

Editorial

A MORTE DE JESÚS Martín-Barbero, em junho deste ano, colocou em luto a área da Comunicação, em particular, a comunidade acadêmica latino-americana. Espanhol por nascimento, Martín-Barbero fez-se latino-americano por opção e logrou construir, em profundo diálogo com os pares e a realidade dessa região, uma obra com aportes seminais e marcantes para os estudos comunicacionais, sendo o formulador e principal autor da chamada *teoria latino-americana das mediações*.

A relevância de Jesús Martín-Barbero fez que o Comitê Editorial de **MATRIZES** não hesitasse em fazer esforços para, já neste número, dedicar-lhe nossa homenagem, numa seção intermediária da revista.

Martín-Barbero foi também um extraordinário construtor de redes reflexivas que estimularam a teoria e a pesquisa latino-americana – e uma perspectiva regional sobre essas atividades –, com forte diálogo com investigadores brasileiros. Por isso, nessa homenagem, publicamos um texto do autor, inédito em português e inglês, cujo título é **O que a Pesquisa Latino-Americana de Comunicação Deve ao Brasil: Relato Pessoal de uma Experiência Intercultural**, originalmente uma conferência realizada pelo autor no congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), no ano de 1997.

Para servir como introdução a esse texto, Maria Immacolata Vassallo de Lopes, diretora de **MATRIZES** e interlocutora permanente de Martín-Barbero, tece considerações sobre o trabalho e o autor.

Continuamos nossa homenagem com uma série de testemunhos sobre Jesús Martín-Barbero que evidenciam o papel germinador de suas ideias. Organizados

por Ana Carolina Escosteguy, Raúl Fuentes Navarro e Isabel Ferin Cunha, esses relatos foram feitos por eminentes pesquisadores, de diferentes gerações, brasileiros – Muniz Sodré, Renato Ortiz, Nilda Jacks e Simone Maria Rocha –, latino-americanos – Eduardo Gutiérrez, Carlos A. Scolari, Omar Rincón e Néstor García Canclini –, europeus e dos Estados Unidos – Manuel Pinto, Margarita Ledo Andión e Joseph Straubhaar. Somos gratos a todos esses colegas que atenderam com presteza à solicitação de **MATRIZes**.

Mais agradecidos ainda somos ao autor homenageado, com a certeza de que se a *promessa* do “campo cargado de futuro” (Fuentes Navarro, 1991) da pesquisa em comunicação na América Latina cumpriu-se e se projeta, hoje, em outros futuros, o papel de Jesús Martín-Barbero foi fundamental. Por isso, desejamos que seja longa a *memória* do legado das ideias desse autor incontornável.

O **Dossiê** desse número, de certa forma, reforça a aludida relevância da pesquisa em comunicação latino-americana ao trazer autores da região ou temáticas a respeito dela. Assim, o artigo **Metaevento: Meios, Redes e Cidadãos na Pandemia**, de Raúl Trejo Delarbre, reflete sobre a atual pandemia, vista como um *metaevento* que gera inúmeras informações que passam por todo o ecossistema de comunicação. O autor busca discutir as características do metaevento e suas consequências para a cobertura jornalística da mídia profissional, bem como a intensa produção, circulação e apropriação de conteúdos feitos pelas pessoas comuns.

Os três artigos seguintes do **Dossiê** trazem contribuições para os estudos audiovisuais. Assim, Marcel Silva, em **O Passo Atrás de Lucrecia: Disputas Discursivas entre Filmes e Séries**, parte de uma observação crítica da cineasta argentina Lucrecia Martel sobre as recentes séries televisivas para discutir as contínuas tensões entre cinema e televisão, problematizando argumentos que afirmam, aprioristicamente, a superioridade do filme em relação às séries. Já o artigo **Rumo a uma Abordagem Transnacional da Televisão Latino-Americana: Trajetórias, Fronteiras e Centros e Periferias**, de Nahuel Ribke, apresenta uma inovadora proposta de *abordagem transnacional histórica* para os estudos sobre a televisão na América Latina. Como o autor exemplifica no trabalho, essa perspectiva ajuda a entender padrões e desafios relacionados à produção e ao consumo de obras televisivas na região. Depois, Sílvio Antonio Luiz Anaz, em **Arquétipo e Catarse nas Narrativas Audiovisuais**, realiza um estudo sobre o papel do arquétipo na catarse em narrativas audiovisuais quando opera como acionador de emoções, evidenciando essa característica em produções audiovisuais.

No último artigo da seção, **Teoria Intermediária na Comunicação: Elementos Necessários para uma Abordagem da Comunicação como Cultura**, Gustavo Adolfo León-Duarte dá continuidade às discussões sobre o papel das teorias de médio alcance em comunicação, discutindo implicações da construção de uma teoria desse tipo na área.

Temáticas contemporâneas caracterizam os dois primeiros artigos da seção **Em Pauta**. Assim, a desinformação é abordada no trabalho **Desinformação sobre Gênero e Sexualidade e as Disputas pelos Limites da Moralidade**, de Thales Vilela Lelo e Lorena Caminhas, no qual os autores analisam *fake news* e boatos, observando a importância das questões de sexualidade e gênero nesse tipo de produção, e Leonardo De Marchi, em **O Capital Financeiro Vai ao Paraíso: Bitcoin, Fintech 3.0 e a Massificação do Homem Endividado**, analisa a criptomoeda Bitcoin, pensada como uma mídia cuja criação envolveu valores libertários, mas que, articulada à fintech 3.0, promove a lógica do homem endividado.

No artigo que dá continuidade à seção, **Imprensa Negra e Cidadania: Conteúdos do Correio Nagô, Mundo Negro e Nação Z**, Valmir Teixeira de Araujo e Cicilia Maria Krohling Peruzzo discutem a produção da imprensa negra no Brasil atual, refletindo sobre como os conteúdos elaborados dialogam com conceitos de cidadania e cidadania negra.

Encerrando a seção **Em Pauta** deste número, o artigo **Conservadorismo e Masculinidade Tóxica na Cultura Gamer: Uma Aproximação a Magic: The Gathering**, de Thiago Falcão, Tarcizio Macedo e Gabriela Kurtz, analisa, a partir de dados etnográficos, espaços de convívio relacionados ao jogo mencionado no título, sugerindo que os comportamentos observados reforçam valores conservadores na comunidade de jogadores.

O texto de Leticia Cantarela Matheus e Maria Cristina Guimarães Rosa do Amaral, **Tradição e Vanguarda na Pesquisa em Comunicação**, que encerra esta edição, é uma resenha do livro *Comunicação e Método: Cenário e Práticas de Pesquisa*, de Marialva Barbosa, destacando aspectos da obra, como as tendências metodológicas na pesquisa em comunicação apontadas pela autora.

Antes de concluirmos este **Editorial**, informamos que o próximo número de **MATRIZES** será uma edição especial dedicada a Paulo Freire, em seu centenário de nascimento, com contribuições que discutem diferentes aspectos do legado desse autor também fundamental. O número está sendo organizado por Ana Cristina Suzina e Thomas Tufte, ambos da Loughborough University, e Adilson Odair Citelli, da Universidade de São Paulo. O fato de Freire ter sido

uma das influências de Jesús Martín-Barbero, como pode ser observado no texto deste autor na edição, indica o compromisso de **MATRIZes** com o pensamento comunicacional latino-americano e seus desdobramentos.

Desejamos que todos apreciem este novo número da Revista. ■

REFERÊNCIAS

Fuentes Navarro, R. (1991). *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. Felafacs.

