina; Testimony; Legitimation; Recognition.

Introdução

O reconhecimento social de formas plurais de subjetividade e o relato de si são, para Butler (2015), atos performativos interconectados. Isso porque a constituição de um eu narrativo não se limita à constituição de um sujeito ensimesmado, mas corresponde, principalmente, à interpelação de um pedido de alteridade – que se constrói não apenas em uma dimensão retórica, mas conectada às próprias partilhas entre os modos legitimados de ser no mundo. Segundo as palavras da autora, quando eu narro a mim mesmo, há a solicitação de um reconhecimento como postura ética, posto que “estou fazendo alguma coisa com esse ‘eu’ – elaborando-o e posicionando-o em relação a uma audiência real ou imaginária”. E, assim, a autora se indaga: “qual parte desse ‘contar’ corresponde a uma ação sobre o outro, uma nova produção do ‘eu’?” (BUTLER, 2015, p. 88-89), remetendo ao processo dinâmico de interdependência entre as formas de reconhecimento e o testemunho.

A partir dessas reflexões, o objetivo do presente artigo é analisar, conforme detalharemos a seguir, como a publicação feminista AzMina utiliza discursivamente o testemunho na articulação de suas narrativas sobre maternidade a partir dos modelos de reconhecimento propostos por Honneth (2003). Com isso, procuramos estudar estratégias discursivas a partir das quais a imprensa alternativa feminista busca se constituir como um espaço de luta por alteridade e reconhecimento de formas plurais de subjetividade.

O reconhecimento e os sujeitos de direito

A partir do questionamento sobre quais são as condições em que os indivíduos passam a se enxergar como sujeitos de direito, Honneth (2003, p. 156) coloca o reconhecimento como categoria analítica central para a resposta a essa questão. Nesse sentido, as transformações normativas das sociedades estariam imbricadas às “lutas moralmente motivadas de grupos sociais” em “sua tentativa coletiva de estabelecer institucional e culturalmente formas ampliadas de reconhecimento recíproco”. Nesse sentido, Fraser (2017, p. 279) discorre sobre o fato de que ser falsamente reconhecido “não é simplesmente ser menosprezado ou desvalorizado nas atitudes conscientes ou crenças mentais dos outros”, mas que “trata-se antes de ter negado o status de parceiro integral nas interações sociais e de ser impedido de participar como um igual na vida social”, não necessariamente desde a perspectiva de uma desigualdade distributiva, mas como consequência de padrões institucionalizados de interpretação e avaliação.

Para Ricoeur (2006, p. 110), o testemunho é um dos lugares socialmente demarcados em que o reconhecimento opera, posto que, “ao inaugurar a ideia de capacidade pelo poder dizer, conferimos de saída à noção do agir humano a extensão que justifica a caracterização como homem capaz de si que se reconhece em suas capacidades”. Trata-se de uma perspectiva em consonância com a de Butler (2015), para quem os relatos de si são sempre construídos em harmonia com as teorias do reconhecimento, a partir de normas, convenções e regimes de verdade que estão implicados na luta contínua por valorização social. Assim, “mesmo que a moral forneça um conjunto de regras que produz um sujeito em sua inteligibilidade, ele não deixa de ser um conjunto de normas e regras que um sujeito deve negociar de maneira vital e reflexiva” (BUTLER, 2015, p. 21), que se dirige a um outro. O relato de si exige um outro que se pressupõe, de forma que novas formas de subjetividade implicam também um outro relato de si e um novo pedido de reconhecimento pelo outro. “Novos modos de subjetividade” não se tornam possíveis pelo “fato de que existem indivíduos com capacidades especialmente criativas”. Isso se torna possível “quando determinado si-mesmo arrisca sua inteligibilidade e reconhecibilidade em um convite para expor e explicar as maneiras inumanas em que o humano continua a ser feito e desfeito” (BUTLER, 2015, p. 104).

É sobre esse eixo que a importância do testemunho enquanto instrumento político de fortalecimento dos regimes democráticos encontra no espaço discursivo do jornalismo um terreno fértil

de articulações possíveis. Isso porque o testemunho tem como potencialidade a viabilização pela luta da “entrada na cultura letrada das vozes de outras identidades, das vozes até então silenciadas, do texto produzido a partir de espaços externos ao poder constituído, da interpretação ‘não oficial’ da História” (MARCO, 2004, p. 48). O jornalismo baseado em testemunho teria a potencialidade de ocupar o lugar de um ator pertinente na organização da discussão política que poderia instituir formas outras de debate e discurso sustentadas na expressão de grupos silenciados. Além disso – e levando-se em consideração a dimensão ética – o testemunho é sempre acompanhado por uma demanda por justiça (RICOEUR, 2007) que se reveste em uma estratégia de autoridade, a partir da qual o “eu vi” concebido originalmente como característica do testemunhal pode ser articulado na forma de um “eu sei” (DERRIDA, 1997). Tanto o testemunho quanto o reconhecimento, contudo, possuem aspectos problemáticos que, postos em engendramento, tencionam a ideia de democratização da comunicação a partir da pluralidade de vozes.

Dentre os diversos espaços jornalísticos que buscam dar voz a grupos invisibilizados socialmente a partir do testemunho, escolhemos como objeto de estudos a revista *AzMina*, posto que se trata de uma publicação criada por um grupo de mulheres que não se via representado pelas publicações expostas nas bancas de revista e decide criar o próprio projeto editorial, voltado para leitoras de todos os tipos (“de A a Z”). A revista nasce, portanto, a partir da perspectiva de se constituir como um espaço de luta e visibilização de outras formas de performatividades de gênero que buscam reconhecimento social. Criada em 2015, em meio a um segmento de publicações digitais voltadas para o público feminino e declaradamente feministas, o que diferencia a revista *AzMina* é seu caráter jornalístico, que se aplica na estrutura profissional por trás do projeto, na diversidade de temas abordados, nos gêneros narrativos empregados – que vão de artigos a reportagens, sem se restringir aos textos pessoais característicos dos blogs. As seções da revista abordam assuntos variados, buscando incluir as pautas de mulheres diversas – negras, lésbicas, moradoras de periferias, interessadas por esporte, mães, entre outras. Assim, por meio da análise dos textos publicados pela revista, acreditamos ser possível compreender de que forma o maior expoente do jornalismo digital feminista no Brasil estabelece caminhos de interlocução e reconhecimento com as novas gerações de mulheres – uma contribuição aos estudos sobre mídia feminista no país.

O testemunho é uma das principais ferramentas de legitimação discursiva utilizada pela revista *AzMina* na articulação de suas narrativas em coadunação com as políticas de reconhecimento. A partir de um recorte que analisa as matérias publicadas sobre maternidade no período entre setembro de 2015 a maio de 2018, o presente artigo tem como objetivo analisar o uso do testemunho como ferramenta legitimadora dos discursos da publicação e como ponto de partida para a produção de reportagens. Nesse sentido, iremos analisar quais são os campos discursivos¹ que articulam as demandas por justiça materializadas nos testemunhos da revista e a forma como tais testemunhos se coadunam a esferas de reconhecimento de uma pluralidade de formas possíveis de maternidade. Para isso, analisaremos os textos a partir dos modelos de reconhecimento propostos por Honneth (2003): a saber, as ligações emotivas fortes, a adjudicação de direitos e o reconhecimento social. Nesse sentido, analisaremos as problemáticas em torno do reconhecimento nas articulações de vozes dessa publicação (em termos dos testemunhos que assumem o primeiro plano e aqueles que são silenciados) e as demandas por justiça e reconhecimento associadas a esses testemunhos.

A escolha pela temática da maternidade se justifica na medida em que este ainda é um campo de aguerridos embates discursivos a respeito de quais vozes devem ser reconhecidas como legítimas – a da própria mãe, a do médico, a de especialistas etc. É importante destacar que criar relatos de novas formas de matinar e novos modelos de performatividades maternas não representa apenas uma transformação

¹ Maingueneau (1989, p. 28) define campo discursivo como “um conjunto de formações discursivas que se encontram em concorrência e se delimitam reciprocamente” e “inclui tanto o afrontamento direto quanto a aliança [...] entre discursos que possuam a mesma função social e divergem sobre o modo como se deve ocupá-la”.

no campo discursivo, mas contribui para a expansão do imaginário social sobre a maternidade, tornando-o mais inclusivo (AGUERO e CINGOLANI, 2018), mais focado nas múltiplas experiências femininas e menos condicionado pelas normatizações institucionais, de acordo com as esferas consolidadoras da maternidade determinadas por Rich (1995). A internet torna-se, ainda, um espaço ideal para a disseminação de experiências como essas, por oferecer horizontalidade e reproduzir as redes de apoio que as mulheres sempre construíram em suas vidas privadas e pessoais (SANTAMARÍA, 2010).

Como metodologia, utilizaremos os pressupostos da Análise do Discurso de linha francesa de forma a correlacionar o testemunho aos modelos de reconhecimento, concatenando as ligações emotivas fortes ao projeto editorial proposto pela revista, a adjudicação de direitos às demandas por justiça expostas no plano discursivo e o reconhecimento social ao plano dos conteúdos expostos nos testemunhos. O corpus é composto por todas as reportagens e colunas sobre maternidade publicadas pela revista AzMina entre setembro de 2015 a maio de 2018. Foram analisados, ao todo, 29 textos. Em um primeiro momento, mostraremos como os testemunhos são articulados para, na sequência, estudarmos as estratégias discursivas de apelo ao reconhecimento com o objetivo de investigarmos como são articulados, nesses testemunhos, os campos discursivos da revista e seus silenciamentos.

Testemunho: o pessoal que é político

Antes de partirmos para uma análise de como essas narrativas são construídas, faz-se necessário compreender as definições por trás do uso do testemunho. De acordo com Lage (2013), o testemunho exibe a complexidade da prática jornalística, uma vez que, por meio dele, o jornalista, as fontes e os espectadores não mais assumem posições distintas, mas são enredados pelo mesmo texto. Além disso, frequentemente, a testemunha e os testemunhos não são expostos inicialmente, mas são costurados e mediados pelo artigo, matéria ou reportagem – “é a configuração narrativa do testemunho que nos permite experimentar o acontecimento e seus sujeitos” (LAGE, 2013, p. 81). É como se o testemunho apresentasse um “nós” e um “eles”, um grupo de vítimas e um de opressores, a partir de um pano de fundo moral (LAGE, 2013). Dessa maneira, se por um lado o texto parece assumir a função de mediar o sofrimento de outra pessoa por meio do testemunho, por outro pode dar sinais de ampliar a visibilidade e a dizibilidade de algumas populações.

De acordo com Peres (2016), o uso do testemunho pelo jornalismo permite a construção do relato de uma vivência de maneira singular e subjetiva – e nesse sentido é importante pontuar que se trata de um equilíbrio importante, já que o jornalismo, por si só, é uma atividade pautada hegemonicamente por regras de objetividade:

Entendemos que o processo de enunciação jornalística é regulamentado através de procedimentos mais generalizados e que se encontram estabelecidos em espécies de macrocódigos: a língua, as matrizes culturais, as regras sociais, a ética e as ideologias. E, por microcódigos, como os códigos particulares estabelecidos pelas empresas de comunicação, por exemplo, os manuais de redação, mas também os valores-notícia (critérios de noticiabilidade), que vão ser manejados e mobilizados no processo de enunciação. A dependência das fontes de informação e de opinião reduz o grau de autonomia do jornalista como autor de um texto e faz com que o discurso jornalístico seja marcado pela intercalação entre discurso narrativo e discurso citado (fragmentos da fala), na acepção de Bakhtin, que vê o discurso indireto como a transmissão analítica do discurso de outrem (VIZEU, 2003, p. 112).

Em busca da neutralidade, da imparcialidade e da objetividade (valores correntes dentro da prática jornalística), o jornalista recorre, em seus textos, a ferramentas de legitimação como fatos históricos, dados estatísticos e fala de especialistas, o que confere ao texto jornalístico um efeito de haver uma polifonia de vozes, posicionando o enunciador em um lugar de mero coletor de evidências (CASADEI,

2011). O testemunho se difere desses instrumentos em seu impacto sobre o discurso e, no caso da revista *AzMina*, é bastante empregado, por isso será alvo de estudo.

Outro aspecto interessante, e que deve ser apontado a respeito do uso do testemunho na produção de reportagens, artigos e relatos em uma publicação feminista, é que, nestes casos, conforme o movimento feminista tem afirmado ao longo de sua história recente de atuação, a experiência pessoal assume um valor político. Afinal, quando vivências pessoais das mulheres são inseridas em um discurso público, carregam o poder de conferir visibilidade a experiências antes silenciadas e muitas vezes confinadas ao espaço doméstico, além de ampliar as narrativas sobre o ser mulher e o ser mãe, com o potencial de gerar empatia e transformar comportamentos sociais – “[...] as experiências pessoais são reflexo e sintoma de relações de poder que têm lugar no âmbito privado do lar, mas que se inscrevem e se sustentam em um contexto mais amplo da trama social” (AGUERO e CINGOLANI, 2018, p. 135). Partamos, portanto, para a análise de como essas experiências pessoais são inseridas nos textos da revista *AzMina* por meio do uso do testemunho.

Por trás dos discursos: mães que testemunham

Uma boa amostra da aplicação do testemunho como ferramenta legitimadora de discursos, no âmbito da inserção da vivência de fontes e personagens, é a reportagem “Do útero ao pó” (VICENTIN, 2015a), que aborda o consumo da placenta materna pelos pais após o nascimento da criança. A matéria inclui a experiência de quatro pessoas – três mulheres e um homem – que ingeriram a placenta depois do parto e observaram benefícios da prática; por outro lado, há o depoimento de apenas uma médica, que esclarece não haver comprovação científica de tais benefícios. Assim, o testemunho de quem vivenciou a experiência ganha destaque, em oposição à fala da autoridade médica:

Viviane saliva ao se lembrar do aroma de vinho tinto, cogumelos e cheiro verde. Os temperos acompanharam o prato principal daquela noite, há sete anos: parte da placenta que saiu após o nascimento da primeira filha. “Estava uma delícia! Eu já era vegetariana, mas adorei aquela carne, saborosa e suculenta”, descreve Viviane.

[...] “Eu me senti realmente mais forte. Mas a maior diferença foi na produção de leite. Quando o Francisco estava com quase dois meses, tive que cortar as pílulas, porque meu peito estava empedrando”, conta a jornalista e blogueira Tatiana Sabadini, 34 anos.

[...] A doula Flávia Ilíada, 35 anos, também tomou as cápsulas após o nascimento de Heitor, há dois anos. “Durante o pós-parto da minha primeira filha, tive sintomas muito fortes de baby blues, aquela tristeza profunda. Isso não aconteceu na segunda vez, sentia uma força muito maior”, relata. “Até para a retomada da vida sexual creio que as pílulas ajudaram, tive disposição para o sexo muito antes.”

[...] O marido de Flávia, o consultor Julio Mariano de Carvalho, 37 anos, experimentou as pílulas. Julio participou ativamente do nascimento dos dois filhos, em casa, e considerou que o consumo da placenta era algo natural. “Foi muito bom, me senti menino de novo”, brinca (VICENTIN, 2015a).

Vale ressaltar que esses testemunhos, junto a opiniões de parteiras e doulas, figuras que representam a assistência ao parto normal, ocupam 21 dos 24 parágrafos que compõem a matéria – os três parágrafos restantes trazem informações médico-científicas que contrariam a ideia do consumo da placenta. Entre as experiências compartilhadas, há uma unanimidade: todas são positivas e atestam benefícios da prática.

Dessa maneira, independentemente das comprovações científicas do consumo de placenta, a prática pode ser compreendida como um resgate cultural feminino, relacionado a uma reconexão com rituais tradicionais e com a natureza – ações alinhadas, portanto, com os princípios do feminismo

naturalista e da maternidade ecológica, que estão entre os pilares que sustentam os discursos construídos pela revista AzMina. Contudo, é interessante compreender que, ao destacar o testemunho de pessoas que consumiram a placenta e conferir pouco espaço à autoridade médica, a reportagem não deixa de alertar sobre eventuais perigos da prática, mas sinaliza o corpo feminino como território de disputa de narrativa e de empoderamento. A autonomia dessas mulheres sobre seus processos biológicos fica em primeiro plano, com maior importância do que a validação científica do ato de comer placenta.

Um símbolo disso é a maneira como a matéria é encerrada. Primeiro, há o depoimento de uma mulher também adepta da placentofagia, que afirma: “O parto é um evento na nossa sexualidade e permite um encontro com nós mesmas muito forte. A placenta faz parte disso tudo” (VICENTIN, 2015a); bem como o de uma enfermeira obstétrica: “Essas coisas têm um valor imensurável, traduzem um cuidado que não é científico ou tecnológico, mas não menos importante para as pessoas” (VICENTIN, 2015a). Desse modo, há um reconhecimento de que a placentofagia é um costume que tem maior validade do ponto de vista tradicional e no âmbito do fortalecimento da autoestima e da autonomia feminina, em oposição a uma validade efetiva para a saúde. Com essa afirmação, e amparada sobre a experiência pessoal de mulheres, a matéria parece fortalecer a sentença de que o pessoal é político, enfatizando o poder das mulheres de tomarem decisões sobre seu corpo, seu parto e sua vida – ato profundamente político.

Os textos sobre a busca por um parto humanizado (VICENTIN, 2015b; ROCHA, 2016) e a reportagem sobre o processo de laqueadura (QUEIROZ, 2017) também incluem o testemunho de mulheres que vivenciaram essas experiências, expondo suas dificuldades, sua luta e sua superação. É o caso do trecho a seguir:

Às 2h 55min do dia sete de abril de 2014, exatamente seis anos após escutar o coração de sua primeira filha, ainda na barriga, bater pela última vez, a designer Pamela Wagnitz entrava no Hospital Carmela Dutra, em Florianópolis, para dar à luz. Depois de perder as duas primeiras gestações, ler e pesquisar sobre maternidade, ela estava decidida: dessa vez, teria um parto natural humanizado.

[...] Já em trabalho de parto, ela acabou tendo de ser transferida para um hospital que não era o de sua escolha. “Naquele momento eu sabia que tinha perdido meu parto, sabia da luta que seria lá no [Hospital] Carmela Dutra e o quão difícil seria vencer”[,] lembra.

[...] Após passar pela cirurgia, Pamela foi impedida de pegar o bebê no colo. “Tive que brigar pelo meu filho enquanto era costurada e a médica me chamava de ignorante”, lembra a designer. “Ainda tive que ouvi-la falar para o anestesista que meu útero não estava contraindo e que, se ele não desse um jeito, ela ‘tiraria tudo’” (ROCHA, 2016).

Esses testemunhos atualizam a forma de narrar e humanizam os problemas e as situações denunciadas pelas reportagens. Como destacamos, podem ser interpretados como um ato em que o pessoal se torna político: ao posicionarem essas mulheres em primeiro plano, com maior destaque do que fontes técnicas e especialistas, as reportagens costumam as informações sob o olhar feminista de que o corpo feminino pertence à mulher, portanto a sua fala deve ser a que se sobressai. Trata-se de uma ação fundamental, uma vez que contribui para uma maior diversidade de relatos de processos biológicos femininos, como é o caso do parto.

O uso do testemunho nos textos sobre maternidade na revista AzMina, portanto, legitima os discursos construídos pela publicação. Também partindo da própria experiência e do próprio testemunho, repórteres e colunistas tecem seus textos na revista AzMina. Em nossa análise dos textos sobre maternidade, notamos que, em alguns casos, as próprias repórteres e colunistas iniciam relatando suas vivências para então construir seus textos. Nesse caso, a autora do texto e a testemunha se fundem em um só papel, reforçando a legitimação da prerrogativa daquela narrativa. É o caso de “Saúde mental na maternidade: temos que falar sobre isso” (CIMINO, 2015), matéria que apresenta a criação de um projeto para acolher mulheres. A autora do texto é também a criadora do projeto e inicia a matéria da seguinte maneira:

Assim que minha filha, Vida, nasceu, passei por momentos intensos e dolorosos. Tive inúmeras dificuldades para amamentar. Quando a Vida completou 1 mês e meio, tive um abscesso mamário, passei por uma cirurgia para drenar a inflamação e a cicatrização, que se dá de dentro para fora. Fiquei com um corte aberto que demorou cerca de 1 mês para fechar.

Tive que desmamar a minha filha abruptamente. Foi extremamente desgastante pois, além do sofrimento interior, me sentia mal em dar mamadeira em público para minha filha, como se todos estivessem me olhando e julgando (CIMINO 2015).

O testemunho da autora, neste caso, serve de premissa para construir uma reflexão sobre a importância de se pensar a saúde mental das mães, além de legitimar a questão que é o foco da matéria: ao relatar o drama que enfrentou com clareza, visibiliza e expõe uma problemática que é compartilhada com muitas outras mulheres. Da mesma maneira, acompanhamos esse mecanismo no caso da produção de artigos por colunistas, como Tayná Leite com sua seção “Meu nome não é mãe”. Muitos dos seus textos partem da própria experiência da autora para gerar reflexão sobre uma questão enfrentada pelas mães. Ao expor sua vivência, mais uma vez, a autora legitima aquela problemática. Por exemplo, em “Talvez eu não seja a melhor mãe do mundo... e tudo bem!” (LEITE, 2017), a autora declara “Precisamos aceitar formas diferentes de maternar e que muitas de nós não amam a maternidade mais do que tudo na vida”. Assim, além de contestar normatividades impostas à maternagem, questiona o ideal de amor materno como instintivo e incondicional (BADINTER, 2011).

Ainda no sentido da desromantização dos discursos sobre maternidade, podemos citar o texto “Amo meu filho, mas ser mãe é treta” (AMO, 2017), depoimento anônimo de uma mulher de 21 anos que diz “Tive tanta dificuldade na maternidade que acho que quase tudo que podia dar errado deu” – ela teve de se submeter a uma cesariana, o que teria sido “a pior experiência” da sua vida; o bebê apresentou dificuldades para mamar; ela descobriu que seu marido estava saindo com uma ex-namorada, e afirma que: “[...] a ‘justificativa’ dele foi que eu vivia descabelada, de pijama, fedendo a cocô de neném e leite, 20 quilos acima do peso. Eu não me reconhecia no espelho. Ainda não me reconheço”. O relato desloca a experiência materna do campo idealizado, em que o encontro com o bebê é belo e angelical, para um terreno da realidade, em que a chegada da criança proporciona um desencontro da mulher com seu companheiro, com o mundo e consigo mesma. Essa ferramenta de legitimação se torna ainda necessária quando a pauta construída passa por um recorte específico de vivência feminina, levando em consideração o de lugar de fala. Essa ideia aponta para a importância de se considerar que a experiência feminina não é única, mas atravessada por múltiplas condições, relacionadas a idade, etnia, sexualidade, classe social etc. Não se trata, como é comum surgir em discussões sobre o tema, de uma autorização discursiva, mas do princípio de que cada pessoa se situe em sua experiência pessoal, dentro dessa matriz de dominação, para tecer determinada narrativa.

A partir desse conceito, é possível identificar um uso do testemunho na revista *AzMina* aliado ao emprego do lugar de fala, especialmente no caso das reportagens em que as próprias autoras posicionam sua experiência pessoal. É o caso do texto “Maternidade lésbica” (RODRIGUES, 2018), em que a autora Tamy Rodrigues investiga as escolhas, os tratamentos médicos e a realidade de casais de mulheres que pretendem ter filhos. Rodrigues constrói a reportagem a partir de seu lugar de fala de mulher lésbica, o que fica claro nos trechos a seguir:

[...] Será que mãe precisa ser só uma mesmo?

Apesar de ter um útero em plena condição para gerar um bebê, a natureza não me trouxe a possibilidade de fazer isso em conjunto com a mulher que eu amo, com quem escolhi dividir as belezas e os percalços da vida.

Como o nosso, há muitos outros casos de mulheres não conformadas com as limitações da “mãe natureza”. No Brasil, há pelo menos 32 mil famílias homoafetivas formadas

por duas mães (53,8% do total), segundo dados de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

[...] E assim, entre mitos descabidos, filas de adoção, parcerias online e apelos às novas tecnologias, a gente vai mostrando como é e sendo como pode, na luta para despir essa invisibilidade que insiste em cobrir os nossos quereres. Nós existimos, resistimos e também maternamos (RODRIGUES, 2018).

Ao se afirmar parte do grupo que retrata na reportagem, a autora parece acenar às leitoras uma espécie de permissão para abordar o tema – sendo ela uma mulher lésbica como as personagens da matéria, é como se conhecesse melhor aquela realidade e, dessa maneira, tivesse condições de retratá-la com propriedade e responsabilidade, o que se torna mais uma via de legitimação do discurso.

Outra reportagem que apresenta mecanismo semelhante é “Maternidade indígena” (DREHER, 2016), mas com algumas peculiaridades. A matéria traz informações sobre os hábitos e costumes indígenas no que diz respeito ao parto, à amamentação e à criação dos filhos. Para isso, a repórter conviveu com indígenas de sete etnias no cerrado. Após uma longa descrição acerca dos costumes das mulheres indígenas com quem conviveu, Dreher introduz um aparte com o título “Tentando me salvar”:

Era sexta-feira à noite e fazia três semanas que eu tentava entrevistar mulheres sobre o tema “O que as mães indígenas têm a nos ensinar?”, quando a indígena Tukano Daiara Figueroa, professora em Brasília e ativista dos movimentos indígenas, me disse que minha matéria era preconceituosa.

Talvez tivesse sido mais verdadeiro dizer que eu estava farta de ver minhas amigas sofrendo a pressão de serem “boas mães” e queria trazer outras formas de maternidade para ajudar no debate. Que outras formas? As tribais, por exemplo.

[...] Corta a cena. Voltamos quatro meses no tempo.

“A maternidade como a concebemos hoje foi introduzida pelos colonizadores europeus para as mulheres indígenas e negras, que tinham outras formas de organização na questão”. A frase foi publicada na matéria “Nunca quis ter filho”, aqui mesmo da Revista AzMina. De cara, me identifiquei com o título. Quando li essa frase, ela não só chamou minha atenção – ela ressoou na minha alma!

[...] Meu bisavô era índio, da aldeia, curandeiro. Perdemos quase tudo que ele sabia – desde a língua até os remédios. Só restou o cabelo preto escorrido da minha mãe, que eu costumava usar de “peruca” sempre que ela me carregava no colo encaixada na lateral do quadril (DREHER, 2016).

É interessante notar que o testemunho de Dreher a costura à reportagem de três maneiras distintas: como a repórter que vivencia costumes culturais junto às indígenas para descrevê-los no texto, e que entra em conflito com seu processo de investigação, por não querer ser preconceituosa com o relato tecido; como a mulher que reflete sobre o desejo de não ser mãe a partir da vivência indígena da maternidade; e como bisneta de um indígena, o que lhe confere elementos para pensar a condição das mulheres da reportagem e a aproxima dessas personagens, do ponto de vista da matriz de dominação.

Por ter parentes indígenas, assim como acontece com a reportagem sobre maternidade lésbica, é como se Dreher se confirmasse parte do grupo descrito e atestasse certa propriedade para abordar o assunto. Já quando afirma seu dilema pessoal com a maternidade, por um lado, justifica a premissa do texto, explica seu interesse pela pauta e um possível motivo para ter eventualmente “fetichizado” a maternidade indígena, tal qual aponta a indígena Tukano Daiara Figueroa no trecho incluído aqui. Além disso, ao relatar a preocupação em não ser preconceituosa e a conversa com a fonte que lhe apontou a fetichização, ela descortina o processo de confecção da reportagem e o esforço empregado, bem como confessa ter atuado de modo preconceituoso ao longo da investigação, mesmo que não desejasse fazê-lo. Podemos apreender que, ao apresentar esses posicionamentos, a repórter se coloca de forma vulnerável

e humana, expõe com honestidade os desafios da reportagem, de combater os preconceitos internos e da condição feminina, o que tem potencial de estabelecer um canal de empatia e identificação com as leitoras. Desse modo, por meio das diferentes formas como se insere como testemunha, a repórter legitima os discursos construídos e parece conseguir se proteger de eventuais críticas – quando reconhece a fetichização da maternidade indígena e revela o esforço para evitar esse movimento, naturalmente se protege de quem poderia acusá-la de fazê-lo.

Expostos os modos a partir dos quais a revista *AzMina* articula narrativamente os testemunhos como uma forma de legitimação do discurso, podemos conectá-los às demandas por reconhecimento na próxima seção. O testemunho se liga às necessidades de reconhecimento posto que “a autodesignação do sujeito falante se produz em relações de interlocução nas quais a reflexividade se associa à alteridade: a palavra pronunciada por uma pessoa é uma palavra dirigida a outra” (RICOEUR, 2006, p. 111). A partir disso, é possível correlacionar as formas de testemunho articuladas nas reportagens sobre maternidade na revista *AzMina* às formas de reconhecimento propostas por Honneth (2003). Para o autor, são três os princípios integradores que estruturam o reconhecimento: a saber, as ligações emotivas fortes, a adjudicação de direitos e o reconhecimento social. A partir dessas categorias, faremos a correlação das ligações emotivas fortes ao contrato comunicacional proposto pela revista; da adjudicação de direitos às demandas por justiça expostas no plano discursivo; e da orientação por valores ao plano dos conteúdos expostos nos testemunhos.

O testemunho e as formas de reconhecimento: contrato de comunicação, efeitos discursivos e silenciamentos

Dentre os princípios integradores que estruturam o reconhecimento, o emotivo, para Honneth (2003) refere-se ao reconhecimento colocado sob a égide das relações eróticas, de amizade ou familiares. Assim, o reconhecimento nas ligações emotivas deve ser entendido “não apenas no sentido restrito que o conceito recebeu desde a valorização romântica da relação íntima sexual”, mas sim, por todas “as relações primárias, na medida em que elas consistam em ligações emotivas fortes entre poucas pessoas” (HONNET, 2003, p. 159). Na medida em que essa esfera diz respeito a constituição dos laços amorosos, essa análise, inicialmente, não caberia no presente trabalho.

Sobre esse aspecto, contudo, é possível tecer algumas considerações. Muito embora as relações analisadas por Honneth (2003) digam respeito a relacionamentos próximos, há, nos textos analisados, uma clara tentativa de aproximação, via reconhecimento, a um suposto público de referência. Com base nesses exemplos, é possível compreender que, ao empregar o testemunho de fontes e repórteres, a revista *AzMina* embasa os discursos que vincula sobre maternidade, e mais: parece construir um jornalismo próximo das mulheres leitoras, com o potencial de se consolidar como uma publicação que as represente e que dialogue com suas demandas, angústias e ideologias. Há, portanto, um pedido de reconhecimento nesses testemunhos, a partir de um pedido de aprovação e pertencimento a um suposto grupo de referência composto pelas autoras e leitoras.

Tal como exposto por Ricoeur (2006, p. 206), “se a correlação proposta por Honneth entre a tripartição dos modelos de reconhecimento e a das formas do menosprezo tem algum valor heurístico (...) o que aqui é traído são expectativas mais complexas que as relativas à simples integridade física”. Isso porque “a ideia normativa proveniente do modelo de reconhecimento colocado sob o signo do amor (...) parece mais completamente identificada pela ideia de aprovação” posto que “os amigos, os amantes (...) aprovam-se mutuamente”. Há, portanto, no testemunho, um pedido de aprovação por parte da revista para a leitora imaginada.

Afinal, é justamente a funcionalização do testemunho enquanto uma função de verdade que assegura, para Ricoeur (2007), as condições necessárias para a constituição dos laços societários. E é nisso, no sentido de que é apenas na pressuposição de um mundo comum, no sentido de partilhado,

em que estão instaladas tanto a crítica quanto a confiabilidade no testemunho. Para Ricoeur (2007), por exemplo, o ato de testemunhar tem consistência e sentido porque pressupomos que uma pessoa é capaz de dizer a verdade: ou seja, porque confiamos na capacidade cognitiva do outro e porque acreditamos no comprometimento moral deste que fala. É neste aspecto que está o caráter moral do testemunho e o seu estatuto como um laço de sociabilidade

Entendido por Ricoeur, portanto, como uma instituição social, o testemunho é o resultado da articulação de três momentos que podem ser expressos pelas máximas: “eu estive lá”, “acreditem em mim”; “e se não acreditarem em mim, perguntem a outra pessoa”. Esses três momentos evidenciam o caráter do testemunho enquanto uma conjuração entre a asserção da realidade e a autonegação do sujeito que testemunha, conservando em si “de um lado, a asserção da realidade factual do acontecimento relatado; de outro, a certificação ou a autenticação da declaração pela experiência de seu autor, o que chamamos de sua confiabilidade presumida” (RICOEUR, 2007, p. 172).

Ao utilizar o testemunho como estratégia discursiva, a revista AzMina apela a esse tipo de reconhecimento afetivo. No contrato comunicacional da publicação, portanto, há um tipo de convocação em que o testemunho se organiza como instância que legitima um determinado saber sobre.

O segundo eixo tratado por Honneth diz respeito às relações de reconhecimento no direito, posto que “só podemos chegar a uma compreensão de nós mesmos como portadores de direitos quando possuímos, inversamente, um saber sobre quais obrigações temos de observar em face do respectivo outro”. Assim, “apenas da perspectiva normativa de um ‘outro generalizado’, que já nos ensina a reconhecer os outros membros da coletividade como portadores de direitos, nós podemos nos entender também como pessoa de direito”, no sentido de que “podemos estar seguros do cumprimento social de algumas de nossas pretensões” (HONNETH, 2003, p. 179). Sobre esse aspecto, Ricoeur (2006, p. 213) comenta que a esfera normativa dos direitos está correlacionada às ações por reconhecimento em dois aspectos: “por um lado, no plano da enumeração dos direitos subjetivos definidos por seu conteúdo; por outro, no plano da atribuição desses direitos a novas categorias de indivíduos ou de grupos”.

Aqui, também, há uma ligação entre as estratégias de legitimação do jornalismo pelo testemunho e as demandas por reconhecimento posta sob a égide da justiça. Há, nos testemunhos apresentados, o convite à visibilização de vozes outras, ligadas a demandas por reconhecimento de direitos. É interessante pontuar que testemunho, em latim, é representado por dois termos, *superstes* e *testis*. O *superstes* tem relação com o discurso dos indivíduos ou grupos sociais que sobreviveram a um trauma ou a uma situação difícil e precisam relatar sua experiência, enquanto o *testis* diz respeito ao depoimento de um terceiro que se coloca entre duas partes, disposto a julgá-las (PERES, 2016). O primeiro caso é o que mais se aproxima do testemunho frequentemente empregado pelo jornalismo. Ele levanta questões relacionadas à ética, à memória e à linguagem no contemporâneo, mas, para Peres (2016), agrega também ao que pode ser chamado de uma atualização da forma de narrar. A autora lembra ainda que Walter Benjamin decretara a extinção da arte de narrar no período moderno com o surgimento do romance e da informação jornalística. No entanto, com as novas tecnologias, percebe-se, no jornalismo empregado por veículos como a revista AzMina, um narrador, ou melhor, uma narradora que se utiliza da experiência vivida pela outra para narrar uma situação.