O Comitê Editorial

Ana Carolina Damboriarena Escosteguy, UFSM

Isabel Ferin Cunha, UC

Luciano Guimarães, USP

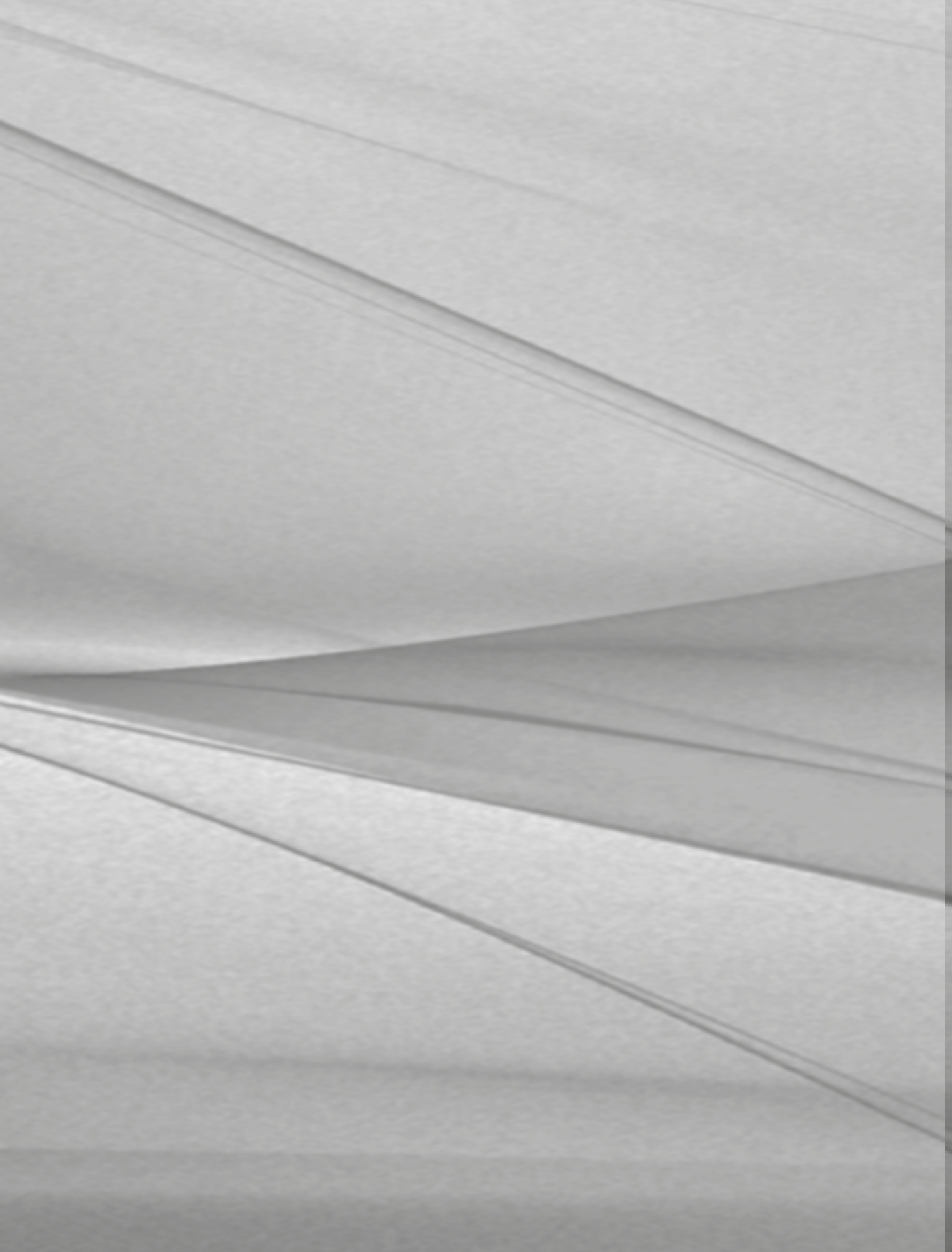
Maria Immacolata Vassallo de Lopes, USP

Maria Ignês Carlos Magno, UAM

Raúl Fuentes Navarro, ITESO

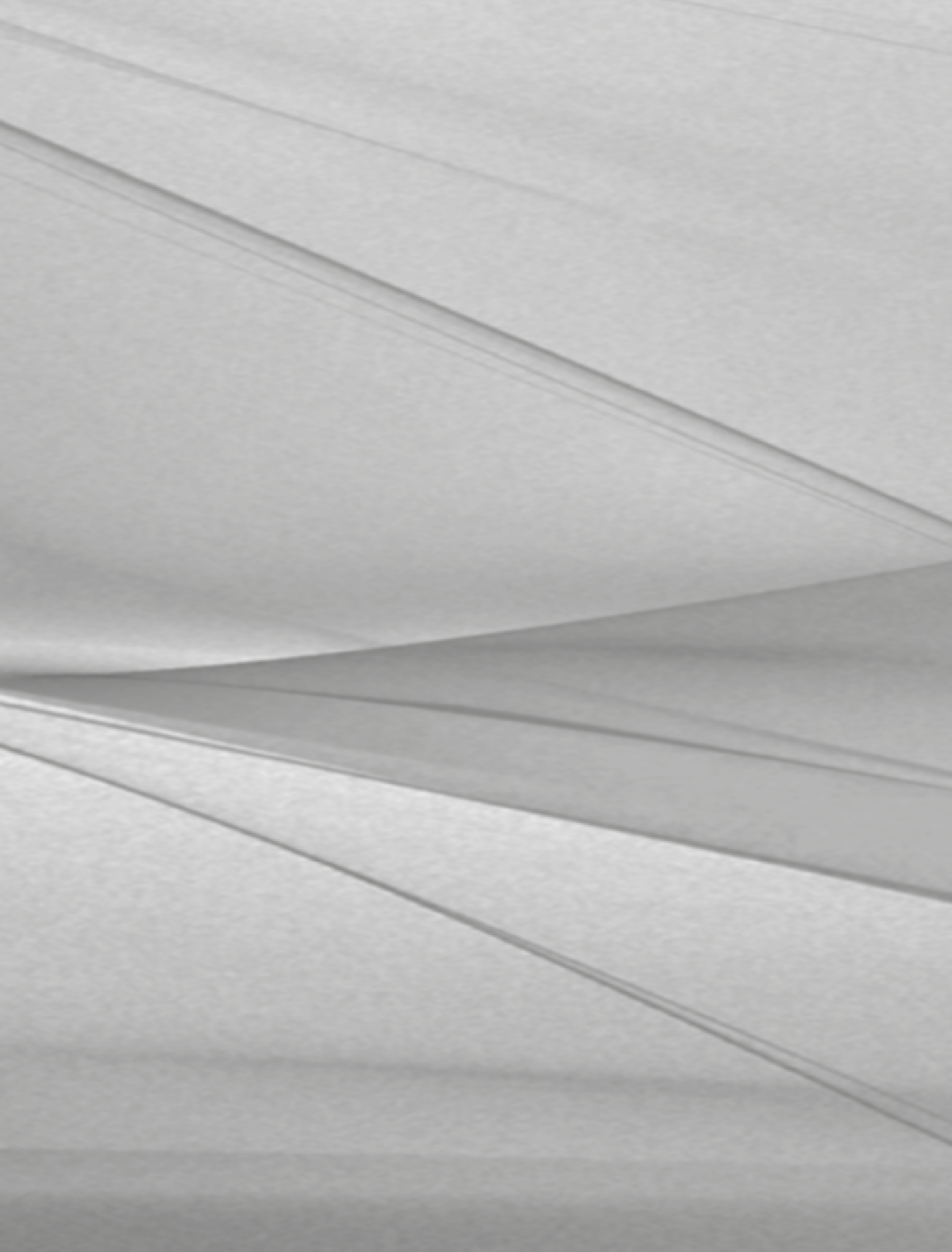
Richard Romancini, USP

Roseli Figaro, USP



DOSIÊ

Novas Perspectivas em Teorias da Comunicação



Metaevento: Meios, redes e cidadãos na pandemia

Metaevent: Media, networks and citizens in the pandemic

■ RAÚL TREJO DELARBRE^a

Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones. Coyoacan – Distrito Federal, México

RESUMO

A pandemia é planetária. Ela não tem uma data precisa de início, nem terá uma data de término. Não é um evento, mas um metaevento. A realidade do metaevento nos é imposta e promove inúmeras informações que passam por todo o ecossistema de comunicação. Este artigo discute as características do metaevento, bem como suas consequências na cobertura jornalística da mídia profissional, em sua intensa e contraditória propagação em redes sociodigitais e nas apropriações que as pessoas fazem dessa informação da qual somos receptores, mas também protagonistas.

Palavras-chave: Metaevento, pandemia e mídia, ecossistema de comunicação, covid-19

ABSTRACT

The pandemic is planetary. It does not have a precise start date, nor will it have an end date. It is not an event but a metaevent. The reality of the metaevent imposes itself on us and provides countless information that travels through the entire communication ecosystem. This article discusses features of the metaevent, as well as its consequences in the journalistic coverage of professional media, in its intense and contradictory propagation in the social media and in the appropriations that people make of that information of which we are recipients, but also protagonists.

Keywords: Metaevent, pandemic and media, communicational ecosystem, covid-19

^aDoutor em sociologia, pesquisador do Instituto de Investigaciones Sociales da Universidad Nacional Autónoma de México (Unam). Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1240-353>. E-mail: trejoraul@gmail.com

TODAS AS NOITES, durante meses, eu olhava os dados da pandemia. Os novos casos de infecções, a soma dos mortos, os leitos hospitalares disponíveis, e aqueles que faltavam, fizeram parte das informações diárias que olhava on-line. Essa foi minha maneira de apreciar a floresta em chamas que o SARS-CoV-2 provocou. Algumas de suas árvores, as mais próximas, olhei nas notícias de amigos que foram vítimas da doença, nas vicissitudes de parentes próximos que na fase mais difícil da epidemia sofriam com a escassez de tanques e concentradores de oxigênio, na incerteza diante da epidemia que ultrapassou todas as previsões e durou muito mais do que imaginamos inicialmente. Da mesma forma que esses números de baixas e a infraestrutura de saúde, as imagens da pandemia mudaram e se agitaram de diferentes maneiras a cada dia. As redes sociodigitais traziam versões distantes, mas que eram próximas de nós porque estavam relacionadas ao nosso cotidiano, de pessoas que sofreram e outras que expressaram sua esperança.

Todos os dias, as cenas da pandemia que se substituíram são fragmentos da mesma história – o relato poliédrico e inacessível dessa calamidade global – e, por sua vez, são episódios que têm valor específico. A pandemia é uma coleção desordenada e incompreensível de acontecimentos. Não é somente um fato histórico, mas a catástrofe de consequências prolongadas espacial e temporalmente que marca uma era. A pandemia não se limita a um território ou a uma região, é planetária. A pandemia também não tem uma data de início precisa, nem terá uma data de término. A pandemia não é um evento, mas um metaevento.