Dessa forma, é possível observar que o testemunho, na revista AzMina, serve como uma instância que, no plano dos efeitos discursivos, articula demandas por justiça vinculadas às demandas por pluralidade de vozes a partir do lugar de fala. Essa pluralidade de falas, contudo, é colocada em um aspecto bastante específico, de forma a controlar a visibilização das falas em um eixo discursivo específico, conforme trataremos a seguir no eixo das solidariedades articuladas tematicamente nesses testemunhos.

O terceiro eixo, o da solidariedade, diz respeito ao fato de que, “para poderem chegar a uma autorrelação infrangível, os sujeitos humanos precisam, [...] além da experiência da dedicação afetiva e do reconhecimento jurídico, de uma estima social que lhes permita referir-se positivamente a suas propriedades e capacidades concretas”. Assim, “sob as condições das sociedades modernas, a solidariedade

está ligada ao pressuposto de relações sociais de estima simétrica entre sujeitos individualizados (e autônomos)”. Nesse sentido, estimar-se simetricamente “significa considerar-se reciprocamente à luz de valores que fazem as capacidades e as propriedades do respectivo outro aparecerem como significativas para a práxis comum” (HONNETH, 2003, p. 210). Esse nível de análise “tem como função resumir todas as modalidades do reconhecimento mútuo que excedem o simples reconhecimento da igualdade de direitos entre sujeitos livres” (RICOEUR, 2006, p. 216).

Ora, sob esse aspecto, podemos reconhecer que existem, nos testemunhos apresentados, uma base discursiva que os atravessa, de forma que não é qualquer testemunho que é validado ou reconhecido via solidariedade pela revista *AzMina*. No plano do conteúdo, o relato parece ter, aqui, a função de denunciar uma suposta normatização que prevê que as mulheres devem parir seus filhos por meio de um evento totalmente livre de intervenções médicas, ideal que se relaciona com o da vertente do feminismo naturalista (BADINTER, 2011), com a defesa de processos naturais como o parto natural e a amamentação. A esse respeito, Badinter (2011, p.86) aponta a obrigatoriedade de submissão ao aleitamento materno como uma nova fonte de pressão para as mulheres, que teria vindo à tona com a emergência do feminismo naturalista, e estaria no cerne de uma suposta “revolução materna”. É possível observar, ainda, alguns testemunhos vinculados a abordagens vinculadas à “maternidade ecológica” (BADINTER, 2011, p. X), uma corrente feminista que, se por um lado questiona as imposições sociais e industriais, por outro pode impor outras normatividades.

Assim, sob esse ponto de vista, com os testemunhos analisados aqui, pudemos identificar um questionamento do poder médico e do Estado imposto ao corpo da mulher, principalmente quando são abordados os temas das vias de nascimento, das ferramentas de anticoncepção e das formas de criação. Além disso, os textos costuram uma série de depoimentos e relatos da vivência de mulheres acerca da maternidade, o que pode sugerir um foco maior sobre a maternidade como experiência e um retrato mais humano e individual do ser mãe do que normalmente observamos na mídia convencional feminina. Contudo, ao passo que esses textos sinalizam um distanciamento da norma sobre ser mãe imposta institucionalmente, também podemos identificar o desenho de uma nova norma posicionada às leitoras do veículo. Nos testemunhos publicados pela revista, percebemos normas atravessadas pelo feminismo naturalista, que defende que a mulher adote processos biológicos e naturais para a criação de seus filhos, como o parto natural e a amamentação. Ao recusar certas normas sobre ser mãe impostas à mulher, a revista *AzMina* incentiva que a mulher adote outro conjunto de normas – mais alinhados, neste caso, aos processos naturais e menos intervencionistas.

Assim, ao pedido de reconhecimento do público por outras performatividades de maternidade pressuposto nesses testemunhos, opera a aplicação de uma nova normatividade e o silenciamento de determinados discursos. Não encontramos, nos textos estudados, relatos de mulheres que desejaram se submeter à cesárea, por exemplo, ou que optaram por outra via de nutrição de seus bebês que não a amamentação simplesmente por assim o desejarem. Por exemplo, a matéria “Indústria da cesárea aumenta violência obstétrica no Brasil” (ROCHA, 2016) divulga uma pesquisa feita pela reportagem que aponta que, em 61,5% dos casos de cesárea, o procedimento teria sido sugestão médica – e, ainda que o estudo sugira que em 38,5% dos casos a mulher teria escolhido a via cirúrgica, um dado que pode ser considerado expressivo, o texto não dá espaço para essas personagens.

No plano da solidariedade, portanto, é possível observar que o testemunho está calcado em um campo discursivo que dá visibilidade e validação para determinadas vozes, ao passo que silencia outras, revelando aspectos importantes das políticas de reconhecimento no jornalismo alternativo praticado pela revista *AzMina*.

Considerações finais

O projeto editorial da revista *AzMina* possui a proposta de recuperar o testemunho e o lugar de fala como uma estratégia fundamental na busca por reconhecimento de outras formas de subjetivação nas lutas políticas feministas e suas estratégias de visibilização de demandas. Mais do que uma forma de

política narrativa, contudo, a articulação entre as dimensões do reconhecimento vinculadas às ligações emotivas, à adjudicação de direitos e à orientação por valores nesses testemunhos deixam entrever que há um eixo discursivo comum que articula essas demandas por escuta na maternidade, que validam mais certos tipos de feminismo em detrimento de outros (notadamente os feminismos naturalista e ecológico). É a própria vivência das autoras dos textos ou das personagens consultadas que defende os feminismos mencionados aqui. Há um silenciamento, portanto, do testemunho de vozes que sejam dissonantes desse eixo articulador, de forma que o testemunho legitimado é aquele que pertence a esse eixo central. Fica implícito que, porque a autora do texto ou a personagem vivenciou suas decisões maternas à luz de determinada vertente feminista, tem autoridade para trazer à tona essa maneira específica de criar seu filho ou de experimentar a maternidade, e é dessa maneira que tais correntes feministas são legitimadas nos textos. Embora a revista articule, em seu projeto editorial, o reconhecimento de formas plurais de performatividades e subjetividades da maternidade, a própria revista opera esse reconhecimento dentro de padrões normativos específicos a partir do uso discursivo do testemunho. Assim, em nossa análise, pudemos descortinar os discursos construídos pela revista AzMina sobre maternidade e refletir sobre os sentidos dos silenciamentos que promove. Também pudemos reconhecer as formações discursivas mediadas pela publicação e algumas vertentes feministas que ecoam de seus textos.

Referências

- AGUERO, Eva Rodriguez; CINGOLANI, Magalí. Relatos disidentes sobre experiencias de maternidad. **Estudos em Comunicação**, n. 27, v. 1, p. 127-141, dez. 2018.
- AMO meu filho, mas ser mãe é treta. **Revista AzMina**, 03 ago. 2017. Disponível em: <https://azmina.com.br/colunas/amo-meu-filho-mas-ser-mae-e-treta/>. Acesso em: 30 ago. 2019.
- BADINTER, Elisabeth. **O conflito: a mulher e mãe**. Rio de Janeiro: Record, 2011.
- BUTLER, Judith. **Relatar a si mesmo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.
- CASADEI, Eliza Bachega. A evocação à História como estratégia de referencialidade no jornalismo. **Anais do 16º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, São Paulo, 12 a 14 de maio de 2011.
- CIMINO, Thais. Saúde mental na maternidade: temos que falar sobre isso. **Revista AzMina**, 04 nov. 2015. Disponível em: <https://azmina.com.br/reportagens/saude-mental-na-maternidade-temos-que-falar-sobre-isso/>. Acesso em: 10 set. 2019.
- DERRIDA, Jacques. Fé e Saber: as duas fontes da 'religião' nos limites da simples razão. In: DERRIDA, Jacques; VATTIMO, Gianni (Eds.). **A Religião**. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.
- DREHER, Andressa. Maternidade indígena. In: **Revista AzMina**, 28 nov. 2016. Disponível em: <https://azmina.com.br/especiais/maternidade-indigena/>. Acesso em: 14 nov. 2018.
- FRASER, Nancy. Heterossexismo, falso reconhecimento e capitalismo: uma resposta a Judith Butler. **Ideias**, v. 8, n. 1, 2017, p. 277-294.
- HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento**. São Paulo: Editora 34, 2003.
- LAGE, Leandro. O testemunho do sofrimento como problema para as narrativas jornalísticas. **Contracampo**, v. 27, n. 2, p. 71-88, ago./nov. 2013.
- LEITE, Tayná. Talvez eu não seja a melhor mãe do mundo... e tudo bem! **Revista AzMina**, 06 dez. 2017. Disponível em: <https://azmina.com.br/colunas/talvez-eu-nao-seja-a-melhor-mae-do-mundo-e-tudo-bem/>. Acesso em: 30 ago. 2019.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1989.

MARCO, Valéria de. A literatura de testemunho e a violência de Estado. **Lua Nova**, n. 62, v. 1, p. 45-68, 2004.

PERES, Ana Cláudia. Narrar o outro: notas sobre a centralidade do testemunho para as narrativas jornalísticas. **Galáxia**, n. 31, p. 92-104, abr. 2016.

QUEIROZ, Nana. Mulher deveria pedir autorização do marido pra fazer laqueadura? In: **Revista AzMina**, 17 abr. 2017. Disponível em: <https://azmina.com.br/reportagens/mulher-deveria-pedir-autorizacao-do-marido-pra-fazer-laqueadura/>. Acesso em: 12 nov. 2018.

RICH, Adrienne. **Of Woman Born: Motherhood as Experience and Institution**. New York: W. W. Norton & Company, 1995.

RICOEUR, Paul. **Percorso do reconhecimento**. São Paulo: Loyola, 2006.

RICOEUR, Paul. **A Memória, a História, o Esquecimento**. Campinas: Unicamp, 2007.

RODRIGUES, Tamy. Maternidade lésbica. **Revista AzMina**, 13 maio 2018. Disponível em: <https://azmina.com.br/especiais/maternidade-lesbica/>. Acesso em: 14 nov. 2018.

ROCHA, Isabel. Indústria da cesárea aumenta violência obstétrica no Brasil. **Revista AzMina**, 30 dez. 2016. Disponível em: <http://azmina.com.br/reportagens/industria-da-cesarea-aumenta-violencia-obstetrica-no-brasil/>. Acesso em: 01 ago. 2018.

SANTAMARÍA, Lourdes Muñoz. Internet un espacio de empoderamiento de las mujeres. **Mujeres en Red**, fev. 2010. Disponível em: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1837>. Acesso em: 30 ago. 2019.

VICENTIN, Carolina. Cinco comportamentos que pais devem adotar para acabar com o machismo. **Revista AzMina**, 13 jun. 2015a. Disponível em: <https://azmina.com.br/reportagens/cinco-comportamentos-que-pais-devem-adotar-para-acabar-com-o-machismo/>. Acesso em: 24 jun. 2018.

VICENTIN, Carolina. Coisas que toda mãe está cansada de ouvir. **Revista AzMina**, 06 out. 2015b. Disponível em: <https://azmina.com.br/reportagens/coisas-que-toda-mae-esta-cansada-de-ouvir/>. Acesso em: 27 nov. 2018.

VIZEU, Alfredo. A produção de sentidos no jornalismo: da teoria da enunciação à enunciação jornalística. **Revista Famecos**, n. 22, p. 107-116, dez. 2003.

Eliza Bachega Casadei é doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) e professora titular do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing. Neste artigo, contribuiu com (Apoio na concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados; redação do manuscrito).

Martha Alvarez Lopes Makita é mestre pelo Programa de Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado da Escola Superior de Propaganda e Marketing. Neste artigo, contribuiu com (Concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito).

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

ALÉM DA IDENTIDADE E DO RECONHECIMENTO: Por uma comunicação digital geradora de diferença

BEYOND IDENTITY AND RECOGNITION: Towards a digital communication that generates difference

ANTONINO CONDORELLI

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) – Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. E-mail: profantoninocondorelli@gmail.com. ORCID: 0000-0002-6878-8151.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

CONDORELLI, Antonio. **Além da identidade e do reconhecimento**: por uma comunicação digital geradora de diferença. Contracampo, Niterói, v. 38, n. 3, p. 164-176, dez./mar. 2019.

Enviado em: 5/4/2019. Revisor A: 13/6/2019; Revisor B: 28/6/2019. Revisor A: 21/9/2019. Aceito em: 24/09/2019.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.28443>

Resumo¹

Este artigo problematiza as concepções de comunicação emancipatória em redes digitais associadas às ideias de reprogramação de redes e disputa de narrativas, defendendo que reproduzem a identidade como princípio organizador do biopoder ocidental moderno. Para operar essa crítica, propõe uma concepção de política de transformação como produção de devires e desenvolve uma noção de comunicação emancipatória como prática de dessimbolização da ordem de determinação vigente. Em seguida, questiona os pressupostos político-epistemológicos da luta por reconhecimento e de seus mencionados desdobramentos comunicacionais em redes digitais, defendendo-se uma comunicação digital que tensione a transcendentalização da identidade e se abra para a geração de devires.

Palavras-chave

Comunicação; Transformação social; Redes digitais.

Abstract

This article criticizes the conceptions of emancipatory communication in digital networks associated with the ideas of network reprogramming and narrative dispute, arguing that they reproduce identity as the organizing principle of modern western biopower. To operate this critique, it proposes a conception of transformation policy as a production of becomings and develops a notion of emancipatory communication as a practice of desimbolization of the prevailing order of determination. It then questions the political-epistemological assumptions of the struggle for recognition and its aforementioned communicational developments in digital networks, defending a digital communication that tenses the transcendentalization of identity and opens itself to the generation of becomings.

Keywords

Communication; Social transformation; Digital networks.

¹ Partes deste texto integram a tese de doutorado do autor. Amplos os trechos daquele estudo são utilizados, com ou sem alterações, para a construção dos argumentos que respondem aos propósitos teóricos específicos deste artigo, organizados de forma diferente ao trabalho de onde foram extraídos.

Introdução

Este artigo desenvolve uma reflexão ontológica e epistemológica que problematiza as concepções hegemônicas de comunicação emancipatória em redes digitais, associadas às ideias de reprogramação de redes e disputa de narrativas, defendendo que – em vez de incentivarem a promoção de diversidade como florescimento de devires – reproduzem e fortalecem o princípio de *identidade*, que entendo como a lógica que fundamenta o regime de produção de subjetividades e de relações da versão hegemônica – capitalista, colonial e patriarcal – da modernidade euro-norte-americanocêntrica. Essa reflexão implica em uma crítica à ideia de matriz liberal de luta pelo *reconhecimento de identidades*, que assume como pressupostos os princípios organizadores do biopoder² ocidental moderno (em suas múltiplas variantes), e sua superação por uma concepção da instituição de diversidade como geração incessante de indeterminação criadora.

O pensamento social ocidental vem refletindo sobre o conceito de identidade após a eclosão, a partir da década de 1970, de movimentos e lutas emancipatórias de grupos historicamente inferiorizados e diante da cada vez mais forte diversidade étnica, linguística, cultural, religiosa, sexual, de gênero e outros marcadores que caracteriza as sociedades urbanas contemporâneas, pondo o problema da organização das relações sociais entre atores que se experienciam como heterogêneos. Castells (2008) apresenta uma conceituação de identidade que incorpora a visão preponderante no pensamento contemporâneo: identidade como identificação simbólica com um sistema de significados e um conjunto de experiências compartilhados, identificação que pode ser produzida pelas instituições dominantes para fins de normatização dos valores e das condutas; por atores estigmatizados, com o objetivo de se opor às estruturas, processos e valores que os inferiorizam, e por atores insurgentes que visam modificar a estrutura e os valores de toda a sociedade. Essa perspectiva permite a Castells conceber tanto os movimentos sociais quanto fenômenos como fundamentalismos religiosos, nacionalismos, etc. como mecanismos de subjetivação identitária, isto é, baseada na identificação com significados e experiências de resistência ou oposição a estruturas e valores considerados dominantes, identificação geradora de comunidades ou de grupos que se organizam ao redor de um projeto.

Por outro lado, Hall (2006) aponta que a atual proliferação de identidades não afeta somente as subjetivações coletivas, mas o processo de individuação: o sujeito individual contemporâneo é cada vez mais fragmentado, atravessado por identificações múltiplas, provisórias, por vezes contraditórias e não unificadas ao redor de um *eu* coerente; as diferenças em que se articulam as sociedades produzem para os indivíduos posições de sujeito variáveis.

As epistemologias da identidade dominantes no pensamento social ocidental contemporâneo, bem sistematizadas por Castells (2008) e Hall (2006), assumem como pressuposto não problematizado a ideia da identificação (com significados e experiências ou com características, comportamentos etc.) como fundamento da subjetivação, seja para a configuração de um eu estável e coerente (que adere ou se opõe a estruturas dominantes) ou de identidades múltiplas, posições subjetivas variáveis, mas que para se instituir enquanto tais necessitam da assunção – ainda que temporária – de elementos definidores de um eu provisório.