UMA CATÁSTROFE QUE NÃO ESTÁ ANCORADA EM UMA DATA ESPECÍFICA

Um fato histórico tem prazos e escopos precisos, embora muitos deles só possam ser avaliados com a distância do tempo. O assassinato de John F. Kennedy, em Dallas, em novembro de 1963, a chegada de dois astronautas à Lua, em julho de 1969, ou a destruição das Torres Gêmeas, em setembro de 2001, foram tão impactantes que aqueles de nós que viveram nesses anos se lembram do que estávamos fazendo quando aconteceram. Para os historiadores, o fato histórico “é aquele acontecimento que assume significância dentro de um todo, para o qual requer não só ser conhecido, mas também ser transcendente e estar localizado em um quadro de referências” (De la Garza, 1991, p. 40). Ou seja, o fato histórico, para ser assim, requer contexto que lhe permita estar situado e distante para ser avaliado. Do ponto de vista da sociologia, os fatos sociais, conforme estabelecido na conhecida definição de Durkheim (1895/1986), “consistem em formas de agir, pensar e sentir, exteriores ao indivíduo, e são dotados de um

poder de coerção em virtude do qual se impõem a ele” (p. 41). Segundo essa perspectiva, o fato social restringe a pessoa, apresenta um caráter coercitivo ou inevitável e não depende da subjetividade do indivíduo.

Por outro lado, experimentamos a pandemia como um evento definidor, que desarruma e modifica muitas coisas, independentemente da intensidade que seus efeitos tiveram para cada um de nós. Já sabemos que tem implicações históricas, tanto em nossas biografias quanto na evolução de nossas sociedades. A pandemia impõe consequências de natureza compulsiva e objetiva sobre nós, mas também sentimos seus efeitos, ou sofremos, de acordo com nossas circunstâncias e subjetividades.

A pandemia não só se arrasta por meses e anos, mas sua temporalidade, seja ela qual for, não está ancorada em uma data específica. Agora, e no futuro, cada um de nós terá nossas próprias memórias da epidemia de acordo com as formas como nos afetou, sempre situadas nas consequências que o coronavírus terá para nossa família e nosso entorno, nossos países e nossa época, o mundo e sua história. Do mesmo modo que os fatos que a compõem, a pandemia está se expandindo em círculos concêntricos que transcendem coordenadas cronológicas e geográficas. É mais do que um acontecimento histórico e muito mais do que um evento. É por isso que chamamos a pandemia de metaevento.

Um metaevento só pode ser entendido a partir de uma soma de experiências. Da pandemia teremos a memória de nossas ansiedades e das daqueles ao nosso redor, mas também a vasta bagagem de informações que saberemos sobre ela.

A pandemia afetou a todos nós. Ninguém foi capaz de escapar da ameaça, do medo e, em muitos casos, da própria doença trazida pelo vírus SARS-CoV-2. Em termos sanitários e econômicos, causou um desastre. Nossas sociedades, e o mundo inteiro, foram largamente colocadas em espera durante os meses mais difíceis; a apreensão sobre novas ondas de contágio continuará por muito tempo.

A partir da pandemia em 2020 e 2021, temos tido informações, reflexões e contrastes nos meios de comunicação tradicionais e, de maneira constante, também nas redes sociodigitais. Durante a longa temporada em que muitos de nós ficamos confinados – sempre e quando tivemos recursos financeiros e infraestrutura técnica para nos conectarmos de nossas casas – vivemos a pandemia na e pelas telas digitais. Substituímos, ainda que parcialmente, nossas práticas de trabalho, troca e socialização por comunicação em computadores, celulares e tablets. Neles, encontramos colegas e amigos, intensificamos o entretenimento, o comércio e outras atividades on-line, e, claro, nos inteiramos sobre o desenvolvimento da própria pandemia. Nossos dispositivos conectados à rede não substituíram – ou não completamente – os meios de comunicação convencionais, mas se tornaram canais de interação com todos os tipos de tarefas

e pessoas. Os medos e incertezas suscitados pela pandemia foram replicados e expressos, mas também conseguimos atenuá-los e compartilhá-los, por meio de nossas redes sociodigitais.

Temos enfrentado a primeira epidemia que se espalhou intensamente nas redes de internet, bem como na mídia tradicional. Outras epidemias, como a de gripe que sofremos em 2009, foram muito debatidas on-line, mas as redes digitais não tinham a cobertura ou presença pública que alcançaram uma década depois. Para o historiador John Keane (2020), a onipresença da mídia e das redes diferencia essa pandemia

de, digamos, as gripes russa e espanhola, pela que a informação e divulgação era por meio da transmissão lenta das mensagens de telégrafos, navios a vapor e jornais. Nossa pandemia, por outro lado, é um evento rápido e global que produz temores de doença e morte em uma escala que nunca foi vista antes. (p. 11)

O EVENTO É CONSTRUÍDO, O METAEVENTO É IMPOSTO

As redes baseadas na internet não são mais uma área paralela ou complementar à da mídia tradicional. Televisão, rádio e imprensa são emissores com práticas de produção e mecanismos de transmissão gerenciados por poucas pessoas e espalham mensagens para muitas. Por causa dessas características, os chamamos de *meios de comunicação concentrados*.

Os meios digitais têm diferentes graus de concentração na produção de suas mensagens, mas geralmente suportam retroalimentação instantânea com seus públicos e, sobretudo, disseminam seu conteúdo de maneira reticular. Esses conteúdos são propagados em um enxame composto de nós que os replicam de um para o outro. É por isso que chamamos a imprensa digital, e especialmente as redes como Twitter, Facebook, YouTube e Instagram, entre muitas outras, *meios de comunicação descentralizados*.

Ambos, meios concentrados e descentralizados, fazem parte do *ecossistema de comunicação* que concentra a circulação de mensagens de todos os tipos em nossas sociedades. É um ecossistema definido pela desigualdade, irradiação, onipresença, ubiquidade, velocidade, volatilidade e convergência, entre outros aspectos com que caracterizamos a internet e a sociedade da informação há três décadas (Trejo Delarbre, 2006).

O evento, particularmente o evento de notícias, é típico dos meios concentrados. Esses meios de comunicação coletam, verificam (ou deveriam fazê-lo), hierarquizam e publicam conteúdo noticiosos. Cada vez mais as notícias circulam antes em redes sociodigitais como o Twitter e de lá são

tomadas pela mídia convencional. A notícia, entendida de acordo com os cânones do jornalismo, é um “fato ou acontecimento verdadeiro, inédito e atual, de interesse geral, que é comunicado a uma audiência de massa” (López de Suazo Algar, 1990, p. 38). Essa definição não é cumprida no caso de inúmeras informações que se repetem, ou que estão longe de serem de interesse geral, e que geralmente ocupam grandes espaços em publicações digitais em busca de cliques por parte de seus leitores. A notícia, pelo menos idealmente, responde às conhecidas cinco perguntas colocadas pelo jornalismo: o que, quem, quando, como e por quê.

A cobertura jornalística sobre a pandemia se desdobra em um fluxo constante de informações que vão desde amplos panoramas nacionais ou globais, até as experiências de pessoas específicas, em casos emblemáticos, mas que são diferentes umas das outras. Muitas vezes a notícia do metaevento destacam *o que e quando*; às vezes, *quem* é difuso, especialmente quando se trata de pessoas cuja notoriedade é derivada do sofrimento sentido por elas ou seus parentes e *o por quê* é subentendido porque a causa é o vírus.

Nos meios concentrados, o evento é modelado após decisões e enfoques editoriais. Em seu conhecido livro que descreve como o acidente na usina nuclear de Three Mile Island, nos Estados Unidos, foi informado, Eliseo Verón (1983) ressaltou que o evento é construído: “Eventos sociais não são objetos que já se encontram prontos em algum lugar da realidade e cujas propriedades e avatares são imediatamente conhecidos pelos meios com maior ou menor fidelidade” (p. II). Os eventos surgem da realidade, mas são apresentados como notícia de acordo com o tratamento, ou tratamentos, concedidos a eles pela mídia. Cada meio seleciona a perspectiva a partir da qual analisará e descreverá tais fatos, o contexto no qual os colocará, a forma como serão apresentados aos seus públicos.

MIL NOMES NA PRIMEIRA PÁGINA. OUTRA CAPA, EM BRANCO

No metaevento, a capacidade da mídia de privilegiar uma abordagem ou outra não desaparece, mas é enquadrada, por sua vez, pela força do evento. As pessoas já sabem que há uma epidemia. Esse tema central, que é o eixo do metaevento, não é mais notícia. Por outro lado, o são as informações – pelas quais as pessoas têm um grande interesse – que dão um relato de como a epidemia está se espalhando, como afeta os outros, quais implicações pode ter para elas e suas famílias, e assim por diante. A pandemia é o fato essencial que permanece lá por meses ou anos e os meios relatam como ela está mudando e suas implicações. O protagonista do metaevento é a pandemia, mas para apreendê-la investigamos seus efeitos sobre comunidades, pessoas e momentos específicos.