Em sua crítica à identidade, que considera a categoria apriorística que fundamenta o regime de determinação construído e consolidado pela modernidade, Safatle (2015) aponta a identificação como princípio geral de invariância: independentemente do modo como se produz (estável ou provisória, geradora de um eu coerente ou fragmentado), ela pressupõe características definidoras ou predicados (escolhidos ou inatos) que assume como propriedades. Nesse modo de determinação, os seres – sujeitos, objetos,

² Hardt e Negri (2010) mutuam de Foucault a ideia de biopoder, que se refere a todos os mecanismos e processos socialmente construídos para a regulação e o controle da vida, que determinam o campo do visível, do pensável, do enunciável, do que pode ser sentido e experienciado, assim como as técnicas de produção e reprodução da vida, e hierarquiza os corpos determinando quais (e como) devem viver e quais (e como) podem morrer.

entidades imateriais etc. – se constituem, se predicam por aquilo que possuem ou do qual se apropriam, estável ou provisoriamente, e a condição de possibilidade de sua relação entre si é sua essência comum de identidades definidas por propriedades, o que na perspectiva do sujeito torna o outro uma outra versão do mesmo. As identidades múltiplas ou abertas conceituadas por Hall (2006) continuam, nessa perspectiva, sendo identidades: produtos de processos – ainda que mutáveis – de identificação. Safatle (2015, p. 195) chama essa ordem simbólica de “determinação formal de predicação por propriedades”. A modernidade ocidental tem configurado diferentes formações históricas e tem gerado critérios de possibilidade e de possibilidades de pensar o real e de si mesma na relação/encontro (violento, produtor de dominação) com outros pensamentos e modos de instituir o real e agir nele. Mas toda a heterogeneidade de configurações temporárias de redes de conexões que se definem e experienciam como modernas respondem a um modo geral de determinação formal dos seres reconduzível ao princípio de *predicação por propriedades*.

Por esse motivo, pensar uma política e uma comunicação digital de *transformação* e de promoção/ produção de *diversidade* implica conceber modos de construção de sujeitos políticos e de produção/ organização de relações sociais que não se fundamentem, não fortaleçam e não perpetuem a categoria da identidade, que, enquanto transcendental construído, sustenta a tensão entre regulação e emancipação que opera do lado emerso – o euro-norte-americanocêntrico – da linha abissal³ que a versão hegemônica da modernidade ocidental instituiu, como aponta Santos (2009), para demarcar seu campo do visível e do pensável.

As reflexões expostas neste artigo se propõem a problematizar as concepções dominantes de comunicação digital pela emancipação de grupos sociais inferiorizados, baseadas nas noções de reprogramação de redes e de disputa de narrativas, de forma a abrir caminhos de pesquisa para pensar uma política e uma comunicação de transformação em redes digitais que não reproduza a identidade como critério transcendentalizado de subjetivação e organização do sensível, que permeia as lógicas de regulação e emancipação concebíveis e pensáveis no regime de determinação da modernidade ocidental.

Política de transformação como produção de devires

Com base em Safatle (2015), proponho considerar que uma política seja de transformação quando aposta no questionamento ou na ruptura do modo de determinação das subjetividades e das relações ocidental moderno, fundado na identidade, e não pretenda substituí-lo por outra forma transcendental de organização da experiência, mas gerar *indeterminação produtiva* e trabalhar processualmente com ela. Quando, por exemplo, uma subjetivação feminista questiona o conceito de gênero e, ao invés de propor um princípio substitutivo, se abre para a produção de experiências e modos de vida que não pressuponham algum tipo de *identificação*.

Concebo, portanto, a geração de indeterminação criadora como uma aposta na produção menos limitada possível de *diferença*, isto é, na instituição de condições para a emergência de *singularidades*. Deleuze (1988) concebe a *singularidade* como uma *virtualidade* não transcendente nem transcendental, totalmente imanente aos corpos nos quais e por meio dos quais se expressa. É um campo de *intensidades* (feixes de possíveis sem qualquer forma e existência prévia, que só se realizam ao aparecerem como existentes) não coincidente com indivíduos de qualquer espécie, objetos ou pessoas⁴,

³ Santos (2009) concebe o pensamento ocidental moderno como um pensamento abissal: “um sistema de distinções visíveis e invisíveis, sendo que as invisíveis fundamentam as visíveis” (p. 23). Segundo o sociólogo, a colonialidade que permeia as relações de poder e saber instituiu “linhas radicais que dividem a realidade social em dois universos distintos” (idem, p. 23), relegando à inexistência (desaparecimento enquanto realidade e incapacidade de ser pensado) tudo o que fica do “outro lado” dessa linha abissal, isto é, todas as formas de pensamento produzidas em lócus epistêmicos alheios à matriz ocidental moderna de produção de conhecimento.

⁴ Uso o termo indivíduo para referir-me a qualquer ser concreto que seja experienciado ou experienciável como unidade e pessoa para referir-me a qualquer sujeito que se concebe e é concebido como conjunto

nem individual nem coletivo, mas suscetível de *individuação* em unidades concretas, pessoas ou grupos. A diferença, nessa perspectiva, não é um corpo ou uma qualidade, mas pura *relação*. Nessa concepção do ser como diferença pura, os fenômenos, embora apresentem semelhanças e padrões de regularidade, nunca são *idênticos*, isto é, reconduzíveis a um princípio transcendente ou transcendental de identidade que predetermine suas manifestações individuais pela predicação por propriedade.

Nessa perspectiva, a geração de diferença - que se expressa por singularidades - pode ser concebida como geração de *devires*. Como aponta Viveiros de Castro (2015) em sua interpretação de Deleuze, o devir é aliança *antinatural* fora das combinações estáveis, expressão de multiplicidade não reconduzível a regularidades previsíveis. Participar de um devir, então, não é tornar-se outra coisa: é estar envolvido na geração de uma relação que muda os critérios de definição de todos os termos implicados nela. Como afirmam Hardt e Negri (2010), um devir-mulher do homem não é um homem tornar-se mulher: é um processo que redefine os critérios de determinação do “ser mulher” e do “ser homem”. Devir é a própria multiplicidade dos possíveis, é a realização da diferença, é relação constituinte que define as condições de possibilidade dos termos que põe em interação.

Comunicação como agir do comum

Pensar uma política de transformação como produção de devires remete para a questão de qual *comunicação* promover entre singularidades que expressam diferença e, portanto, de como pensar a comunicação em uma perspectiva que não assuma a identidade como seu fundamento transcendentalizado.

Sodré (2014) lembra que, apesar da etimologia do termo não ter qualquer relação com a ideia de transmissão de informações ou mensagens, “este significado dicionarizado em línguas ocidentais acabou impondo-se sobre o sentido primordial de ‘ação comum’ ou de algo como ‘ação do comum’” (p. 11). Recuperando esse sentido originário, o autor propõe pensar a comunicação como ação presssemântica e prerrelacional que define uma “condição de possibilidade, um a priori, que não é nenhuma convenção recíproca, mas um vazio gerativo (assim como o número zero), um princípio abstrato de organização – o comum” (idem, p. 15, grifo do autor). Não, portanto, troca ou transmissão de mensagens a partir de códigos compartilhados, nem campo semântico ou sistema de significados ao redor do qual estruturar os códigos e organizar as trocas, mas a *forma geral* do pôr em comum que possibilita a organização semântica, a codificação e as trocas. Comunicação como ação que institui os critérios de possibilidade de uma partilha do sensível.

Na proposta de Sodré, a comunicação como pôr em comum opera pela *simbolização*:

Não se entende símbolo aqui como uma figura secundária de linguagem ou como um epifenômeno linguístico, mas como o trabalho de relacionar, concatenar ou pôr em comum (*syn-ballein*) formas separadas, ao modo de um equivalente geral, (...) ou seja, como originárias mediações simbólicas que se desdobram em economia, psiquismo, parentesco, política e linguagem (SODRÉ, 2014, p. 15).

O símbolo se constitui, assim, como um operador formal de equivalência que define as coordenadas do perceptível, o pensável, o dizível e o realizável e determina as possibilidades de subjetivação, relação e afetação.

A simbolização como instituição de critérios de invariância, para Sodré (2014), é o que produz *vínculo* entre o que é posto em comum. Mas, diferentemente da perspectiva que proponho, o comunicólogo não concebe o vínculo como aquilo “que Deleuze chama *síntese disjuntiva* ou *disjunção inclusiva*, modo relacional que não tem a semelhança ou a identidade como causa (formal ou final), mas a divergência ou a distância” (VIVEIROS DE CASTRO, 2015, p. 119, grifo do autor), ou seja, devir, mas como determinação

de predicados ou atributos, autoescolhidos ou atribuídos.

de equivalências que se tornam transcendentais. O vínculo, para Sodré (2014), é o modo formal de pôr em comum que possibilita as relações sociais. Ele é entendido como o modo de existência do ser, diferentemente da ontologia e epistemologia aqui propostas que colocam a irreduzibilidade da diferença, a impossibilidade de as singularidades serem idênticas a si mesmas como a maneira do ser existir e se manifestar. Para a perspectiva que proponho de política transformadora, portanto, isso implica pensar a comunicação para a transformação como *prática dessimbolizante*: ação que tensione a simbolização instituída, as invariâncias transcendentalizadas por uma dada ordem de determinação e abra nos símbolos existentes fissuras pelas quais se infiltrem devires impensáveis.

Enquanto políticas reconfiguradoras operam no nível das possibilidades semânticas predefinidas pela simbolização existente travando disputas de narrativas, reprogramando redes de produção e disseminação de significados e produzindo ressignificações de termos e narrativas, políticas transformadoras estabelecem novas causalidades geradoras de subjetivações e relações, efetuando virtualidades invisibilizadas que esticam os limites do possível. Movimentos feministas, antirracistas, pela afirmação de direitos de sujeitos individuais e coletivos que expressem diversidade de identificação de gênero e de orientação sexual, pelos direitos de povos indígenas ou pela preservação ambiental podem atuar em um nível reconfigurador de subjetividades e relações se, assumindo a *identidade* como categoria apriorística, agirem para ressignificar conotações atribuídas pelas relações de poder/saber hegemônicas aos sujeitos que essas mesmas relações constituíram (a mulher, o negro, o homossexual, o bissexual, o transgênero, o indígena, o “meio” ambiente) produzindo novas narrativas sobre eles. A ressignificação de termos identitários e a produção e circulação de novas narrativas que entram na disputa de significados confrontando as histórias hegemônicas produzem subjetividades emancipadas que pressionam por uma reconfiguração das relações sociais, seja as de ordem jurídico-institucional (políticas e leis que protejam e afirmem direitos de mulheres, minorias étnicas etc.), seja as de ordem micropolítica (relações interpessoais no âmbito familiar, nos ambientes educacionais, nas redes digitais, etc.). Esse tipo de mudanças é significativo, pois tendem para um aumento relativo da capacidade de singularidades individuadas existirem e agirem rompendo com determinados mecanismos de poder e regulação. Porém, elas permanecem ancoradas às possibilidades semânticas, de subjetivação e de relação estabelecidas pelo regime de determinação moderno. Quando movimentos emancipatórios não questionam a *identidade* – e seus derivados: gênero, orientação sexual, raça/etnia, natureza, cultura, etc. – como categoria transcendentalizada que organiza sua forma de se constituírem ontologicamente e de se pensarem, ainda que suas práticas e ações reconfigurem sistemas de significados não operam mudanças das condições de produção do biopoder hegemônico regulador de subjetividades e relações.

Políticas de transformação podem se produzir, no entanto, quando movimentos emancipatórios tecem, voluntariamente ou não, conexões com virtualidades não pensáveis nem possíveis no campo semântico constituído e, nessa relação, *devêm* outros. Quando, por exemplo, o questionamento das relações de gênero e de orientação sexual, das relações étnico-raciais ou das relações entre sociedade e natureza estabelecidas faz vislumbrar a possibilidade de não apenas rearranjar essas relações, mas de sair dos quadros de referência que moldam as próprias possibilidades de pensá-las e se projetar para o informe, para o que não pode ser dito nem concebido nas categorias existentes, mas intuído, entrevisto, divisado ao longe mesmo sem contornos definidos ou definíveis: a ideia de subjetividades e experiências além do gênero, da orientação sexual, da raça ou etnia, da natureza e a sociedade, da identidade.

Nessa segunda perspectiva, a mais profícua para pensar o lugar da comunicação em processos políticos transformadores, a comunicação pode ser entendida como um relacionar o que não pode ser subsumido por quaisquer princípios de invariância, o que transforma a multiplicidade, a diferença irreduzível de heterogêneos que se implicam mutuamente de forma assimétrica na própria natureza da relação. A comunicação concebida como devir, conseqüentemente, é por sua natureza uma comunicação transformadora.

Armadilhas epistemológico-políticas da luta por reconhecimento de identidades

À luz das reflexões expostas, defendo que assumir a reconfiguração de relações de poder/saber hegemônicas como finalidade de ações e práticas políticas de ruptura, apesar dessas reorganizações serem necessárias para abrir brechas de autogoverno das subjetividades nas malhas do biopoder, não tensionam o modo formal de predicação por propriedades, nem os dispositivos de produção e organização de identidades capazes de reabsorver as rebeliões, as subjetividades que produzem e suas práticas no modo de regulação hegemônico. É a armadilha, apontada por Safatle (2015), da política concebida como *luta por reconhecimento*, resumida na ideia de Axel Honneth de que “sujeitos esperam da sociedade, acima de tudo, reconhecimento de suas demandas de *identidade*” (HONNETH, 2003, p. 114 apud SAFATLE, 2015, p. 331, grifo meu). Identidade que é o princípio gerador das condições de possibilidade, organização do sensível e produção de subjetividades do regime de determinação moderno e que se constitui pela predicação por atributos concebidos como *propriedades*. *Reconhecer* identidades significa, portanto, obter legitimação para determinadas construções individuais e coletivas configuradas como *mesmidades* (versões de um mesmo modo formal de determinação), legitimação baseada na admissão pelas *outras* identidades de uma universalidade partilhada – constituída por eliminação de outras possibilidades de definição subjetiva – que consistiria na pressuposição de uma “essência formal” comum (a predicação por propriedades).

Como mostra Safatle, essa concepção tem gerado, a partir da década de 1970, uma “compreensão das lutas de grupos historicamente vulneráveis e espoliados de direitos (negros, gays, mulheres) como lutas de afirmação cultural das diferenças” (Idem, p. 326). Por um lado, isso produz “uma imagem da sociedade como uma rede atomizada de grupos fortemente identitários negociando infinitamente seu reconhecimento no interior de uma dinâmica frágil de tolerância” (Idem, p. 348). Por outro, transforma a ação política de emancipação em uma prática essencialmente defensiva, de *confirmação* de construções identitárias que têm como pressuposto a determinação formal por atributos (a identidade, como forma, é algo *dado*; portanto, a “identidade individual” ou “de grupo” é assumida como já definida e comparável à do “outro”) ou, no máximo, de *ressignificação* de identidades, ao invés que como *afirmação* de possibilidades de diferença (não previsíveis, nem já dadas), obliterando o fato de que essas construções “se definem por oposição ou exclusão” (idem, p. 349), ou seja, são configuradas “no interior de relações assimétricas de poder, sendo por isso expressões de estratégias de defesa ou de dominação” (idem, p. 349). A maior parte das “identidades” historicamente vulneráveis, de fato, foram construídas pelas próprias relações de biopoder que as inferiorizam: a “mulher” enquanto identidade é uma construção do patriarcado⁵ ocidental moderno; o “negro” é uma construção do colonialismo, etc. Assumi-las, consolidá-las e reproduzi-las, ainda que ressignificando-as, confirma o domínio que a engendrou.

Rancière (1996) alerta para o perigo de uma reabsorção na administração *policia*l do sensível (a regulação do que pode ser experienciado, pensado, dito e praticado) das rupturas provocadas pela ação *política*, que concebe como a irrupção de causalidades e subjetividades impensáveis e imprevisíveis nas

⁵ O conceito de patriarcado, caro à maioria dos movimentos feministas, não é consensual no âmbito dos estudos de gênero, sendo concebido por algumas correntes como um sistema de dominação masculina estruturado para submeter, explorar e inferiorizar as mulheres (seja de natureza a-histórica, a partir da concepção weberiana de patriarcado como tipo-ideal, ou – numa perspectiva não essencialista – situado histórica e geograficamente e que muda sua configuração conforme as transformações sociais, culturais e econômicas das relações de gênero em diferentes sociedades; e, para certas vertentes do feminismo marxista, subordinado na modernidade ao sistema capitalista) e, por outras correntes, como forma de ideologia (SAFFIOTI, 1992). Para estas reflexões, entendemos o patriarcado – conforme Saffioti (1992) – como um sistema de dominação e exploração das mulheres baseado em uma hierarquização dos gêneros socialmente construída e que assume diferentes configurações em diferentes sociedades e momentos históricos, articulando-se com outros sistemas de regulação das subjetividades e das relações sociais.

categorias da ordem vigente. O multiculturalismo, entendido como regime de regulação de diferenças configuradas e classificadas como identidades (SAFATLE, 2015), produto das lutas por reconhecimento, representa um perigo para a política de transformação porque, ao incentivar a subjetivação identitária, transforma o tempo todo em identidades com demandas e características próprias os sujeitos que abalam ou tensionam a simbolização existente, reintegrando-os em suas categorias (gênero, raça, etc.) e fazendo com que as próprias lutas e práticas de emancipação assumam de maneira acrítica o reconhecimento identitário como finalidade. É por isso que Žižek (2013) afirma que a “resposta liberal à dominação é o reconhecimento” (p. 639), que ao reorganizar jurídica e discursivamente as relações entre sujeitos individuais e coletivos constituídos como identidades produz uma sensação de fim ou ausência de dominação, mantendo-a ao mesmo tempo pela reiteração de mecanismos de inferiorização no âmbito de relações formalmente livres e iguais e pela predefinição como condição de qualquer subjetivação da determinação por predicação por propriedades.