D

Metaevento: Meios, redes e cidadãos na pandemia

Esse evento é o mesmo e, ao mesmo tempo, está em constante mudança. Sua propagação e as formas pelas quais nos envolve são conhecidas e as experimentamos com maior intensidade devido às informações que as redes sociodigitais constantemente nos trazem. Da pandemia, nas redes, somos espectadores e vítimas, público e protagonistas, tudo ao mesmo tempo. Ficamos saturados, mas ao mesmo tempo ávidos na incessante cascata de mensagens que recebemos sobre o metaevento. São muitos conteúdos, o que permite que nos informemos, mas ao mesmo tempo nos deixa perdidos. Com frequência, nesses dias de pandemia, nos confundimos nesse turbilhão de informações e, de repente, esquecemos a fonte de uma notícia que chama nossa atenção, ou misturamos um fato com outro. É difícil para nós ordenar as informações que, mescladas, ouvimos no rádio, lemos no Twitter, vislumbramos na imprensa e, além disso, recebemos e encaminhamos para outras pessoas no WhatsApp. Nesse turbilhão de dados, fatos e casos, temos dificuldade em determinar se essas informações são verdadeiras.

As notícias da pandemia documentam, favorecem e ao mesmo tempo retroalimentam a nossa ansiedade. Sabemos que estamos cheios de números, relatos e diagnósticos da pandemia, mas precisamos de mais. As circunstâncias dessa crise mudam a cada momento, mas, além disso, consumimos notícias sobre esse assunto e suas derivações como se o acúmulo informativo nos permitisse entender suas colossais dimensões.

Os veículos profissionais se esforçam para nos comunicar o tamanho e o escopo de uma pandemia que ultrapassa governos, instituições e sociedades. Em 24 de maio de 2020, quando o número de mortos pela covid-19 nos Estados Unidos estava prestes a chegar a 100 mil, o *The New York Times* (NYT) ocupou toda sua primeira página com os nomes de mil dessas vítimas. Não havia imagens, mas uma sucessão de nomes e sobrenomes acompanhados de uma frase alusiva à pessoa falecida. Por exemplo:

Floy Cardoz, 59, Montclair, N.J., chef indiano de culinária delicada. Kious Kelly, 48, Cidade de Nova York, enfermeira na luta contra a covid. Romi Cohn, 91, Cidade de Nova York, salvou 56 famílias judias da Gestapo. Kenneth R. Indo, 87, Grafton, Wis., teve ingressos para a temporada do Green Bay Packers durante 50 anos. . .

Com referências como essa, a primeira página do NYT publicou os nomes de apenas um por cento das 100 mil vítimas que, na época, o coronavírus atingira nesse país. Foi uma maneira direta e simples de dar dimensão humana a uma tragédia que, além dos números, envolve nomes, sobrenomes, biografias (Grippe, 2020).

Um recurso inverso ao anterior foi o utilizado pela *Folha de S.Paulo* em 20 de junho de 2021, quando, segundo dados oficiais, no Brasil registraram-se meio milhão de mortes pela pandemia. O jornal publicou sua primeira página em branco, com uma legenda na parte inferior que dizia:

VAMOS MORRER ATÉ QUANDO?
SE UMA CAPA VAZIA CAUSA INCÔMODO, IMAGINE A DOR QUE
CAUSA O VAZIO NAS FAMÍLIAS DOS 500 MIL BRASILEIROS QUE
PERDERAM A VIDA PARA A COVID-19

O metaevento é incomensurável. É possível agrupar centenas de nomes para narrá-lo, tanto como um tributo quanto para humanizar as dimensões da tragédia. Ou pode-se apelar para o grito silencioso da primeira página em branco. Os dois jornais que mencionamos não ofereceram notícias nas suas primeiras páginas. Os leitores já sabiam que, primeiro nos Estados Unidos e depois no Brasil, um número enorme e emblemático de vítimas da pandemia estava sendo atingido. Essas primeiras páginas não informavam, mas davam sentido à notícia que todos conheciam, enfatizando que, além das cifras sinistras, o mais sério era o custo em vidas humanas de uma pandemia que continuava fora de controle.

UM IMENSO QUEBRA-CABEÇA DE VERSÕES E INTERPRETAÇÕES

Se os meios concentrados nos dão o panorama sempre incompleto, mas ao mesmo tempo sempre mutável, da pandemia no todo e suas novidades, nas redes sociodigitais encontramos versões que ratificam a impressão que já temos dela. Aqueles de nós que nos primeiros meses da epidemia estivemos esperançosos sobre o desenvolvimento científico para desenvolver vacinas contra a covid-19 encontraram no Facebook centenas ou milhares de informações que coincidiram com essa avaliação. Aqueles que, por outro lado, desconfiam das vacinas e as consideram o resultado de conspirações para nos manipular também poderiam encontrar espaços nessa rede que alimentam a paranoia e os boatos. Nas redes sociodigitais, como já explicado, construímos ambientes nos quais alimentamos nosso conhecimento, mas também nossos preconceitos, com pessoas de convicções semelhantes às nossas.

As redes sociodigitais nos envolvem com informações que reafirmam aquilo em que já acreditamos, o que queremos ou pensamos. Nossas escolhas e amigos nessas redes são uma espécie de filtro que colocamos em nossos olhos para olhar de uma forma ou de outra para a realidade, ou para ocultá-la. Se

considerarmos, apoiados no conhecimento científico, que após a pandemia há vislumbres de esperança e buscarmos informações de acordo com esse ponto de vista, o Facebook e outras redes nos oferecerão conteúdos desse tom. Se o que mais nos preocupa é a tragédia, encontraremos milhares de textos e imagens que combinem com esse ângulo da pandemia. Na era da informação e das bolhas autorreferenciais, apreciamos o metaevento com as lentes que configuramos nas redes sociodigitais.

Milhares de notícias terão sido ditas, produzidas, escritas ou delineadas sobre a pandemia. Nenhuma informação reúne todas as características do metaevento. Cada notícia, e cada versão que conhecemos, são peças distintas de um enorme quebra-cabeça que cada um de nós monta de acordo com as informações que conhece, mas, além disso, de acordo com suas crenças e expectativas. O metaevento é um imenso e mutável quebra-cabeça de fatos, versões e interpretações.

DEZ CARACTERÍSTICAS DO METAEVENTO

Nas páginas seguintes mencionamos algumas peculiaridades do metaevento e suas implicações para a comunicação social e, especialmente, para a prática jornalística. Essa não é uma lista exaustiva, mas apresenta características que podem ser ampliadas e complementadas por outras, à medida que progride o estudo dos efeitos midiáticos, e nas redes, que a pandemia provoca.

1) *As notícias do metaevento são propagadas e reconfiguradas conforme transitam de um espaço para outro.* As informações da pandemia percorrem todo o ecossistema comunicacional e, de uma área a outra, são corroboradas, expandidas ou desmentidas. Muitos delas surgem dos meios concentrados e abertos (televisão, imprensa, rádio) e a partir daí são recuperadas em redes sociodigitais. Mas outras informações e versões se originam em espaços semiabertos, como o Facebook, o Twitter ou o TikTok, que exigem uma afiliação prévia e aos quais os usuários de cada uma dessas redes têm acesso.

Ao mesmo tempo, a pandemia e suas consequências estão se espalhando por espaços privados, como as redes de mensagens no estilo do WhatsApp ou Telegram. Nessas últimas, circulam as versões mais pessoais, mas também as mais disparatadas sobre a epidemia. Essas mensagens nem sempre transitam para redes semiabertas, ou para os abertos, nos quais as notícias falsas podem ser identificadas e esclarecidas. Em redes privadas de mensagens, o conteúdo recuperado ou produzido pelos usuários é propagado e enviado a seus conhecidos e amigos, entre os quais, em geral, não há incentivo ou informação suficiente para corrigir erros ou avaliações falsas.

Os meios abertos e semiabertos equilibram-se entre si. A imprensa pode verificar e esclarecer informações enganosas ou imprecisas que circulam em redes como Twitter ou YouTube. Por outro lado, tanto na pandemia quanto em outras circunstâncias, nas redes sociodigitais há usuários que corrigem erros na mídia profissional. Durante o metaevento, foi reforçado um sistema funcional e informal de contrapesos entre a mídia concentrada e a descentralizada. Por mais absurdo que possa parecer, há pessoas dispostas a acreditar que as antenas para 5G aumentam o risco de contrair a covid-19. Diante dessas versões, sempre surgem especialistas que publicam esclarecimentos nas mesmas redes sociodigitais e meios profissionais que também desmentem essas falsidades (Lee, 2020).

As informações sobre a pandemia se movem de um espaço a outro, complementam-se reciprocamente e muitas vezes são reconfiguradas nesse trânsito. Nesses processos, como será enfatizado adiante, as pessoas escolhem e tomam decisões sobre a credibilidade que dão a cada informação.

2) *O metaevento é observado a partir de vários locais.* Os acontecimentos noticiosos são transmitidos, especialmente pelos meios concentrados, com ostensivas ancoragens jornalísticas e técnicas. Em uma guerra, por exemplo, os correspondentes são observadores diretamente de batalhas, às vezes com risco às suas vidas. Quando desenvolvem um estilo próprio, ou suas investigações descobrem questões muito relevantes, os jornalistas podem alcançar tanta notoriedade que se tornam celebridades. Robert Fisk, Ryszard Kapuscinski ou Christiane Amanpour, entre muitos outros, têm sido personagens midiáticos porque comunicaram conflitos de guerra com um olhar peculiar, diferente do de outros correspondentes.