É por isso que, para uma política de transformação que tenha como horizonte de modificação o regime de determinação moderno em sua versão capitalista neoliberal, sustento como Hardt e Negri (2010) que as atuais lutas de libertação devam assumir como prática a autoabolição da identidade, a instituição de condições para a produção de subjetividades e relações impensáveis de maneira identitária. Autoabolir a identidade implica em suprimi-la enquanto categoria definidora da produção de subjetividade e de organização das relações. Isso não quer dizer que se possa, nem que seja desejável operar uma distinção rígida entre lutas emancipatórias de reconfiguração de relações existentes e as que visam alterar o quadro de referência gerador de dominação. Como Hardt e Negri admitem, expressões rebeldes da identidade (lutas feministas, antirracistas, anticolonialistas e outras) podem, ao longo do processo, despertar a consciência da necessidade de uma superação ou abolição da identidade que usam como instrumento de autoafirmação ao perceber que *o controle das condições de produção dessa identidade* é o núcleo gerador da dominação que sofrem. Além do mais - como aponta Butler (2004) - o material conceitual, discursivo, linguístico, afetivo produzido e utilizado em uma luta de emancipação e as relações que sujeitos políticos identitários rebeldes tecem no processo desencadeiem conexões, conscientes ou não, com devires apagados pelo modo de determinação identitário, abrindo brechas para seu tensionamento. Isso acontece também, como apontam Hardt e Negri (2010) desdobrando ideias de Wittgenstein, quando jogos de linguagem se abrem deliberada ou involuntariamente para o equívoco ou a alteridade referencial, o que é extremamente importante para uma política de transformação em redes sociais digitais operada no nível semântico da interação entre atores.

Limites da reprogramação de redes e da disputa de narrativas como práticas comunicacionais emancipatórias em redes digitais

Para os fins desta reflexão, conceituo as redes digitais como um metadispositivo de subjetivação e produção de relações⁶ instituído pela transcendentalização (a transformação em princípios reguladores) de lógicas de produção e apropriação privada permanente de valor de troca. Esse metadispositivo gerou e alimenta incessantemente uma “cultura do compartilhamento” que se apresenta, como aponta Castells (2015), como uma metacultura de protocolos de comunicação compartilhados que possibilita as trocas entre culturas diferentes. Essa percepção, suportada por uma ideia de cultura como “conjunto de valores e crenças” (Idem, p. 82) que orientam os comportamentos dos sujeitos e por uma ideia de sujeitos como entes já constituídos como tais por predicação por propriedades (portanto, por uma noção de cultura e de sujeito como *identidades*), se presta facilmente a ser integrada em uma abordagem da comunicação digital que reconduz as lutas em redes das subjetividades historicamente inferiorizadas a lutas por reconhecimento. Nessa perspectiva, o caminho para a emancipação de atores sociais historicamente inferiorizados seria o reconhecimento multiculturalista do outro – concebido como outra versão de um

“si” identitário predicado por propriedades – pela via do diálogo em redes digitais.

Sem desmerecer a emergência de novas visibilidades enunciativas e a disputa de narrativas em redes digitais enquanto possibilidades emancipatórias, é preciso ir além do diálogo e da disputa em redes, tornados possíveis por um metapoder regulador transcendental (as redes como metadispositivo) que define os termos em que podem ser travados (as possibilidades do campo semântico) e os critérios que permitem pensá-los, e promover formas e processos de comunicação que favoreçam a *construção comum de condições de produção de subjetividades e relações*. Isso leva ao questionamento da perspectiva dominante, fundada na transcendentalização do princípio de identidade, sobre a luta política e comunicacional em redes digitais: a que Castells (2015) conceitua como a luta pela *reprogramação de redes*. Nessa concepção, a reprodução do poder – entendido como “a capacidade de exercer controle sobre outros” (ibid, p. 91) - e a luta pelo contra-poder – a capacidade dos controlados de se desvencilharem desses controles e se autogovernarem – estariam atreladas a dois mecanismos gerais:

(1) a capacidade de construir redes e de programar/reprogramar a(s) rede(s) em termos das metas a ela(s) atribuídas e; (2) a capacidade de se conectar e garantir a cooperação de várias redes, por meio do compartilhamento de metas comuns e associação de recursos (...) (ibid, p. 91).

Os atores que produzem redes são chamados pelo sociólogo de *programadores* e gerariam seus *programas* (conjunto de metas e de procedimentos ou protocolos de funcionamento, entendidos como padrões de auto-organização) a partir de “ideias, visões, projetos e molduras”⁷ (CASTELLS, 2015, p. 91), portanto, de elementos mentais já constituídos como conjuntos de propriedades.

Como as ideias atingem os nós de cada rede, e são por eles absorvidas ou rejeitadas tornando-se, em ambos os casos, agenciadoras de subjetividades por imitação ou contra-imitação, dependendo do nível de exposição desses nós aos processos de comunicação disseminadores e consolidadores de conceitos/perspectivas, “a capacidade de criar um processo eficiente de comunicação e persuasão ao longo das linhas que favorecem os projetos dos programadores potenciais” (idem, p. 92) seria o fator mais importante da programação ou a reprogramação de redes. Por outro lado, Castells chama os mecanismos que controlam os pontos de conexão entre várias redes constituídas como tais de *comutadores*. Para a construção de relações de poder, os comutadores precisariam estabelecer metas compatíveis entre os programas de redes que se inter-relacionam. A construção de contrapoder, por sua vez, adviria de três processos: a redefinição dos programas de uma rede pela disseminação dentro dela de ideias agenciadoras alternativas às hegemônicas, na tentativa de fazer-lhes ganhar adesões majoritárias em uma disputa de narrativas; ações e relações que visem compatibilizar metas alternativas que surgem dentro de uma rede com as de outras redes com as quais esta se conecta; a criação de novas redes com programas alternativos aos das redes que se pretende alterar e ações de comutação que visem compatibilizar os programas das novas redes com as das redes que se deseja mudar.

Mesmo sem usarem os conceitos de Castells de (re)programação e comutação de redes, a concepção de ciberativismo de Malini e Antoun (2013), que cartografaram uma grande quantidade de experiências de política de emancipação em redes digitais, se fundamenta nos mesmos pressupostos. Todas as práticas que os autores conceituam como de ativismo digital promovem a criação de redes auto-organizadas horizontalmente para a produção e disseminação de ideias e narrativas (perspectivas de rede) alternativas às hegemônicas graças, principalmente, à ação de muitos nós cuja intensidade de interações lhes faz ganhar o status de *autoridades*. Esse processo visa agendar o debate nas redes – geralmente dominado por perspectivas impostas por *hubs* ligados a grandes grupos de poder econômico, político e

⁷ Com base em teorias cognitivistas e neurocientíficas, Castells (2015) concebe molduras ou frames como conjuntos de significados-mestres, fixados no cérebro como percursos sinápticos, que organizam a percepção do mundo dos sujeitos.

mediático – e, conseqüentemente, *reagendar* (que é uma forma de reprogramação) as pautas de outras redes com as quais as de contrapoder se interconectam em ações de comutação.

Na maioria dos casos, a luta pela reprogramação de redes por atores sociais subjetivados por identidade como predicação por propriedade é operada por meio da disputa de narrativas, ou seja, pela disputa em torno da produção de significados no plano semântico da comunicação. É o que ocorreu, por exemplo, com as campanhas digitais feministas, realizadas entre 2015 e 2016, #MeuPrimeiroAssédio, #MeuAmigoSecreto e #BelaRecatadaEDoLar.⁸ Nos três casos, o compartilhamento espontâneo de mensagens construídas com aquelas *hashtags*⁹ por milhares de nós conseguiu não somente produzir *clusters* (aglomerações de interações digitais) ao redor dos conceitos das campanhas e outras ideias, narrativas e discursos que emergiram delas (tanto de afirmação como de negação), ou seja, criar novas redes com seus próprios programas e perspectivas agenciadoras (e suas redes oponentes), como, sobretudo, fazer com que essas perspectivas atravessassem diversas redes já constituídas (comunidades virtuais de afinidades, redes de relacionamentos pessoais, redes de mídia comercial, redes midialivristas, redes corporativas, etc.) contribuindo para agendar suas interações pela ação comutadora de miríades de nós comuns muito ativos. As campanhas transformaram, portanto, milhares de nós de usuários quaisquer em comutadores de redes, valendo-se de alguns dos modos de subjetivação e de relação que, como apontam Malini e Antoun (2013) e Castells (2015), são dominantes nas redes sociais digitais: o capital social de *autoridades*, gerado pela intensidade das interações e a afetação por emoção. A maioria dos perfis de sites de redes sociais como Facebook e Twitter, de fato, é simultaneamente nó de múltiplas redes, em algumas das quais possui credibilidade (*autoridade*) perante grupos – mesmo que pequenos – de outros nós. Isso fez com que mulheres que participam de comunidades virtuais não feministas e de redes de relações pessoais onde temas feministas não circulam interagissem com posts dessas campanhas divulgados por alguns de seus contatos e fossem afetadas por essas mensagens (pela relação que as mensagens permitiam estabelecer com situações vivenciadas no cotidiano ou outros motivos), contribuindo para disseminá-las ou produzindo novas com as mesmas *hashtags*, tornando-se assim, por sua vez, comutadores de outras redes. As campanhas não romperam, portanto, com as lógicas de interação instituídas pelas redes digitais

⁸ As três campanhas mencionadas surgiram a poucos meses de distância uma da outra, entre o final de 2015 e o início de 2016. A primeira foi motivada por uma onda de comentários de assédio sexual em redes digitais contra uma participante de doze anos de um programa televisivo de gastronomia: em reação a esses discursos, um coletivo feminista que atua no Facebook e no Twitter, Think Olga, criou uma hashtag que viralizou em pouco tempo, compartilhada por milhares de mulheres que relataram o primeiro assédio sexual que sofreram. A segunda, cujo pontapé inicial foi dado por outro coletivo feminista presente em redes digitais, Não Me Kahlo, não surgiu como ação planejada, mas em pouco tempo se transformou em uma construção coletiva de ampla disseminação nas redes. Inspiradas no tweet (post de até 140 caracteres no Twitter) de uma seguidora do coletivo, que reclamava que o amigo secreto que tirou em sorteio não a agradava, as integrantes do Não Me Kahlo lançaram em novembro de 2015 uma série de tweets com uma perspectiva feminista sobre a situação descrita no post inicial. Logo após a publicação dessas postagens, seguidoras da página do coletivo no Facebook começaram a enviar seus próprios relatos, que o Não Me Kahlo divulgou. Em pouco tempo, milhares de mulheres se apropriaram espontaneamente da hashtag e, interagindo umas com as outras, a transformaram em uma narrativa plural e colaborativa sobre as formas como o sexismo pratica violências cotidianas e se reproduz em práticas e discursos. A terceira campanha surgiu como reação espontânea de milhares de mulheres à publicação de uma matéria da revista Veja em abril de 2016. Parte de uma estratégia de construção e disseminação de perspectivas que sustentassem e legitimassem o processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff, a matéria apresentava como arquétipo de “boa mulher” a esposa do então vice-presidente, que iria assumir o cargo após a queda da presidenta eleita, reproduzindo um tradicional discurso conservador de que o papel da mulher seria o de agradar esteticamente o homem (respondendo a um modelo de beleza instituído como hegemônico que associa a afetação estética à pele branca e à magreza, entre outras características), ser submissa às suas vontades e cuidar da casa e da prole, ideias resumidas no emblemático título da reportagem: “Bela, recatada e ‘do lar’”. Resignificando esse título como síntese discursiva de um sistema de opressão, milhares de mulheres o transformaram em uma hashtag que viralizou imediatamente, disseminando mensagens críticas ao modelo de feminilidade e de relações de gênero que pressupunha e reforçava.

⁹ *Hashtags* são palavras-chave associadas a determinados conteúdos que circulam na internet, antecedidas pelo símbolo jogo da velha (#), que se tornam hiperlinks – textos que permitem acessar a outros textos – indexáveis por mecanismos de busca, permitindo o acesso a todas as mensagens produzidas sobre um determinado assunto e compondo narrativas coletivas.

como metadispositivo, mas as atravessaram e se valeram de seus mecanismos de organização de relações.

No âmbito da subjetivação, considero que esses processos contribuíram para instituir as *hashtags* das campanhas em sujeitos políticos, pois provocaram a emergência não só de ambiências afetivas compartilhadas, mas também de feixes – múltiplos, mas com um mesmo núcleo gerador – de percepções, conceitos, discursos e objetivos comuns: ou seja, produziram sujeitos coletivos identitários (porque construídos a partir da *identificação* com uma perspectiva, que define as possíveis – ainda que múltiplas - *propriedades* a serem integradas à nova configuração subjetiva), internamente plurais (mas cujos vetores heterogêneos respondem a um modo de determinação e a um núcleo de conceitos agenciadores comuns), com agendas próprias. Essa subjetivação coletiva provocou reconfigurações em subjetividades individuais, aproximando muitas mulheres a ideias feministas e estimulando uma percepção de certas vivências (no caso da #MeuPrimeiroAssédio), certas situações cotidianas (no caso da #MeuAmigoSecreto) e certos discursos (no caso da #BelaRecatadaEDoLar) como violências. A campanha #MeuAmigoSecreto, como conta o coletivo feminista digital Não Me Kahlo que propiciou seu estopim, fez com que muitas mulheres percebessem como abusivos relacionamentos que estavam vivenciando e, fora da internet, “teve um impacto significativo: o número de denúncias feito ao 180 – o ‘disque-denúncia’ da Secretaria de Políticas para Mulheres – chegou a 63.090, 40% a mais do que no ano anterior” (LARA et al., 2016, p. 16).

Como essas campanhas mostram, portanto, a reprogramação de redes pela ação de comutadores e a disputa de narrativas podem, de fato, desencadear processos de reconfiguração emancipatória de subjetividades e relações. Mas, ao mesmo tempo, não é difícil perceber que essa reconfiguração não modifica o modo de determinação que origina as relações de poder que se amenizam, nem origina necessariamente uma produção comum de condições de subjetivação e de relação. Além disso, tanto os sistemas de poder que se combatem quanto os movimentos ciberativistas conservadores se valem exatamente dos mesmos mecanismos para construir/reproduzir sua dominação. Por exemplo, foi pela ação comutadora de milhares de nós anônimos que movimentos como *Revoltados Online* e *Vem pra Rua* puderam disseminar perspectivas conservadoras tão capilarmente em 2015 e 2016, agenciando subjetivações coletivas. Além do mais, as próprias campanhas feministas que discuti estiveram internamente atravessadas por uma forte disputa de narrativas. Atores e redes interessadas em promover perspectivas contrárias tentaram reprogramar as redes construídas pelas campanhas, que assumiram a configuração de *clusters*, usando as mesmas *hashtags* para fazer circular mensagens agressivas, desqualificadoras ou de negação dos seus conceitos e discursos agenciadores, o que fez emergir clusters antagônicos minoritários, mas também com potencial comutador. No caso da #BelaRecatadaEDoLar, a *hashtag* foi apropriada por atores sem adesão à causa, o que provocou a disseminação de perspectivas desatreladas dos feixes de sentido originários da campanha, o que contribuiu para a parcial despolitização do conceito agenciador e sua conversão em um slogan irônico.

Tudo isso aponta para o fato de que os princípios de (re)programação/comutação e a disputa de narrativas que têm como pressuposto a afirmação de identidades, que são as perspectivas dominantes para conceber a ação política e práticas comunicacionais de transformação em redes digitais, pressupõem as mesmas lógicas e tendências de subjetivação que sustentam a formação e reprodução de biopoder nas redes. É uma concepção ancorada no nível semântico da comunicação digital, que reitera o modo forma de determinação por predicação por propriedades da simbolização vigente.

Considerações finais

À luz do discutido, considero que seja importante estudar e refletir sobre se as práticas políticas e comunicacionais em redes digitais de movimentos emancipatórios tensionam, questionam ou curto-circuitam as lógicas instituídas pelas próprias redes e, conseqüentemente, o modo formal de determinação de subjetividades e relações que estas reiteram ou se os fortalecem e reproduzem, assim

como desenvolver conceitos que agenciem práticas transformadoras e não somente reconfiguradoras. A horizontalidade, a descentralização, o caráter colaborativo e a “cultura do compartilhamento” das redes não produzem necessária nem inerentemente diferença e subjetivações políticas transformadoras. Da mesma forma, pensar em política de *libertação* e não apenas de *emancipação* implica em assumir que não há “uso estratégico” ou “apropriação” de tecnologias para fins políticos por *identidades* individuais e coletivas já constituídas, mas produção comum de princípios de definição das redes e dos sujeitos.

No regime de determinação moderno em sua versão capitalista neoliberal, uma comunicação em redes digitais que seja transformadora precisa promover a modificação dos critérios transcendentalizados de possibilidade dos sujeitos e das redes e não apenas, reiterando esses critérios e sustentando-se neles, promover diálogos e disputas de narrativas que visem reconfigurar subjetividades e relações. Como Žižek (2013), entendo que uma política transformadora eclode como acontecimento não previsto nos regimes de determinação e representação atuais, mudando os modos de subjetivação e instituindo retroativamente sua própria necessidade. Também como Žižek, portanto, defendo que

devemos abandonar o paradigma inteiro da “resistência a um *dispositif*”: a ideia de quem embora determine a rede de atividade do Si, o *dispositif* abre espaço ao mesmo tempo para a “resistência” do sujeito, para sua destruição (parcial e marginal) e seu deslocamento do *dispositif*. A tarefa da política emancipatória está em outro lugar: não em elaborar uma proliferação de estratégias de como “resistir” ao *dispositif* predominante a partir de posições subjetivas marginais, mas em pensar em modalidades de uma possível ruptura radical do próprio *dispositif* predominante (ŽIŽEK, 2013, p. 629).