O metaevento, por outro lado, não tem narradores essenciais. Há aqueles que fazem, na pandemia, trabalhos de investigação ou crônicas jornalísticas com muitos méritos, mas nenhuma voz substitui o refrão de expressões abundantes que constantemente descrevem alguns de seus inesgotáveis aspectos. O metaevento é narrado com múltiplas vozes, entre as quais estão as de todos nós.

3) *O tempo é líquido nos relatos do metaevento.* Os eventos são geralmente descritos em narrativas que vão do começo ao fim. Até mesmo as notícias de fatos que não foram concluídos podem ser atualizadas e completadas no jornal ou noticiário do dia seguinte. O metaevento, por outro lado, como destacamos antes, não tem uma temporalidade precisa. Não começou em um dia e hora específicos, não haverá uma data exata em que terminará.

As narrativas do metaevento são quase todas no presente. O passado do metaevento é muito recente e o futuro está repleto de incertezas. Os eixos cronológicos em tais relatos, especialmente os de natureza jornalística, permanecem

abertos. É por isso que podemos usar a conhecida fórmula de Zygmunt Bauman (2007) e reconhecer o caráter líquido do tempo no metaevento e, portanto, em suas narrativas. No metaestálido, a realidade é volátil e o tempo – assim como a disseminação do vírus – transcorre sem pausas nem tréguas.

As sociedades e os indivíduos estão acostumados a ter datas nas quais comemoram os episódios significativos. Essas datas (para *co-memorar*) são pontos de ancoragem da memória que nos permitem fazer balanços e interpretações do que aconteceu. Para fixar, ainda que de maneira simbólica o metaevento que é a pandemia, os meios e as instituições estabelecem datas emblemáticas: o dia em que a primeira pessoa infectada em um país foi conhecida, ou as semanas em que a curva estatística de doentes ou mortos atingiu determinados níveis. Essas datas atuam como boias no mar: marcam espaços, ou momentos, que devem ser reconhecidos, mas são diferentes de um lugar para outro, de um país a outro.

A liquidez do tempo no metaevento faz parte da ausência de certezas. Bauman escreveu um grande número de livros sobre liquidez em que os títulos da modernidade são diluídos, mas o intitulado *Tiempos Líquidos* (Bauman, 2007) é dedicado às incertezas da época contemporânea.

4) *O metaevento nos cerca e condiciona a realidade.* A pandemia desloca nossas realidades cotidianas, as coloca em uma inevitável pausa e causa mudanças que se tornam drásticas. De maneira geral, os eventos relevantes, por mais que nos comovam, não alteram substancialmente nossas vidas. A pandemia, por outro lado, faz isso. As notícias são parte de uma realidade que experimentamos fundamentalmente como espectadores.

Os meios de comunicação, como lembramos antes, enquadram os eventos com os formatos, critérios e agendas que eles usam e colocam em prática. O já citado Verón (1983) insistiu: “Os meios informativos são o lugar onde as sociedades industriais produzem nossa realidade” (p. II). Na pandemia, nos deparamos com uma realidade que, em primeiro lugar, excede as capacidades da mídia para evitá-la ou ampliá-la. É claro que cada meio coloca ênfases variadas, segundo seus padrões profissionais e mercadológicos. Mas o metaevento é uma realidade que os meios não produzem, mesmo que o reproduzam de tantas maneiras diferentes. A impossibilidade dos meios para produzir essa realidade à vontade deve-se também à capacidade de propagação das redes sociodigitais.

Verón (1983) se referia à sociedade industrial, na qual a hegemonia no espaço público era a dos meios de comunicação concentrados. Quatro décadas depois, temos uma sociedade digital (apesar das brechas tecnológicas que a limitam) em que a capacidade da mídia de moldar as versões dos eventos é limitada por espaços fluidos, abertos e envolventes, como as redes sociodigitais.

Essa interação entre meios concentrados e descentralizados é notada com maior ênfase no metaevento.

5) *Tratamentos de notícias carregados de subjetividade.* Um dos principais valores do jornalismo – de acordo com uma avaliação bastante generalizada, embora discutível – é a objetividade. O jornalismo anglo-saxão, e por extensão o que tem sido praticado na América Latina, fez da objetividade um de seus princípios mais importantes. A notícia, insiste-se, deve ser comunicada da forma mais objetiva possível, sem vieses ou intencionalidades. O jornalismo objetivo é postulado como aquele que permite que as sociedades se informem sobre eventos sem nuances para que, então, cada cidadão defina suas opiniões diante deles.

É claro que é desejável que os vieses impostos pelas preferências e interesses, tanto de jornalistas quanto de empresas de notícias, não desloquem ou condicionam informações e que os diferentes ângulos que existem em cada notícia sejam conhecidos. Mas muitas vezes é esquecido que a objetividade absoluta não existe. Cada meio de comunicação, ou cada repórter ou editor, impõe à notícia um tratamento que privilegia alguns aspectos e ignora outros.

No metaevento, intensifica-se a subjetividade inerente à notícia. Esse evento afeta tanto a todos nós que, ao contar algumas de suas facetas, é inevitável – ou quase – que os jornalistas impregnem suas narrativas com uma carga de subjetividade. Inclusive para interessar ao público que já tem uma apreciação subjetiva do metaevento – que o afeta de muitas formas – os meios de comunicação recorrem a relatos personalizados que mostram as consequências desse evento – nesse caso a pandemia – sobre pessoas concretas.

6) *No metaevento, a confusão entre informações falsas e verdadeiras é acentuada.* Notícias falsas sempre existiram. Nos últimos anos, elas se espalharam mais rapidamente em redes sociodigitais e alcançam verossimilidade quando concordam com a ideia que as pessoas têm de um evento. A pós-verdade foi descrita como uma expressão que “denota circunstâncias em que fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública do que os apelos à emoção e às crenças pessoais” (Flood, 2016, para. 2). Tal definição, que o Dicionário Oxford consagrou quando começou a falar desse termo, é limitada, porque a pós-verdade é uma praga despertada pelo uso sem cautela que muitas pessoas fazem das redes sociodigitais. A pós-verdade é a substituição de fatos objetivos por versões falsas que adquirem credibilidade entre as pessoas que, em redes sociodigitais, se ocupam com mensagens que coincidem com seus preconceitos.

Nos acontecimentos unidimensionais há certos fatos que são confundidos com rumores e suposições. Esses fatos geralmente são testemunhados ou investigados pelos meios de comunicação concentrados, nos quais trabalham

jornalistas profissionais, a fim de esclarecê-los ou corroborá-los. Depois que os primeiros astronautas chegaram à Lua, em 1969, houve quem dissesse que as viagens espaciais tinham sido uma farsa da Nasa. Na tripulação da Apollo 11 não viajaram jornalistas, mas havia jornalistas na decolagem, na Flórida, no Centro Espacial, em Houston, e na cobertura desse evento. Sempre haverá pessoas que querem acreditar que o pouso na Lua não aconteceu, mas relatos científicos e solidamente documentados dessa viagem espacial abundam.

No metaevento que tem sido a pandemia, a mídia tem desempenhado um papel fundamental, primeiro, ao divulgar o surto e a disseminação do vírus e, em seguida, durante as ondas de contágio, ao divulgar explicações e informes das autoridades, avanços na pesquisa científica sobre a covid-19, o estado da infraestrutura médica e muitas das vicissitudes em nossas sociedades. Soubemos de um grande número de fatos relatados e legitimados pela mídia. Mas ao lado disso, muitas mentiras também foram espalhadas.

Muitas pessoas procuram explicações não científicas para a pandemia. O fanatismo, as trapaças e o desejo de acreditar em soluções mágicas para uma tragédia que, por vezes, sobrecarregou nossas instituições e sociedades, conduz muitas pessoas a espalhar notícias de remédios providenciais, conspirações infames ou catástrofes sanitárias maiores do que aquelas que ocorreram. Um grande número dessas versões circula em redes como o WhatsApp e, como apontamos antes, nem sempre são esclarecidas por instituições estatais ou pelos meios de comunicação.

Há versões falsas, inclusive com tons de pseudociência ou, às vezes, abertamente em oposição à ciência, que são espalhadas por personagens que têm responsabilidade pública e institucional. Estamos nos referindo a governantes de vários países que elogiaram as capacidades de cura dos chamados remédios para a covid-19, ou se manifestaram contra medidas essenciais de saúde.

Os presidentes Donald Trump, nos Estados Unidos; Jair Bolsonaro, no Brasil; e Andrés Manuel López Obrador, no México, foram alguns dos governantes que desorientaram suas sociedades com um discurso que mentiu em pelo menos três aspectos. Em primeiro lugar, rejeitaram a gravidade da pandemia: durante meses, recusaram-se a reconhecer que se tratava de uma crise global que atingiria intensamente seus países. Mesmo nos momentos de maior contágio, eles tentaram minimizá-la. Em segundo lugar, esses e outros governantes promoveram o uso de drogas de eficácia não comprovada ou mesmo remédios mágicos – Trump e Bolsonaro recomendaram substâncias contendo cloro e López Obrador disse que a pandemia poderia ser combatida com estampas religiosas. Em terceiro lugar, recusaram-se a promover ações necessárias, como o uso da máscara faciais. Milan e Treré (2020) consideram

que tanto López Obrador quanto Bolsonaro aproveitaram-se de “narrativas distorcidas mobilizadas a serviço de agendas populistas” (p. 2).

A coincidência desses e de outros governantes, que intencionalmente ou não enganaram suas sociedades, merece análises mais amplas que discutam, entre outras coisas, o caráter populista desses personagens além de suas ideologias. Aqui apontamos isso porque atitudes como essas contribuem para a desorientação de sociedades já assustadas e perturbadas pela pandemia. A mídia profissional tem uma forte responsabilidade de lançar luz sobre todos os tipos de mentiras, mesmo aquelas que são espalhadas pelos governantes.

Desde o início da pandemia, a Organização Mundial da Saúde (OMS) reconheceu que, paralelamente à disseminação do coronavírus, uma *infodemia* estava se espalhando: uma onda de notícias falsas que dificultaria as ações para combater a doença.

Uma infodemia, em poucas palavras, é uma abundância excessiva de informação, boa e ruim. Juntas, elas formam um tsunami virtual de dados e aconselhamentos que dificultam que pessoas, em todas as esferas da vida, encontrem mensagens claras, fontes confiáveis e orientação confiável quando precisam. Parte delas são apenas confusas, mas outra parte da informação errônea pode ser muito prejudicial à vida. Abordar uma infodemia como essa é um desafio novo, mas centralmente importante, para responder a todos os surtos da doença. (World Health Organization, 2020, p. 1)

7) *No metaevento, as habilidades dos usuários para pesquisar e aceitar informações são reconfiguradas.* O público da mídia está sobrecarregado com as enormes quantidades de informação que, durante a pandemia, têm circulado com maior intensidade; as notícias se repetem e muitas vezes se contradizem de uma fonte para outra, nos chocando e confundindo. No entanto, longe de se refugiar em perplexidade, o público dos meios concentrados, que também são usuários dos meios descentralizados, exerce sua capacidade de preferir algumas fontes de informação em vez de outras.

Uma pesquisa coordenada pela professora Ingrid Volkmer, da Universidade de Melbourne, apoiada pela OMS e pela empresa Wunderman Thompson (2021, p. 3) reuniu as opiniões sobre os hábitos de informação na pandemia de 23.500 pessoas, com idades entre 18 e 40 anos, em 24 países. Os resultados contradizem a suposição de que os jovens dependem principalmente das redes sociodigitais para conhecer as notícias, pois 43,6% deles disseram que, para se informar sobre a covid-19, preferem consultar jornais impressos nacionais, televisão ou rádio; outros 36,2% pesquisam on-line; 35,25% consomem mídia internacional – cada

entrevistado ofereceu mais de uma resposta –; e 34,2% veem informações dos meios de comunicação tradicionais disseminadas nas redes sociodigitais.

Esses dados sugerem que, mesmo quando estão quase permanentemente conectados ao fluxo ininterrupto de conteúdo oferecido pelas redes sociodigitais, os usuários – especificamente adultos jovens – prestam atenção à mídia profissional para conhecer a pandemia. Isso não significa que, no metaevento, a preferência por redes sociodigitais tenha regredido em relação à mídia convencional, mas, simplesmente, que as pessoas distinguem entre algumas fontes e outras e sabem que em espaços como Facebook ou Instagram há conteúdo de autenticidade discutível. Por isso, quando olham para informações sobre a covid-19 em redes sociodigitais, esses usuários fazem isso em espaços, contas ou linhas do tempo dos meios de comunicação tradicionais.

Apenas 16% dos entrevistados disseram que, para se informar sobre a pandemia, recorrem ao conteúdo colocado por amigos nas redes sociais e 11,6% afirmaram buscar conteúdo divulgado por influenciadores ou celebridades. Esse fato é significativo porque algumas notícias falsas mais conhecidas – por exemplo, as falas tolas, mas muito divulgadas, contra as vacinas – foram espalhadas por pessoas famosas, incluindo cantores ou atores, que, como têm centenas de milhares de seguidores, podem fazer mais mal ao disseminar essas mentiras. Para completar o circuito de desinformação, devido a serem publicadas por indivíduos com grande notoriedade, muitos meios de comunicação difundem essas mensagens, mesmo que seja para mostrar as extravagâncias de tais personagens. O estudo antes citado indica que, apesar da fama que esses influenciadores alcançam dentro e fora das redes digitais, os usuários das redes, em geral, não reconhecem sua autoridade em assuntos relacionados à saúde ou à ciência.

A mídia concentrada também não tem absoluta confiança: 58,3% dos entrevistados reclamou da grande quantidade de informações, o que os sobrecarrega; 51,9% disseram que pararam de ver as notícias sobre a covid-19; e 59,3% – quase seis em cada dez pessoas – acreditam que os meios não estão dizendo toda a verdade (Wunderman Thompson, 2021, p. 9).

É preciso aprofundar e continuar o estudo das audiências – que por sua vez são cidadãos com agendas, contextos e preferências – na pandemia. A partir de dados como os mencionados anteriormente, podemos considerar que no metaevento as pessoas, em grandes percentuais, diversificam, em variadas fontes, seu consumo e a busca de notícias sobre a epidemia, e preferem os meios concentrados independentemente do formato ou plataforma na qual os consultam (diretamente ou on-line), mas, ainda assim, não investem toda a sua credibilidade nesses meios.

Os cidadãos do ecossistema midiático-digital são céticos, obtêm suas informações de várias fontes e confrontam-nas. Essa atitude crítica pode significar um dique para a disseminação de notícias falsas, mas também para a credibilidade de governos e das autoridades de saúde, cujas indicações, quando apoiadas por fatos científicos, são indispensáveis para superar a epidemia.

8) *O metaevento transforma práticas e hierarquias na mídia.* Os meios de comunicação reportam notícias e situações concretas. Sua rotina é o choque permanente. Os comunicadores, especialmente os jornalistas, vivem e registram notícias que não têm horários ou cenários fixos. O horário de fechamento, nos meios concentrados, era o horizonte diário antes do qual a notícia tinha que chegar à redação e ser preparada para a edição. Esse limite desapareceu com edições digitais que se renovam constantemente, embora essa avidez por novidades seja frequentemente satisfeita com notas triviais ou repetitivas.

Os ritmos de trabalho nas redações, já alterados com a intensidade dos formatos digitais, são sobrecarregados no metaevento. As próprias situações da mídia e dos trabalhadores da informação foram alteradas. Ninguém pode se distanciar da epidemia que, de várias maneiras, afeta a todos nós. As notícias dos contágios e seus efeitos em muitos casos têm sido autobiográficas, relatadas até mesmo em primeira pessoa. Para dar cobertura jornalística ao metaevento, que por definição é inesgotável, os meios e os jornalistas se esforçam para encontrar ângulos originais e mostrar as vastas dimensões de saúde, econômicas ou políticas da tragédia, entre outras áreas, sem perder de vista as pessoas. Já nos referimos, entre muitos outros exemplos possíveis, às capas do *The New York Times* e da *Folha de S.Paulo*.

Durante este metaevento, a mídia ficou sem seu centro de gravidade, que são as redações. As redações têm sido tradicionalmente espaços para encontros – e até conflitos – pessoais e profissionais dos jornalistas. Lá, as notas que aparecerão no noticiário daquela noite ou no jornal da manhã seguinte são escritas e editadas, mas muitas vezes também discutidas. Nesses meios de comunicação, a urgência que sempre estimula o trabalho jornalístico e a estrutura hierárquica, na qual diretores ou editores-chefes tomam decisões inapeláveis, impedem amplas deliberações sobre critérios editoriais. Por isso, entre outras coisas, trata-se de meios concentrados. No entanto, o pouco ou muito de interação entre jornalistas e editores ocorre na sala de redação.

A pandemia diminuiu a centralidade das redações e as substituiu, ainda que parcial e temporariamente, pelos trabalhos remotos e reuniões em plataformas digitais como o Zoom. Repórteres, mas também revisores e editores, editores de vídeo, designers, engenheiros de som e outros especialistas em cada etapa da

fabricação do produto informativo, trabalharam em suas casas. Muitas publicações e mídias on-line já utilizavam o trabalho à distância de seus repórteres e editores, mas agora as grandes redações dos meios concentrados estavam parcial ou totalmente vazias por semanas ou meses. Ainda serão avaliadas as consequências desse deslocamento da centralidade da redação para o descentramento do trabalho jornalístico on-line.

9) *O metaevento torna os trabalhadores da informação mais vulneráveis.* A tarefa dos jornalistas, especialmente os repórteres que vão ao local onde os eventos ocorrem para gravá-los e convertê-los em notícia publicável, com frequência, experimenta fortes riscos. Governos autoritários em âmbito nacional, local e municipal, bem como gangues criminosas e figuras autoritárias instaladas em todos os tipos de poderes factuais, ameaçam e atacam os jornalistas que publicam informações de que não gostam, ou procuram impedir que sejam publicadas. A falta de proteção dos repórteres é uma das grandes limitações encontradas pelo exercício da democracia em diferentes países, entre outras áreas, na América Latina.

A pandemia intensificou a vulnerabilidade dos jornalistas. Além dos senhores da guerra e dos criminosos, agora é o vírus que ameaça e ataca milhares de trabalhadores da informação. Muitos deles adoecem quando cobrem notícias em hospitais ou em locais onde pegam a infecção. Em uma pesquisa com jornalistas de vários países da América Latina, a pesquisadora Lizy Navarro Zamora (2021, p. 234) constatou que, em abril de 2020, apenas 7% desses trabalhadores da informação possuíam equipamentos de proteção contra o vírus, como máscaras e óculos. Dois meses depois, em junho, o número de jornalistas com esse equipamento básico havia subido para 52%. Em outras palavras, em uma das fases mais contagiosas de nossos países, quase metade dos jornalistas não tinha máscaras faciais.