No caso das redes digitais, o “dispositivo predominante” são as próprias redes como universal construído e suas lógicas transcendentalizadas (conectividade, interatividade, compartilhamento, hackeamento, velocidade): um metadispositivo que produz e reitera incessantemente modos de subjetivação que, embora múltiplos, são originados pelo mesmo princípio de identidade como predicação por propriedades; modos de relação centrados no *valor de troca* como princípio formal de equivalência e campos semânticos (conjuntos de possibilidades de significação) fundados nesses três princípios geradores.

Pensar uma comunicação digital de transformação para movimentos que lutam pela afirmação de sujeitos sociais historicamente inferiorizados, portanto, implica em elaborar formas de curto-circuitar as lógicas das redes convertidas em transcendentais, tensionando assim a (re)produção de subjetividades, relações e campos semânticos baseada nos critérios de determinação capitalistas neoliberais que geram essas lógicas e que elas, recursivamente, reiteram constantemente. Isso inclui repensar a ideia de *luta por reconhecimento* em redes digitais propondo alternativas onto-epistemológicas que não sacrifiquem a diversidade no altar de uma universalidade abstrata excludente, produtora de invisibilidade e produto da transcendentalização dos modos ocidentolocêntricos de subjetivação, mas que favoreçam a emergência de sujeitos políticos coletivos singulares capazes de redefinir as condições de possibilidades e dos regimes hegemônicos de enunciação e visibilidade.

Referências

BUTLER, Judith. Universalidades en competencia. In: BUTLER, Judith; LACLAU, Ernesto; ŽIŽEK, Slavoj (Orgs.). **Contingencia, hegemonía, universalidad**. Diálogos contemporáneos en la izquierda. 3 ed. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2004. p. 141-184.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2008.

CONDORELLI, Antonino. **Comunicação para uma política de transformação em redes digitais: Desidentificação, despossessão, desprogramação**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade

Federal do Rio Grande do Norte, 2017.

DELEUZE, Gilles. **Diferença e repetição**. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARDT, Michael. NEGRI, Antonio. **Comune**. Oltre il privato e il pubblico. Trad. Alessandro Pandolfi. Milão: RCS Libri, 2010.

MALINI, Fábio. ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua**: ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

LARA, Bruna de; RANGEL, Bruna; MOURA, Gabriela. **#MeuAmigoSecreto**: Feminismo além das redes. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro, 2016.

RANCIÈRE, Jacques. **O desentendimento** – política e filosofia. São Paulo: Editora 34, 1996.

SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos**. Corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. Rearticulando gênero e classe social. *In*: COSTA, Albertina de Oliveira; BRUSCHINI, Cristina. **Uma questão de gênero**. Rio de Janeiro: Rosa dos tempos, 1992. p. 183-215.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para além do Pensamento Abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. *In*: SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (Orgs.). **Epistemologias do Sul**. Coimbra: Almedina/CES, 2009. p. 23-71.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. **Metafísicas canibais**: elementos para uma antropologia pós-estrutural. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

ŽIŽEK, Slavoj. **Menos que nada**: Hegel e a sombra do materialismo dialético. São Paulo: Boitempo, 2013.

Antonino Condorelli é professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduado em Ciências da Comunicação pela Università degli Studi di Siena, Itália. Mestre em Educação e Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Tem estudos e publicações nas áreas de comunicação digital e ciberativismo, cibercultura, biopolítica, produção de subjetividades, diálogo entre saberes, relação natureza-cultura, relação humano e não-humano, semiótica e epistemologia da complexidade.

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

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.

ALIMENTAÇÃO E MÍDIA: Uma revisão teórica sob a luz da teoria da midiatização

FOOD AND MEDIA: A theoretical revision under the light of the mediatization theory

NICOLÁS LLANO LINARES

Universidade de São Paulo – São Paulo, São Paulo, Brasil. E-mail: nllano@usp.br. ORCID: 0000-0001-7040-0673.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

LINARES, Nicolás Llano. ALIMENTAÇÃO E MÍDIA: Uma revisão teórica sob a luz da teoria da midiatização. Contracampo, Niterói, v. 38, n. 3, p. 177-191, dez./mar. 2019.

Enviado em: 13/03/2019. Revisor A: 03/06/2019; Revisor B: 23/07/2019. Revisor A: 19/08/2019. Aceito em: 24/08/2019.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.28219>

Resumo

Este artigo visa articular um panorama sobre pesquisas recentes desenvolvidas no campo da comunicação e dos estudos midiáticos que tem as culturas alimentares como principal objeto de pesquisa. A partir de uma discussão inicial sobre o papel da alimentação como objeto de estudo nos campos supramencionados, apresentamos uma leitura crítica da literatura acadêmica que explora as transformações nas culturas alimentares promovidas pelo chamado processo de midiatização da cultura e sociedade, a partir de três blocos temáticos que dialogam entre si: mediação do conhecimento culinário; consumo alimentar midiatizado, e distinção social e capitais midiáticos.

Palavras-chave

Cultura Alimentar; Midiatização; Práticas midiáticas; Mídia alimentar.

Abstract

This article aims to articulate an overview of recent scholarship developed in the field of communication and media studies that have food cultures as the main object of research. Starting with an initial discussion about the role of food as an object of study in the fields above-mentioned, we present a critical reading of the scholarship that explores the current transformations in food cultures driven by the so-called mediatization of culture and society process from three thematic blocks that dialogue with each other: mediation of culinary knowledge; mediatized of food consumption, and social distinction and media capitals.

Keywords

Food Culture; Media; Mediatization; Media practices; Food media.

Introdução

Com uma naturalidade pasmosa que contrastava com a magnificência do cenário, o Papa Francisco denunciou em tom severo: “Uma família que raramente come junto, ou em cuja mesa não se fala, mas se olha para a televisão, ou para o smartphone, é uma família ‘pouco família’” (2015, p.1). Não era a primeira vez que o pontífice tinha feito uma referência negativa, ora de maneira cautelosa ora culposa, ao uso de tecnologias midiáticas durante os momentos caracterizados regularmente pela interação pessoal em termos espaciais, temporais, sociais, e claro, espirituais. Sua fala evidenciou a falta de consensos sobre os benefícios e consequências negativas decorrentes da integração dos protocolos sócio-técnicos característicos das mídias eletrônicas e digitais nas esferas cotidianas e na organização societária (HARTMANN, 2013; LUNDBY, 2014).

Ainda que a discussão acerca da expansão quantitativa (acesso) e qualitativa (uso) de ferramentas e dispositivos sócio-comunicativos tenha sido iniciada décadas atrás a partir da introdução de tecnologias midiáticas massivas (discussão enquadrada sob o conceito de *efeitos midiáticos*), é nas últimas duas décadas que esta vem sendo articulada de maneira mais sistemática e abrangente em termos teóricos em campos como a alimentação, como resultado do recorrente processo da chamada midiatização da sociedade (LIVINGSTONE, 2009). Sem assumir uma posição *a priori*, mas lendo com cautela os argumentos apocalípticos e eufóricos que defendem ou condenam as transformações geradas pela incidência destes processos de produção de sentido, a pergunta base que guia este panorama crítico de literatura acadêmica sobre o objeto é: o que tem mudado e quais são as dinâmicas dessa transformação?

Há duas décadas Eliseo Verón assinalou: “não há setor da vida cotidiana que não tenha sido profundamente afetado nos últimos 30 anos: a família, a relação com o corpo, a saúde, a vida sentimental, a alimentação, a utilização do tempo de lazer, etc.” (1997, p.9). Mais do que uma simples tendência de mercado, nos anos decorrentes à afirmação de Verón, o interesse pela cultura alimentar tem ultrapassado seu *boom* inicial e se inserido de maneira sistemática nos campos da cultura, política, turismo, entretenimento e mídia, em uma escala global, mas com diferenças nos graus de afetação local. Atualmente as interações entre mídia, sociedade e cultura alimentar transitam numa fronteira cada vez mais difusa entre o simbólico e o material, e entre valores associados a uma maior consciência ambiental/nutricional e os objetivos comerciais das empresas de produção e distribuição alimentar.

Segundo Belasco (2008), dado que a prática alimentar ocorre estritamente dentro da organização social cotidiana e que está definida pelo imperativo biológico, não é surpreendente esperar que seja difícil ver a comida como objeto de uma análise social séria e metódica. Mesmo que exista um avanço progressivo nas últimas décadas no desenvolvimento de pesquisas sobre a relação entre a alimentação e mídia, a compreensão da alimentação como matéria abordada no âmbito do campo da comunicação e os estudos midiáticos tem sido definida pela fragmentação. Assim como as complexas gramáticas dos processos de comunicação midiática resistem a uma abordagem unívoca e regimental, o objeto alimentar é essencialmente meta-cultural (URBAN, 2010). Nele, encontram-se uma sobreposição de dimensões, objetos e sujeitos que articulam políticas e tecnologias corporais, epistemologias, territórios, dispositivos culturais, materiais e midiáticos. No entanto, sua importância como objeto de pesquisa para o campo da comunicação é cada vez maior e mais pertinente:

O estudo das formas de comunicação midiática e os modelos alimentares associados a uma época e/ou grupo social específico, pode ser essencial para entender alguns dos mecanismos mais profundos da organização cultural e social da nossa época, ou da nossa sociedade (NICOLSI, 2007, p.26-27).

Entre as abordagens teóricas utilizadas de forma recorrente para explorar as mudanças nas dinâmicas da relação entre as culturas alimentares e a mídia, a teoria da midiatização tem-se posicionado

como uma agenda de pesquisa institucional importante dentro das disciplinas associadas com as ciências da comunicação e os estudos midiáticos (BELL e HOLLOWES, 2005; HJARVARD, 2008; LIVINGSTONE, 2009; THOMPSON, 1995).

Em termos gerais, a midiatização é um conceito utilizado para analisar criticamente a relação entre as mudanças no ambiente midiático e as práticas comunicacionais por um lado, e as mudanças sociais e culturais de uma determinada sociedade do outro (COULDRY e HEPP, 2013). Concretamente, a teoria estabelece uma reorganização das relações e dinâmicas entre a mídia, indivíduos, instituições e práticas sociais no âmbito de processos históricos, fragmentados e não lineares.

Embora a teoria da midiatização ainda esteja em processo de consolidação institucional, e suas diferentes correntes assumam abordagens metodológicas diferenciais (CORNER, 2018), definimos como premissas centrais da teoria da midiatização: (1) a mídia e a comunicação midiática têm se inserido em todos os campos e dimensões sociais e culturais, até o ponto de atingir um grau de saturação sem precedentes; (2) a mídia, entendida como instituição moderna, tem ultrapassado sua função mediadora entre campos estruturados na organização societária, e tem integrado suas lógicas e dinâmicas dentro destes; (3) a mídia e a comunicação midiática estão modificando intensamente, seja por meio de uma substituição gradual ou uma função complementar, os modos de interação pessoal e institucional; (4) a mídia, entendida como um conjunto de recursos técnicos, culturais, sociais e simbólicos de produção de sentido, tem sido um elemento estrutural na articulação da modernidade e suas alterações subsequentes (LINARES, 2017).

Realizamos uma pesquisa bibliográfica de trabalhos acadêmicos — artigos, teses, anais de congresso e livros — entre julho de 2014 e janeiro de 2017. A pesquisa foi estruturada a partir do sistema de alertas temáticas do *Google Scholar*, usando as palavras-chaves: midiatização e alimentação, tanto nas mesmas palavras-chave dos artigos quanto nos resumos expandidos.¹ Após coletar o material (124 arquivos em total), foi realizada uma leitura dos resumos e bibliografia de cada um dos trabalhos, com o objetivo de conferir a concordância entre o objeto alimentar e o uso da teoria da midiatização.

Mesmo que heterogêneos em suas abordagens teóricas e metodológicas, os artigos resultantes do filtro de concordância apresentam uma relação explicitada com uma ou várias das premissas centrais da teoria da midiatização supramencionadas, assumindo o processo de midiatização de forma central ou complementar. Dessa forma, criamos três categorias temáticas que reúnem os diferentes trabalhos com às premissas da teoria, a partir da exploração de dimensões similares do objeto alimentar, a saber: (1) mediações do conhecimento culinário — substituição gradual ou complementar dos modos de interação pessoal e institucional ligados com o conhecimento culinário; (2) consumo alimentar midiatizado — o papel dos recursos técnicos, culturais, sociais e simbólicos de produção da mídia nos processos de consumo alimentar moderno; e distinção social e capitais midiáticos — a mídia integrando suas dinâmicas à estrutura simbólica, social e econômica dos campos alimentares.

Entre as pesquisadas encontradas que não se valem significativamente da teoria da midiatização como parte de seu arcabouço teórico ou aparelho metodológico, mas que exploram a relação mídia e alimentação desde outras abordagens teóricas, encontramos: alimentação e processos de construção da identidade cultural na modernidade tardia (STANO, 2016; ASHLEY et al., 2014), padrões de consumo associados com estilos de vida e distinções gustativas definidas pelas disposições de classe, gênero e trajetória cultural (TRINDADE, 2012), mudanças nas diferentes dimensões do sistema alimentar associadas ao desenvolvimento das mídias digitais (CALEFATO et al., 2016), o protagonismo da alimentação nas indústrias e sistemas midiáticos globais (HJALAGER e RICHARDS, 2003), as interseções éticas e estéticas

¹ As alertas foram criadas em língua inglesa, com o objetivo de coletar material de diferentes contextos geográficos, já que a maioria de publicações acadêmicas exigem o resumo ou abstract em inglês. A alerta foi definida usando as palavras-chaves *Mediatization AND Food*. Definimos o envio de dez artigos semanais, usando o número de citações como critério de seleção da base de dados do *Google Scholar*.

dos discursos e práticas alimentares (HALKIER, 2016; NACCARATO; LEBESCO, 2012) e a construção de uma historiografia de textos midiáticos alimentares (APPADURAI, 2007).

Mediações do conhecimento culinário

Localizado nas interseções dos rituais e as práticas de produção, preparação e consumo alimentar, este recorte temático discute a maneira em que a mídia tem reconfigurado os processos de aprendizagem e transmissão de conhecimento culinário, explorando como as possibilidades técnicas de produção, circulação e difusão deste conhecimento é transmitido através das infraestruturas midiáticas, assim como a forma em que os processos de mediação comunicativa têm alterado as formas de construir repertórios alimentares (técnicos e práticos), alterando a construção simbólica dos repertórios alimentares.

A aprendizagem das técnicas, perfis gustativos, tempos e métodos de cocção, formas de organização dentro das cozinhas domésticas e profissionais têm sido transmitida, tradicionalmente, a partir de uma interação face-a-face. Embora este tipo de transmissão não tenha sido substituída por outras formas de interação simbólica mediada, outras fontes e formas de interações simbólicas têm-se integrado progressivamente ao panorama da cozinha doméstica e, em menor grau, ao campo profissional. Segundo Lisa Heldke (1992a), a produção de comida é uma *prática pensante (thoughtful practice)* que integra de forma dinâmica a teoria e a prática. Afastando-se da hierarquia dualística que determina que a teoria executa um papel mais importante do que a prática, a autora formula seu argumento a partir de uma abordagem relacional: a prática é formulada a partir da teoria, a qual, por sua vez, é alterada a partir da própria prática; isto é, a produção de comida deve ser entendida como “mentalmente manual” e “teoreticamente prática” (Ibidem, p.204).

O argumento de Lisa Heldke (1992a) inicia com uma subversão especulativa da filosofia ocidental: se Platão tivesse considerado estudar a comida como objeto de reflexão de forma sistemática teria que ter invertido seu sistema filosófico, colocando as atividades qualificadas como os ofícios manuais no topo da hierarquia e relegando aquelas associadas com a arte no final da classificação. No entanto, conforme Heldke, nas atividades práticas, como a produção de comida, não existe uma diferenciação exata entre objeto e sujeito; ao contrário, os dois elementos se encontram, misturam e sobrepõem. A prática de produção de comida envolve um contato direto, temporal e físico com o mundo. Uma constante mudança sendo reproduzida.

Heldke baseia seu argumento em John Dewey, que explorou a diferença entre teoria e prática como uma diferença de graus e não de tipo. Teorizar é de fato um tipo de prática, uma ação não automática, mas propositalmente consciente. Portanto, a produção de comida deve ser entendida como uma prática pensante/pensada que requer um conhecimento e treinamento específico, o qual é posto em prática em um processo transformativo e cumulativo. Esta abordagem promove um entendimento diferenciado das dicotomias tradicionais relacionadas com a prática alimentar: saber e fazer, trabalho mental e trabalho manual. Diferenciações que têm sido estruturadas e enraizadas nos papéis de gênero e seus repertórios sociais (HELDKE, 1992b). O posicionamento prático-teórico de Heldke, explora a mudança do produto natural ao produto culinário, expressada como o processo transformador da natureza à cultura por Claude Lévi-Strauss (2008) em seu famoso triângulo culinário. Tanto o modo de preparo quanto o procedimento de uma receita estabelecida são rituais que conferem e transferem significados. Para Lévi-Strauss, a diferença de significado no tipo de preparação do alimento está baseada na oposição entre *natural/cultural* e *elaborado/não-elaborado*, permitindo criar diferentes associações entre categorias como gênero e classe social.

Deixando atrás a especulação argumentativa, as práticas alimentares se sobrepõem a outras práticas no momento de sua reprodução. Mesmo no ato de transformação do alimento, uma prática pode estar sendo executada enquanto outra está sendo processada, definida ou projetada (SUTTON, 2014).