Além dos baixos salários sofridos pelos jornalistas em quase todos os meios de comunicação e países latino-americanos, há a continuidade da epidemia. Desde março de 2020, a organização Press Emblem Campaign (2021), com escritórios em Genebra, Suíça, faz um levantamento dos jornalistas que morreram em consequência da covid-19. A partir de junho de 2021, o inventário chegava a 1.521 jornalistas mortos pela doença, em 77 países.

Mais da metade dos repórteres mortos pela covid-19 do mundo, 803 jornalistas, viviam na América Latina. O país com mais jornalistas mortos por essa causa foi a Índia, com 255, depois o Brasil, com 243, o Peru, com 163, o México, com 112, e a Colômbia, com 67 jornalistas mortos pelo vírus. Na maioria dos nossos países, os jornalistas não são reconhecidos como trabalhadores essenciais

e não têm proteção, primeiro para não serem infectados e, posteriormente, na administração de vacinas contra a covid-19.

10) *O metaevento requer coberturas jornalísticas multidimensionais.* A pandemia é, e daí seu nome, global. A epidemia que cresceu em 2020 se expandiu mais rápido do que qualquer outra na história, porque as pessoas estão se movendo mais do que nunca. A facilidade de viagens e migrações entrelaça as economias e as culturas, mas também transporta os vírus.

Ao informar sobre as dimensões globais e nacionais da pandemia, ou do que ocorre nas grandes cidades, os meios concentrados muitas vezes negligenciam o relato de seus efeitos em pequenas e médias localidades. Nos noticiários de televisão e na imprensa no México, por exemplo, ficamos sabendo do passo a passo sobre o desenvolvimento da epidemia na Cidade do México, mas sabíamos pouco sobre a situação nas pequenas e pobres cidades de Oaxaca ou Chiapas. A mídia colombiana mostrou as consequências do vírus entre as pessoas que vivem em Bogotá ou Cali, mas eles olharam menos para Puerto Carreño ao lado de Orinoco, ou Letícia, que está localizada na Amazônia.

Um dos fatores que limita consideravelmente a informação de/para as comunidades distantes das grandes metrópoles é o crescente desaparecimento dos jornais locais. Em todo o mundo, mas principalmente em países com menor tradição de leitura dos diários e sem apoios do estado para a publicação de jornalismo local e/ou de qualidade, essa imprensa tem se encolhido até quase a extinção. Mesmo nos países mais desenvolvidos, a pandemia afetou o jornalismo: “Nenhum jornal, grande ou pequeno, tanto jornais nacionais quanto semanários locais, esteve imune aos efeitos do contágio” (Greenslade, 2020, p. 8) resenhou um jornalista britânico.

A proliferação de publicações on-line tem sido, por sua vez, uma das causas da crise da imprensa local e uma de suas possibilidades de sobrevivência. A disponibilidade de sites digitais torna dispensável, para muitos leitores, comprar jornais impressos ou de suas versões on-line. Por outro lado, é na internet que muitas publicações que deixaram de ser impressas se refugiam. De qualquer forma, o jornalismo local se empobreceu e em muitas cidades praticamente desapareceu.

Na pandemia há falta de voz e de olhar dos jornalistas locais. Esse é um problema global, como o próprio metaevento, que o historiador Timothy Snyder (2020) lamenta desta forma:

O coronavírus era uma notícia local que não pôde ser adequadamente coberta porque não temos repórteres locais. A maioria dos condados estadunidenses não

D

Metaevento: Meios, redes e cidadãos na pandemia

tem mais um jornal apropriado. . . . Nos lugares em que as redes sociais extinguiram o jornalismo local, prevalecem a desconfiança e a ignorância. Não é apenas que os fatos estejam ausentes; é que as redes sociais espalham falsidades irracionais, inclusive sobre a pandemia, que nunca teriam sido aprovadas para divulgação em um jornal. (p. 104)

Essa não será a única pandemia que a humanidade enfrentará, nem o único metaevento que a mídia terá que relatar. Quaisquer que sejam suas mensagens e circunstâncias, a comunicação nas próximas etapas exigirá coberturas jornalísticas pelos meios de comunicação concentrados, incluirá o uso de redes sociodigitais e os cidadãos vão descobrir e escolher conteúdos, e se expressar para ressaltar sua condição de indivíduos, independentemente das comunidades de que fazem parte. O reconhecimento e o estudo das tendências e de usos das informações realizados durante essa crise possibilitariam antecipar a comunicação diante de outros metaeventos. A mudança climática se configura como o próximo desastre global. “Cobrir a pandemia é um momento-chave para rearticular o que significam ‘nações’ e ‘estados’ na era das crises sistêmicas e globais. Nesse sentido, a cobertura da covid-19 está preparando o terreno para futura cobertura climática” (Kunelius, 2020, p. 3).

Em 16 de junho de 2021, enquanto outros países mantiveram altos níveis de infecções por covid-19 com todas as suas consequências, nos Estados Unidos houve uma enorme causa de luto e novos vislumbres de esperança. Naquele dia, o país atingiu 600 mil mortes por coronavírus e, ao mesmo tempo, os estados de Nova York e Califórnia anunciaram o fim de quase todas as restrições devido à covid-19, tanto em instalações comerciais e escritórios quanto em reuniões sociais. O governador de Nova York, Mario Cuomo, declarou: “Este é um dia memorável [*momentous day*]”. O *New York Times* anunciou em sua manchete principal: “Memorável: Nova York e Califórnia Abertas [*‘Momentous’: New York and California Open*], mas em sua manchete seguinte acrescentou: “A nação está se aproximando de 600 mil mortes, apesar do avanço”. No metaevento cada coletividade, assim como cada pessoa, tem seus marcos memoráveis.

Quando o primeiro semestre de 2021 acabou e estávamos havia um ano e meio lidando com as notícias da pandemia, parei de procurar na internet diariamente por estatísticas sobre a propagação do vírus, me conformando com o resumo que o noticiário televisivo a que assisto todas as noites oferecia. Na minha conta no Twitter, configurei uma lista de especialistas que comentam sobre as opções de vacinas, a

necessidade de ventilar espaços fechados, as ameaçadoras novas cepas do vírus ou políticas de saúde em vários países. Todos os dias há novidades nesses temas e, por mais que estejamos acorrentados a ele há muitos meses, esse carrossel informativo não deixa de surpreender. Também sofro, e espero que a capacidade de emoção não desapareça, toda vez que ouço falar de algum amigo ou conhecido que está nos deixando por causa da coronavírus. O metaevento é todo aquele mosaico de fatos, reações e emoções entrelaçados, internalizados e hierarquizados de acordo com a circunstância de cada um de nós. Este é o tempo que tivemos que viver. Temos que fazer um esforço para entendê-lo. ■

REFERÊNCIAS

- Bauman, Z. (2007). *Tiempos líquidos: Vivir en una época de incertidumbre*. Tusquets.
- De la Garza, L. A. (1991). El historiador, los hechos y la información. *Estudios políticos*, (5), 39-48. <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.1991.5.59889>
- Durkheim, E. (1986). *Las reglas del método sociológico*. Fondo de Cultura Económica. (Trabalho original publicado em 1895)
- Flood, A. (2016, 15 de novembro). ‘Post-truth’ named word of the year by Oxford Dictionaries. *The Guardian*. <https://bit.ly/3BpNUqN>
- Greenslade, R. (2020). Is this the virus that kills us off? *British Journalism Review*, 31(2), 5-11. <https://doi.org/10.1177/0956474820931388>
- Grippe, J. (2020, 23 de maio). The project behind a front page full of names. *The New York Times*. <https://nyti.ms/3hTqrXi>
- Keane, J. (2020, 1º de maio). La democracia y la gran pestilencia. *Letras Libres*, (257), 8-14. <https://bit.ly/3zl7J0H>
- Kunelius, R. (2020). On the overlap of systemic events: Covid-19, climate, and journalism. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305120948197>
- Lee, B. Y. (2020, 11 de julho). Face masks with 5G antennas, the latest Covid-19 coronavirus conspiracy theory. *Forbes*. <https://bit.ly/3kH9kcZ>
- López de Suazo Algar, A. (1990). *Diccionario del periodismo*. Pirámide.
- Milan, S., & Treré, E. (2020). The rise of the data poor: The COVID-19 pandemic seen from the margins. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305120948233>
- Navarro Zamora, L. (2021). Condiciones de trabajo cotidiano de los periodistas de América Latina en la cobertura del fenómeno Covid-19, estudio descriptivo emergente. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 26(50), 223-240. <https://doi.org/10.1387/zer.21963>

D

Metaevento: Meios, redes e cidadãos na pandemia

- Press Emblem Campaign. (2021). *Countries with the most Covid-19 related journalist deaths*. <https://bit.ly/3Bu1bP1>
- Snyder, T. (2020). *Our malady. Lessons in liberty from a hospital diary*. Crown. <https://amzn.to/2UEwEgS>
- Trejo Delarbre, R. (2006). *Viviendo en El Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*. Gedisa.
- Verón, E. (1983). *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Gedisa.
- World Health Organization. (2020). *Managing the COVID-19 infodemic. Call for action*. <https://bit.ly/3rsiawT>
- Wunderman Thompson, The University of Melbourne y Pollfish. (2021). *Social Media and COVID-19: A global study of digital crisis interaction among gen Z and millenials*. <https://bit.ly/3rrBhqz>

Artigo recebido em 22 de junho de 2021 e aprovado em 15 de julho de 2021.