Reconhecer as interconexões entre os alimentos e mundo social representa identificar um modo de interação que a autora chama de *conhecimento corporal*, um *foci* onde se corporifica a natureza dessas práticas pensantes: “O conhecimento envolvido em fazer um bolo está ‘contido’ não simplesmente na ‘minha cabeça’, mas em minhas mãos, pulsos, olhos e nariz também” (HELDKE, 1992, p.219). Este tipo de interação é mutuamente constitutiva e inter-relacionada. Se a aprendizagem culinária na esfera doméstica tem sido caracterizada pela transferência de cunho oral, guiada pela participação e observação direta especialmente nos limites dos laços familiares e sociais, a educação profissional e institucional vinculada à formação de atores inseridos no subcampo gastronômico é estruturada a partir de modelos comunicativos altamente sistematizados (TRUBEK, 2000).

O trabalho de Martin Caraher e Tim Lang (2001), em território britânico, tensiona uma das principais assunções em relação às mudanças nos processos de transferência de conhecimento: os efeitos e as influências dos programas de culinária televisivos sobre os repertórios culinários. Segundo os resultados, a influência dos programas de cozinha sobre o *comportamento* na hora cozinhar foi catalogada como baixa. Os consumidores desse tipo de programas consomem, principalmente, seus conteúdos como uma forma de entretenimento e não como informação de cunho prático ou pedagógico. Conforme os pesquisadores, os efeitos que os programas de televisão produzem podem ser caracterizados como influências indiretas nos repertórios estéticos, ou seja, os consumidores usam estes programas como uma fonte de conhecimento sobre o tecido cultural e social, entendendo a gastronomia e a culinária como um elemento de crescente importância na construção de distinções simbólicas, repertórios culturais e identidades individuais e coletivas (LANG e CARAHER, 2001).

Por outro lado, Isabel de Solier (2014) tem denominado de *mídia material* o espaço simbólico (discursos e infraestrutura) onde as pessoas adquirem algum tipo de educação culinária associada com habilidades e competências profissionais. Segundo a autora, os textos midiáticos alimentares podem também ser consumidos, dependendo das condições de recepção, como textos educacionais práticos e em alguns casos, como fontes secundárias de conhecimento culinário (cozinhas particulares, receitas, pratos e ingredientes). Isto não significa que a educação culinária formal, processos de transmissão de conhecimento culinário face-a-face, cursos técnicos, profissionais e a habilidade forjada na repetição nos contextos das cozinhas profissionais e domésticas parem de representar as fontes principais de aquisição de conhecimento culinário, mas possibilitam um entendimento do processo de complementariedade entre as práticas de caráter interpessoal e práticas midiáticas ou *semi-interativas* (SUTTON, 2014; THOMPSON, 2005).

O estudo comparativo de Alan Warde (1997) sobre as colunas de comida nas revistas femininas em Inglaterra entre 1968 e 1992, demonstra que a mídia passou de representar a alimentação como prática ligada a uma esfera do cuidado familiar a uma prática performativa onde se destacam as competências e a especificidade dos conhecimentos culinários. Esta estilização profissional da alimentação formulou um marco comparativo entre as práticas cotidianas e os modelos ou regimes midiáticos de produção alimentar.

Segundo Lyon et al. (2011), a queda no índice de conhecimentos culinários representa um paradoxo: mesmo que exista uma redução das práticas culinárias domésticas devido à facilidade e disponibilidade de alimentos industrializados e um maior número de opções alimentares fora de casa, diferentes processos de aquisição de habilidades culinárias estão em aumento de forma paralela por causa de: (1) o aumento da variedade de alimentos disponíveis, os quais precisam de formas de cozinhar diferenciadas; (2) uma maior exposição a diferentes técnicas e procedimentos; (3) e o contínuo desenvolvimento e aperfeiçoamento de ferramentas e técnicas culinárias.

Consumo alimentar midiaticizado

Nas pesquisas inseridas nesta categoria, a alimentação é abordada a partir de sua representação nos discursos midiáticos. O foco são os processos de mediação, negociação e adaptação das representações midiáticas dos alimentos nos processos de construção identitária. A alimentação é uma linguagem compartilhada que estabelece códigos e símbolos locais e globais nas diferentes culturas e dimensões da produção de sentido (BARTHES, 2007; APPADURAI, 2007). Adicionalmente, a comida funciona como um marcador social e cultural precisamente porque a usamos como uma função comunicativa, isto é, produtora de sentido (CRAMER et al., 2011). Usamos a comida para afirmar nossa filiação e diferenciação de um dado ambiente social e reafirmar nossa identidade coletiva e individual.

Analisada sob a luz da atual sociedade, a famosa frase de Brillat-Savarin, “Diz-me o que comes, dir-te-ei quem és”, se ergue como um presságio das reflexões feitas por Stuart Hall mais de 170 anos depois: “O sujeito (...) está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades” (2006, p.12). Se antigamente a comida representava o lugar onde o sujeito-comedor-produtor se encontrava, hoje em dia representa o lugar para onde queremos ir e quem queremos ser.

Vista desde essa abordagem, a alimentação é considerada um elemento da cultura material (BRAUDEL, 1984) que permite estabelecer traços identitários entre os membros de uma cultura ou comunidade (BELL e VALENTINE, 1997). Assim, a alimentação apresenta-se não só como um ato social que nos permite entender e conhecer de forma tangível as diferentes culturas (APPADURAI, 1997), mas também como um ato comunicativo representado nas práticas e rituais cotidianos que estabelece “um corpo de imagens” que é mediaticizado pela publicidade, pelos discursos midiáticos e pela indústria turística, reconfigurando assim o imaginário coletivo sobre uma cultura (BARTHES, 1997 [1961], p.29).

Segundo Boutaud e Madelon (2010), a saturação culinária e gastronômica nos produtos midiáticos teriam produzido uma visão distorcida não só do processo de produção e consumo alimentar, mas do mercado e trabalho culinário na esfera profissional; um encantamento simbólico que apresenta o chef como *rock star*. No plano figurativo, as diferentes lógicas discursivas da mídia revelam estratégias sincréticas entre prática, técnica, estética, gosto e seus diferentes valores corporificados (ibidem). Os autores exploraram a forma em que os signos corporificados e naturalizados procedentes de estilos de vida particulares são misturados com uma retórica associada ao pragmatismo de *ser, estar e fazer* na cozinha, promovendo um *ethos* que combina uma expressão culinária ética e estética ao redor de uma forma idealizada de vida.

Uma parte significativa das pesquisas associadas com este recorte foca no estudo das dinâmicas de expressão e performatização dos registros figurativos e representativos dos discursos alimentares na mídia a partir de metodologias ligadas com a semiótica discursiva. Nesse sentido, essa abordagem pode ser definida como uma atualização dos estudos entre comida, consumo e cultura moderna, iniciados por Roland Barthes (1997[1961]). Análises que buscam evidenciar os modos semânticos, retóricos e semióticos por meio dos quais os sistemas de signos corporificados nas culturas alimentares nacionais (ideias, imagens, regras e comportamentos) reagem às mudanças dos modelos e padrões relacionados com os estilos de vida e modos de consumo contemporâneos (HÉBEL, 2010).

Um dos trabalhos recentes sobre culturas alimentares cujo viés teórico se vale da teoria da mediaticização como arcabouço para discutir estas questões é *Consumption Challenged: Food in Medialised Everyday Lives* (2016). Nele, a pesquisadora Nelem AvBente Halkier questiona o agenciamento do consumidor, cujo papel dentro do esquema geral da alimentação moderna está sendo colocado em questão ao individualizar e privatizar sua responsabilidade e contribuição com o meio ambiente e os padrões de saúde modernos. A partir de casos específicos apoiados em pesquisas empíricas, a autora examina as ambivalências, contestações e complexidades do papel do consumidor sobre diferentes temas relacionados com saúde pública (epidemia de obesidade), meio ambiente, riscos nutricionais e práticas

sustentáveis no mercado alimentar dinamarquês.

Halkier se vale do conceito de medialização (*medialisation*) de John B. Thompson (1996), cujo trabalho seminal sobre o papel da mídia na configuração dos processos formadores da modernidade tem sido referenciado como um dos precursores dos estudos atuais sobre mediação (COULDRY e HEPP, 2013). A autora problematiza a forma como estes discursos associados com a alimentação buscam chamar a atenção dos consumidores e promover mudanças nos hábitos de compra, produção e consumo de alimentos com o objetivo de que estes ajam como cidadãos moralmente conscientes (cidadania sendo performatizada a partir do rol do consumidor), cujo agenciamento tem um papel determinante sobre os problemas societários. Em outras palavras, discursos que buscam reformular práticas de consumo a partir de um viés de responsabilidade individual.

Em diálogo com a pesquisa de Halkier, a diferenciação feita por Stig Hjarvard sobre a mediação direta e indireta – diferenças dos graus de transformação promovidos pela mídia sobre as instituições e suas práticas, – manifesta-se rentável no entendimento das consequências potenciais da mídia na produção, circulação e afetação nas práticas alimentares. Segundo o autor, mediação direta envolve a mudança de atividades não-mediadas em mediadas, por exemplo: compras de alimentos em plataformas digitais, uso de receitas publicadas em diferentes formas midiáticas, comentários e compartilhamentos destes através de plataformas de mídias sociais ou formatos midiáticos como vídeos e fotografias (HJARVARD, 2008, p.114-115). A mediação indireta aconteceria quando as atividades são diferencialmente influenciadas pelo conteúdo, formatos e gêneros midiáticos, por exemplo: visitar restaurantes de uma celebridade gastronômica, colecionar merchandising promocional a partir do consumo nos restaurantes de comida rápida, negociar as informações inseridas nas campanhas de alimentação saudável nas esferas domésticas.

Em termos gerais, os estudos culturais sobre alimentação têm sido a base principal para indagar o lugar do consumo alimentar contemporâneo e suas representações midiáticas: as representações e posicionamentos econômicos reproduzidos pelos discursos midiáticos, as hegemonias implícitas sendo promovidas ou contestadas, as formas em que se outorga legitimidade a algum dos polos enunciativos (ASHLEY et al., 2014). A coletânea de artigos editada por Jonatan Leer e Karen Povlsen Klitgaard, *Food and Media: Practices, Distinctions and Heterotopias* (2016) apresenta uma sincronia teórica com essa abordagem. Os editores demarcam a relação entre comida e a mídia como interativa, o qual significa que devido à crescente visibilidade midiática em todas as esferas e fases das práticas alimentares contemporâneas – desde o consumo de notícias de *chefs*-celebridades até a criação de blogs e arquivos digitais de receitas –, a mídia adquire um papel normativo sobre como *fazemos comida* hoje em dia (LEER e POVSLLEN, 2016).

Segundo Leer e Povlsen (2016, p. 2-21), os conceitos *foucaultianos* de heterotopia – sistemas simbólicos e discursivos a partir dos quais as pessoas enquadram suas experiências – e heterotopologia – os lugares de descrição das heterotopias ligadas com estilos de vida, gosto e comida – funcionam como elementos transversais que ajudam a entender as dinâmicas societárias a partir das dimensões espaciais e temporais. Assumir esses conceitos implica entender a mídia como articuladora de uma relação circular entre a dimensão material e imaterial dos discursos e práticas alimentares, e entender o potencial de uso midiático como uma possível heterotopia, isto é, conjuntamente real e virtual dada à possibilidade de descontextualização espacial inerente às capacidades de transmissão das mídias. Conforme os editores-autores, os discursos dominantes na cacofonia alimentar são mantidos ou negociados constantemente a partir de novos códigos, ou espaços de significação que conformam os núcleos básicos (ideias e concepções) de conceitos como maternidade, saúde, cozinha, gênero. Isto significa que: “(...) não devemos ficar cegos aos sistemas políticos e comerciais nos quais a comida mediada, suas receitas e promessas estão sempre inseridas” (LEER e POVSLLEN, 2016, p. 13).

O uso do conceito de heterotopia neste tipo de pesquisa funciona como uma ancoragem das posições tanto hegemônicas quanto contra-hegemônicas dos espaços de produção de sentido

determinadas pelas culturas alimentares e midiáticas. Tanto a comida quanto a mídia e suas múltiplas combinações devem ser vistas como um campo (espaço simbólico) de negociação entre discursos identitários que buscam ser legitimados a partir de/ou através da comida: “(...) as mídias alimentares são conceitualizadas não só como uma força hegemônica, mas também como diversas plataformas para a emergência de contraposições, portanto, possíveis lugares de construção do outro” (LEER e POVLSEN, 2016, p. 11). O consumo de conteúdos midiáticos-alimentares induz ao consumidor a criar estratégias de negociação que são performatizadas com o objetivo de agir dentro dessas heterotopias e lidar com a variedade de fricções que o universo alimentar contemporâneo oferece (HALKIER, 2016).

Esta abordagem identitária também pode ser evidenciada na pesquisa de Mikkel Eskjær (2013), focada nos paradoxos dos discursos midiáticos-alimentares. Usando como estudo de caso a empresa dinamarquesa *Aarstiderne*, especializada na venda de alimentos orgânicos, o autor demonstra como a tendência de consumo ecológico e sustentável nas plataformas *on-line* transformam a imagem ambiental a partir da passagem dos valores anti-estabelecimento para algo contemporâneo. Segundo Eskjær, a mídiatização do consumo alimentar sustentável revela um paradoxo: por um lado a experiência de *Aarstiderne* ilustra como a mídiatização é um veículo para a massificação (*mainstreaming*) do consumo ético, tornando-o mais racional e comercializável com a ajuda do marketing e a logística *on-line*. Por outro, a mídiatização de consumo ético também promete ao consumidor uma dissociação das formas tradicionais de consumo mercantilizado.

No contexto acadêmico brasileiro, o trabalho de Eneus Trindade apresenta uma perspectiva diferencial sobre os processos de mediações e mídiatização do consumo. A base de sua pesquisa radica na integração complementar entre os processos de mediação comunicativa, os quais “permitem compreender o sujeito na dinâmica dos processos comunicacionais com suas apropriações frente às realidades que atuam”, e a mídiatização, entendida como os processos que “modelizam padrões culturais, práticas de sociabilidade, institucionalizam lógicas políticas, crenças e padrões” (TRINDADE, 2014, p.8). O posicionamento do sujeito-consumidor dentro da análise da afetação do ambiente midiático sobre os contextos de atuação (mediações comunicativas), permite abordar a mídiatização a partir das consequências e apropriações nos hábitos, valores e práticas de consumo do sujeito (TRINDADE e PEREZ, 2014).

Valendo-se de pesquisas empíricas realizadas sob a estrutura dos estudos da recepção e análise crítica do discurso, Trindade acrescenta uma contribuição singular para o avanço e expansão dos estudos sobre a mídiatização do consumo alimentar. A importância não só dos dispositivos comunicacionais, mas também da ritualização, hábitos e vínculos de sentidos estabelecidos entre as marcas, discursos publicitários e os consumidores, permitem estabelecer manifestações mais específicas acerca do papel paralelo do meta-processo da mídiatização, agindo de forma simultânea com outros movimentos macro-sociais nas práticas cotidianas (TRINDADE, 2012; 2014).

Distinção social e capitais midiáticos

A revisão de pesquisas que buscam estudar os funcionamentos dos diferentes campos da produção cultural desde uma abordagem vinculada às metodologias da sociologia dos meios permite indagar as relações do nosso objeto através de uma abordagem societária expandida. As ferramentas teórico-metodológicas integradas na praxiologia de Pierre Bourdieu têm sido regularmente utilizadas para pesquisar culturas alimentares, focando nas relações entre as estruturas de classes, a construção de regimes gustativos e as estratégias de distinção social sendo performatizadas por meio do consumo de bens culturais, incluindo a comida (BRIDLE-FITZPATRICK, 2016; BACON, 2014). O gosto e seu papel nas hierarquias da distinção social e cultural tem sido um assunto determinante na sociologia desde a publicação de *A Distinção: crítica social do julgamento* de Pierre Bourdieu (1960). O trabalho, baseado numa pesquisa

realizada em França, determinou o papel que o gosto desempenha na formação das estruturas individuais e coletivas de classe. Segundo a formulação de Bourdieu (1960), o gosto é a capacidade e predisposição de apropriação de recursos (objetos e práticas) nas dimensões materiais, corporais e simbólicas de uma classe particular. Isto significa que ao contrário de serem expressões individuais ou padrões personalizados, os regimes gustativos estão associados a elementos de expressão de pertença e distinção através das práticas de aquisição de diferentes capitais (BOURDIEU, 1989).

Embora a produção e consumo de comida continuem sendo um marcador de distinção de classe (GOODY, 1982; MENNELL, 1996; DE SOLIER, 2005), as críticas à relevância atual do argumento apresentado por Bourdieu têm sido articuladas a partir de quatro abordagens: (1) a pouca relevância do modelo de formação ligado às classes sociais numa época em que os limites e fronteiras entre hierarquias, escala de valores e critérios de julgamento e preferências estéticas marcadas são mais complexos (FEATHERSTONE et al., 1991); (2) a ampliação da democratização do *bom gosto* promovida pela ampliação dos canais comunicacionais e maior acesso em termos de oferta e demanda alimentar; (3) a reestruturação inclusiva (exclusão e inclusão sendo polos dialéticos) do ecletismo do onívoro (DE SOLIER, 2014); (4) e a convergência de estruturas gustativas definidas pela crescente oferta disponível em termos de bens de consumo (WARDE et al., 1999). Contudo, ler *A Distinção* sem considerar o contexto de sua publicação, marcado pela oposição aos valores burgueses, da expansão crescente em termos populacionais, da distinção social através do consumo como regra, da identificação da educação e a cultura, posicionadas como forças de libertação individual e coletivas, é flexionar a teoria e interpretar seus esforços analíticos de maneira superficial.

Alan Warde (2005), sociólogo especializado em alimentação, tem criticado o posicionamento dual do gosto na atual sociologia da alimentação: a distinção e reprodução social defendida por Bourdieu e, por outro lado, a liberdade de escolha e mobilidade de categorias caracterizada tanto pela fluidez de Bauman (2007) quanto pela instauração das sociedades pós-tradicionais de Giddens (1990). Para Warde, a solução deve ser procurada na reconciliação das preferências alimentares e gustativas com os modos de consumo. O onivoríssimo aparece como um desses conceitos formulados para reconciliar estas posições opostas. O conceito lida com o fato de que atualmente vivenciamos um momento de fluidez nos limites entre a alta e a cultura popular, cujos repertórios culturais e práticas de consumo seguem este padrão. Peter Naccarato e Kathleen LeBesco (2012), investigaram o discurso de mais de 30 foodies e suas produções textuais em diferentes plataformas midiáticas relacionadas com o subcampo gastronômico e práticas culinárias, e o modo em que a natureza desse bom gosto passou de ser uma caracterização marcada da exclusividade para se tornar um marcador de inclusão determinado pelo conhecimento e consumo de cozinhas étnicas.

No caso do subcampo gastronômico, o onivoríssimo não exige um gosto indiscriminado, ao contrário, formula-se como uma reformulação dos critérios exclusivos de julgamento. O valor estruturado ao redor dos conceitos de *autenticidade* e *exotismo* das culturas culinárias sugere uma mudança nas regras e valores instaurados na própria *doxa* do subcampo; um giro globalizador instigado tanto pela abertura dos mercados e da consequente possibilidade de deslocamento, quanto pela formulação de novos regimes estético-alimentares vinculados aos diferentes discursos de estilos de vida modernos. No entanto, seu potencial democrático também esconde novos padrões de distinção: nem tudo vale em termos de consumo como marcador social, nem todas as comidas são escolhas legítimas e legitimadas (em relação aos capitais simbólicos). Ao contrário, os limites entre uma cultura legítima e ilegítima estão sendo redesenhados por meio de uma negociação entre a “qualidade democrática e o populismo cultural” (JOHNSTON; BAUMANN, 2007, p.179).

O uso de praxiologia articulada por Bourdieu tem sido motivo de adaptações para indagar sobre a possível introdução de capitais midiáticos nos diferentes campos culturais (COULDRY, 2004, 2009; DRIESENS, 2013) e problematizar algumas das premissas que vem sendo afirmadas nas propostas teóricas sobre a midiatização, demonstrando que o processo de midiatização pode ser operacionalizado

além do entendimento das lógicas midiáticas como fórmula e modelo de reprodução. A pesquisa de Nicolás Llano Linares (2017) apresenta uma exploração das particularidades midiáticas do processo de midiatização no subcampo gastronômico ancorando as premissas macro-teóricas a uma abordagem metodológica relacionada com a teoria sociológica que posiciona o sujeito como alvo das mudanças. Em termos gerais, a abordagem adotada pelo autor busca deslocar os efeitos midiáticos exclusivamente do objeto comunicacional, articulando as consequências da saturação midiática no mundo social com uma exploração das condições históricas, estruturas objetivas do subcampo gastronômico e as respostas subjetivas dos agentes participantes, usando o capital midiático ou de visibilidade como eixo central da transformação (Ibidem).

Os resultados da pesquisa apontam para um entendimento gradual do processo de midiatização na cultura alimentar, especialmente do subcampo gastronômico, e a forma em que vem alterando as dinâmicas, processos e práticas formuladas no subcampo gastronômico, transformando sua estrutura interna e *doxa* de diferentes modos: (1) mudança nas noções de autoridade cultural e suas ferramentas de legitimação; (2) alterações nas taxas de conversão a partir da inclusão de capitais midiáticos nos tipos de capitais disponíveis no subcampo; (3) a intensificação das lutas e tensionamentos entre os polos configuradores do subcampo; (4) a exigência incremental da performatização de práticas midiáticas associadas com a potencialização e manutenção da visibilidade midiática; (5) e a influência de uma nova trajetória associada ao *habitus* secundário formulado sob a lógica da visibilidade constante. No caso do subcampo gastronômico o resultado da crescente importância da visibilidade midiática pode ser visto na forma em que a legitimidade do capital midiático aprofunda o tensionamento das fontes definidas pelo polo autônomo do campo, já que a valorização do capital midiático como fonte de capital cultural e simbólico ainda está sendo contestada (Ibidem). Consequência que Bourdieu, no seu trabalho sobre o campo jornalístico, já tinha considerado, mas não sob a luz do grau de visibilidade mediática atual: fazer concessões ao mercado com o objetivo de ganhar “legitimidade baseada em *ratings* e ‘visibilidade’” (BOURDIEU, 1998, p.73), traz consigo um risco de perda de posicionamento no campo social.

Considerações finais

Superada a percepção de futilidade da alimentação como objeto de estudo, as pesquisas inseridas no campo da comunicação nas últimas décadas vêm indagando de forma recorrente diferentes dimensões sociais e culturais do objeto. Embora exista uma continuação dos estudos que exploram o papel da mídia na construção de universos simbólicos e discursivos, a indagação acadêmica do objeto tem se ampliado para abordagens que buscam verificar as transformações e alterações das práticas alimentares a partir do uso de arcabouços metodológicos de cunho sociológico e antropológico ancorados nas teorias da comunicação, especialmente nos estudos de recepção e midiatização (FANTASIA, 2010).

Os resultados das pesquisas revisadas neste artigo revelam que o grau de afetação direta do processo de midiatização no campo da alimentação é menor em comparação com outros campos de produção cultural. No campo da música popular, por exemplo, elementos constitutivos ao objeto estão sendo modificados pelas transformações dos sistemas midiáticos de maneira aprofundada. O *streaming* e os serviços digitais de reprodução musical, só para colocar dois exemplos, têm modificado tanto as lógicas do polo heteronômico (o dinheiro está nos shows e não no objeto musical físico) quanto a natureza da produção, circulação e consumo musical. Em comparação, a cultura alimentar, se revela como um processo de midiatização indireto ou flexível. Contudo, as diferentes abordagens teóricas e metodológicas implementadas nos estudos articulados nesta revisão crítica apontam para uma conceição geral do processo de midiatização como um fenômeno com diferentes graus de afetação nos diferentes contextos, com dinâmicas particulares definidas por outros processos meta-sociais que se desenvolvem de maneira fragmentada e não-linear (KROTZ, 2013).

As diferentes caracterizações do papel da mídia nas transformações nas culturas alimentares discutidas neste artigo podem ser definidas a partir das metáforas criadas por Joshua Meyrowitz (1999) sobre as funções e as possíveis consequências do papel incremental da mídia na sociedade e na cultura: condutos ou veículos, linguagens e ambientes. Como veículos ou condutos, a mídia amplifica o volume de visibilidade midiática, a velocidade e alcance das interações e formas de transmissão de conhecimento culinário. Como linguagens, a mídia constrói discursos normativos que moldam os aspectos estéticos e éticos associados com ideais culinários, gastronômicos e culturais. Finalmente, como ambiente, a mídia co-estrutura as relações de poder ao corporificar práticas midiáticas, cada vez mais constitutivas dessas mesmas relações de poder, representadas nas lutas por capitais e posições de legitimidade no campo.

Referências

- APPADURAI, Arjun. How to make a national cuisine: cookbooks in contemporary India. *In*: COUNIHAN, Carole; VAN ESTEIK, Penny (Orgs.). **Food and Culture: a reader**. London: Routledge, 2007. p. 299-307.
- ASHLEY, Bob; HOLLOWES, Joanne; JONES, Steve; TAYLOR, Ben. **Food and Cultural Studies**. London: Routledge, 2004.
- BACON, Tracy. Wine, Wasabi and Weight Loss: Examining Taste in Food Writing. **Food, Culture & Society**, v. 17, n. 2, p. 225-243, apr. 2014.
- BARTHES, Roland. Toward a Psychosociology of contemporary food consumption. *In*: COUNIHAN, Carole; VAN ESTEIK, Penny (Orgs.). **Food and Culture: a reader**. London: Routledge, 2007. p. 28-35.
- BELASCO, Warren. **Food: The Key Concepts**. Oxford: Berg, 2008.
- BELL, David; HOLLOWES, Joanne (Orgs.). **Ordinary lifestyles: popular media, consumption and taste**. London: McGraw-Hill Education, 2005.
- BELL, David; VALENTINE, Gill. **Consuming Geographies: we are where we eat**. London: Routledge, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. Social space and symbolic power. **Sociological Theory**, v. 7, n. 1, p. 14-25, spring, 1989.
- BOURDIEU, Pierre. (Org.). **A miséria do mundo**. São Paulo: Vozes, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção. Crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.
- BOUTAUD, Jean-Jacques; MADELON, Véronique. La médiatisation du culinaire. **Communication & Languages**, v. 2, n. 164, p. 33-40, 2010.
- BRAUDEL, Fernand. **Civilización material, economía y capitalismo, siglos XV-XVIII**. Madrid: Alianza Editorial, 1984.
- BRIDLE-FITZPATRICK, Susan. Tortillas, pizza, and broccoli: social class and dietary aspirations in a Mexican city. **Food, Culture & Society**, v. 19, n. 1, p. 93-128, 2016.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- CALEFATO, Patrizia; LA FORTUNA, Loredana; SCELZI, Raffaella. Food-ography: Food and new media. **Semiotica**, n. 211, p. 371-388, 2016.
- CORNER, John. 'Mediatization': Media Theory's Word of the Decade. **Media Theory**, v. 2, n. 2, p. 79-90, 2018.
- COULDRY, Nick. Theorising media as practice. **Social Semiotics**, v. 14, n. 2, p. 115-132, 2004.
- COULDRY, Nick. Mediatization and the future of field theory. *In*: LUNDBY, Knut (Ed.). **Mediatization:**

concept, changes, consequences. New York: Peter Lang, 2009. p. 380-410.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. **Communication Theory**, v. 2, n. 3, p. 191-202, 2013.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **The mediated construction of reality**. New Jersey: Wiley-Blackwell, 2016.

CRAMER, M. Janet; GREENE, Carlita; WALTERS, Lynn (Orgs.). **Food as communication: Communication as food**. New York: Peter Lang 2011.

DE SOLIER, Isabelle. **Food and the Self: Consumption, Production and Material Culture**. London: Bloomsbury Academic, 2013.

DRIESESENS, Olivier. Celebrity capital: redefining celebrity using field theory. **Theory and Society**, v. 42, n. 5, p. 543-560, 2013.

ESKJÆR, Mikkel. The Mediatization of Ethical Consumption. **MedieKultur**, v. 29, n. 54, p. 26-46, 2013.

FANTASIA, Rick. 'Cooking the books' of the French Gastronomic Field. In: SILVA, Elizabeth; WARDE, Alan (Eds.). **Cultural Analysis and Bourdieu Legacy. Setting accounts and developing alternatives**. London: Routledge, 2010.

FEATHERSTONE, Mike; HEPWORTH, Mike; TURNER, Brian. **The Body: Social Process and Cultural Theory**. New York: SAGE, 1991.

GIDDENS, Anthony. **The consequences of modernity**. Stanford: Stanford University Press, 1990.

GILITOS, Lucie. **Le culinaire comme objet communicationnel à dimensions multiples: des pratiques intrinsèques, au croisement de contenus médiatiques, de socialisation, de politiques culturelles héritées, et de marchandisations croissantes, le cas du blog culinaire**. Dissertação (Mestrado em Área) – Université Grenoble Alpes, 2014.

GOODY, Jack. **Cooking, cuisine and class: a study in comparative sociology**. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.

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

HALKIER, Bente. Easy eating? Negotiating convenience food in media food practices. In: HANSSON, Lena; HOLMBERG, Ulrika; BREMBECK, Helene (Eds.). **Making Sense of Consumption. Selections from the 2nd Nordic Conference on Consumer Research 2012**. Göteborgs: Göteborgs Universitet, 2013. p. 119-136.

HJALAGER, Anne-Mette; RICHARDS, Greg. **Tourism and gastronomy**. London: Routledge, 2003.

HJARVARD, Stig. The mediatization of society. A theory of the media as agentes of social and cultural change. **Nordicom Review**, v. 29, p. 105-134, 2008.

HARTMANN, Maren. From domestication to mediated mobilism. **Mobile Media & Communication**, v. 1, n. 1, p. 42-49, 2013.

HÉBEL, Pascale. Influence de la communication sur l'alimentation. **Communication & Langages**, v. 2, n. 164, p. 41-52, 2012.

HELDKE, L. Maree. Foodmaking as a thoughtful practice. In: DEANE, W. Curtin; HELDKE, L. Maree (Eds.). **Cooking, eating, thinking: Transformative philosophies of food**. Indianapolis: Indiana University Press, 1992a. p. 203-209.

HELDKE, L. Maree. Food politics, political food. In DEANE, W. Curtin; HELDKE, L. Maree (Eds.). **Cooking, eating, thinking: transformative philosophies of food**. Indianapolis: Indiana University Press, 1992b. p. 301-327.

KROTZ, Friedrich. Media, Mediatization and Mediatized Worlds: A Discussion of the Basic Concepts. In: HEPP, Andreas; KROTZ, Friedrich (Eds.). **Mediatization of Communication: Culture and Society in a Media Age**. Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. p. 227-240.

LANG, Tim; CARAHER, Martin. Is there a culinary skills transition? Data and debate from the UK about changes in cooking culture. **Journal of the Home Economic Institute of Australia**, v. 8, n. 2, p. 2-14, 2001.

LEER, Jonatan; POVLSEN, K. Povlsen (Eds.). **Food and Media: Practices, Distinctions and Heterotopias**. London: Routledge. 2016.

LINARES, L. Nicolás. **Em busca da visibilidade**: um estudo exploratório sobre a mediação do subcampo gastronômico da cidade de São Paulo. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2017.

LIVINGSTONE, Sonia. On the Mediation of Everything. **Journal of Communication**, v. n. 59, p. 1-18, 2009.

LUNDBY, Knut. Mediatized Stories in Mediatized Worlds. In: HEPP, Andreas, KROTZ, Friedrich (Eds.). **Mediatized worlds. Culture and Society in a Media Age**. London: Palgrave Macmillan, p. 19-37, 2014.

LYON, Phil; SYDNER, M, Ylva; FJELLSTRÖM, Christina; JANHONEN-ABRUQUAH, Hille. Continuity in the kitchen: how younger and older women compare in their food practices and use of cooking skills. **International Journal of Consumer Studies**, v. 35, n. 5, p. 529-537, 2011.

NACCARATO, Peter; LEBESCO, Kathleen. **Culinary Capital**. London: Bloomsbury, 2012.

NICOLOSI, Guido. **Lost Food**. Comunicazione e cibo nella società ortoressica. Firenze: Ed.it, 2007.

MENNEL, Stephen. **All manners of food**: eating and taste in England and France from the Middle Ages to the present. Chicago: University of Illinois Press, 1996.

MEYROWITZ, Joshua. Understandings of Media. **ETC: A Review of General Semantics**, v. 4, n. 1, p. 44-52, 1999.

SHORT, Frances. **Kitchen secrets**: The meaning of cooking in everyday life. Oxford: Berg, 2006.

STANO, Simona. Lost in translation: Food, identity and otherness. **Semiotica**, n. 211, p. 81-104, 2016.

SUTTON, E. David. **Secrets from the Greek Kitchen**: Cooking, Skill, and Everyday Life on an Aegean Island. Berkeley: University of California Press, 2014.

THOMPSON, B. John. **Media and Modernity**: A Social Theory of the Media. Palo Alto, California: Stanford University Press, 1995.

THOMPSON, B. John. The new visibility. **Theory, Culture & Society**, v. 22, n. 6, p. 31-51, 2005.

TRINDADE, Eneus. Um olhar exploratório sobre o consumo e a mediação das marcas de alimentos na vida de algumas famílias. **Matrizes**, v. 6, p. 77-96, 2012.

TRINDADE, Eneus. Mediações e mediações do consumo. **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Foz do Iguaçu, 1 a 5 de setembro de 2014.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. **Dimensões do consumo mediado**. Anais do II Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana–CONFIBERCOM, Universidade do Minho, 13 a 16 de abril de 2014.

TRUBEK, Amy. **Haute cuisine. How the French invented the culinary profession**. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 2000.

URBAN, Greg. A method for measuring the motion of culture. **American Anthropologist**, v. 112, n. 1, p. 122-139, 2010.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos de la Comunicación**, v. 48, p. 9-15, 1992.

WARDE, Alan. **Consumption, Food and Taste. Culinary Antinomies and Commodity Culture**. London: Sage Publications, 1997.

WARDE, Alan. Consumption and theories of practice. **Journal of Consumer Culture**, v. 5, n. 2, p. 131-153, 2005.

WARDE, Alan; MARTENS, Lydia; OLSEN, Wendy. Consumption and the problem of variety: cultural omnivorousness, social distinction and dining out. **Sociology**, v. 33, n. 1, p. 105-127, 1999.

Nicolás Llano Linares é graduado em Publicidade pela Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano (Revalidado pela Universidade de São Paulo como Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda). Mestre (2012) e doutor (2017) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, na linha de pesquisa Consumos e Usos Midiáticos nas Práticas Sociais. Fez parte do programa de pesquisa internacional da Copenhagen University nos departamentos de Ciências Sociais e Cinema & Mídia durante o doutorado (2014-2015). Cursou o programa Code Societies na School of Poetic Computation (New York, 2018). Autor do livro 5-5 (Salvaje, 2016) e coeditor de Comunicação & Antropologia Visual (Inmod, 2014). Atualmente é roteirista e produtor associado do Sesc em Cartaz e Professor de escrita experimental na Escola da Cidade (São Paulo). Faz parte do GESC3, Grupo de Estudos Semióticos em Comunicação, Cultura e Consumo (ECA-USP), e atua como tradutor e revisor de texto para diferentes editoras e instituições culturais e artísticas.