O passo atrás de Lucrecia: Disputas discursivas entre filmes e séries

Lucrecia's step back: Discursive disputes between films and TV series

MARCEL VIEIRA BARRETO SILVA ^a

Universidade Federal da Paraíba, Programa de Pós-graduação em Comunicação.
João Pessoa – PB, Brasil

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar as disputas discursivas que permeiam o debate comparativo entre filmes e séries no contexto da crítica cultural contemporânea. Partimos dos argumentos da diretora Lucrecia Martel contra as séries televisivas para compreender, diacronicamente, as tensões históricas entre cinema e televisão e a sua perenidade no cenário atual. Para isso, proporemos aqui três eixos dominantes na avaliação comparativa: experiência espectral, estilo e narrativa. Com isso, vamos problematizar os argumentos da superioridade apriorística do filme em relação às séries, sem perder do horizonte a natureza distintiva da disputa simbólica em curso.

Palavras-chave: Ficção seriada, filme, cinema e televisão, disputas discursivas, crítica cultural

ABSTRACT

This paper intends to analyze the discursive disputes that permeate the comparative debate between films and TV series in the contemporary cultural criticism. We take from the arguments of Argentinean filmmaker Lucrecia Martel against TV series in order to understand, diachronically, the historical tensions between cinema and television and its perpetuity in the current scenario. To do so, we come up here with three dominant axis in the comparative evaluation: spectatorial experience, style and narrative. With this, we aim to discuss the arguments of an aprioristic superiority of film over TV series, without forgetting the distinctive nature of this ongoing symbolic dispute.

Keywords: Serial fiction, film, cinema and television, discursive disputes, cultural criticism

^a Professor Associado do Curso de Cinema e Audiovisual e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6156-3059>. E-mail: marcelvbs@hotmail.com

INTRODUÇÃO

A EDIÇÃO DE NÚMERO 44 da revista francesa *CinémAction*, editada por Guy Hennebelle e René Prédal, traz um longo dossiê intitulado “A Influência da Televisão no Cinema” (1987). Aquele era um momento singular da presença do cinema na televisão europeia, e sobretudo francesa, devido à crescente queda na venda de bilhetes em salas comerciais, somada à necessidade de regulamentação da distribuição para cinema e televisão, refletindo-se numa legislação hoje paradigmática no respeito ao tempo das janelas de exibição – o imbróglgio entre o Festival de Cannes e a Netflix, ocorrido na edição de 2017, acerca da programação de filmes da plataforma nas telas do festival, é bastante sintomático da complexidade das relações políticas e econômicas no que se refere à distribuição de filmes no cenário europeu (Fresco, 2019; Lobato, 2019).

Voltando à França dos anos de 1980, o país havia acabado de aprovar a Lei 86-1067, de 30 de setembro de 1986, voltada para a garantia da liberdade de imprensa e para a regulação dos meios de produção e distribuição audiovisual, a fim de assegurar o equilíbrio econômico entre os agentes do setor, que seria acompanhado pelo Conselho Nacional de Cinema (CNC). Uma das questões centrais, e bastante debatida na edição da *CinémAction* supracitada, era a necessidade de preservar a exploração econômica dos filmes nas diferentes janelas disponíveis à época (salas de cinema, videocassete, televisão paga e televisão aberta), bem como inserir os atores interessados na distribuição desses filmes no próprio processo de fomento, através da contribuição das empresas de televisão aos fundos de produção. Gilbert Gregorie (1987), presidente da Federação Nacional de Distribuidoras de Filmes, escreve num dos artigos da revista que, à época, “a audiência de um filme francês se fazia 96% na televisão e apenas 4% na sala de cinema” (p. 41). Nesse sentido, para além das questões estéticas e culturais prementes no debate, Gregorie explica que o modelo de negócio do cinema, tal como se moldou a partir ali nos anos 1980, só era capaz de existir por causa da televisão.

Essa centralidade econômica na relação entre televisão e cinema, além da própria natureza intermediária dos meios audiovisuais, nunca foi, na prática, uma questão bem resolvida. A crítica de cinema, os realizadores, os festivais e a academia, cada qual a seu modo, contribuem ainda hoje para enfatizar, entre cinema e televisão, mais as cisões que as separam que as pontes que as conectam. Um exemplo interessante para ilustrar, no contexto brasileiro, a separação das pesquisas em cinema e televisão é o encontro da Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual (Socine). Embora a Socine (s.d.) tenha como primeiro objetivo, tal como consta no seu Estatuto, artigo 2, “a) aglutinar, sistematizar e

divulgar experiências relativas ao estudo da imagem em movimento, em seus diferentes suportes, e áreas afins”; seus encontros são ocupados, em sua mais larga proporção, por pesquisas de cinema *tout court*, para as quais o audiovisual – e a televisão, acima de tudo – é um apêndice circunstancial, uma salvaguarda às inconstâncias do exclusivismo.

Através de uma pesquisa nos cadernos de resumo dos quatro últimos encontros¹, vimos que o termo *televisão* aparece, em títulos de trabalhos e resumos, da seguinte maneira: em 2016, o termo surge quatorze vezes; em 2017, aparece dez vezes; em 2018, é mencionado oito vezes; e, por fim, em 2019, apenas três vezes. Para termos um comparativo, a palavra *cinema* aparece, em 2016, 730 vezes; em 2017, 664 vezes; em 2018, 647 vezes; e, em 2019, 694 vezes².

No presente trabalho, não nos cabe determinar as razões, de ordem política, cultural e sobretudo epistemológica, que justificam tal descompasso. Nem se configura nosso propósito requerer qualquer tipo de atenção determinada, como se as pesquisas em televisão carecessem de uma cota de tela nos encontros da Socine – há outros fóruns, em diferentes organismos e sociedades de pesquisa, que sobrevivem frutiferamente nas suas singularidades. O que nos interessa, portanto, é compreender, nos termos de hoje, a natureza discursiva das disputas entre filmes e séries, e entre cinema e televisão, no debate contemporâneo, para que uma crítica do audiovisual possa também ter no seu horizonte a complexidade da relação entre os meios, suas conexões e seus descompassos, sem cair apenas em suas distinções culturais.

O ponto de partida, que surge no título deste trabalho, veio da chamada de matéria contendo uma entrevista da diretora argentina Lucrecia Martel, para o periódico portenho *Perfil*, na ocasião de lançamento de *Zama*, seu mais recente filme: “Las Series Son un Paso Atrás” (Domínguez, 2018), estampa a matéria, num claro desejo de uma declaração polêmica da renomada diretora, a fim de obter os famosos cliques. No entanto, ao pesquisar outras entrevistas de Lucrecia Martel, as suas diatribes contra a televisão, os serviços de vídeo sob demanda e, sobretudo, as séries televisivas, continuaram uma constante, tornando evidente o interesse de iluminar um debate que muitos julgavam ultrapassado: as séries de TV, tão proeminentes enquanto fenômeno sócio-histórico da contemporaneidade, com sua lógica de exibição doméstica, altamente serializada, de distribuição mundial, com a recomendação muitas vezes definida por algoritmos e estimulada ao consumo excessivo, seria, nas palavras da diretora, um “passo atrás na linguagem audiovisual”. Estamos, afinal, numa *cultura das séries* (Silva, 2014), um momento singular e altamente globalizado de produção, circulação e consumo de obras audiovisuais seriadas. As falas de Martel, portanto, serviram para trazer novamente ao primeiro plano do debate as disputas simbólicas entre

¹ Devido à pandemia da Covid-19, o Encontro anual da Socine foi cancelado em 2020.

² Informações colhidas do site da Socine: <https://bit.ly/3paFZrO>.

cinema e televisão que, pelo menos desde o pós-guerra, ilustram a complexa tensão cultural, econômica e política que atravessa os campos.

Ao analisar a literatura sobre a interface entre cinema e televisão, duas perspectivas se impuseram como dominantes: de um lado, temos uma larga tradição de pesquisas, de viés sócio-histórico, que investiga as relações entre os meios a partir das articulações entre os agentes institucionais (canais, estúdios, produtoras), as instâncias criativas (dramaturgos, diretores, encenadores) e as esferas públicas de circulação e recepção. Trabalhos como os de Hannah Andrews (2014), sobre as convergências e divergências entre cinema e televisão na Inglaterra a partir dos anos 1990, e de Lucy Mazdon (1999), que investiga a presença do cinema na televisão britânica, investem nessa abordagem para enfatizar a *inquestionável relação próxima* entre as mídias, vista muitas vezes com demérito pela crítica. Essa depreciação costuma interditar, como argumenta a autora, “tanto a análise detida desta interconexão quanto a compreensão dos processos de trocas e transformações que ocorrem quando os filmes transitam entre as duas mídias”³ (p. 72).

³No original: “both close analysis of this interconnection and an understanding of the processes of exchange and transformation which occur as films move between the two media”. Esta e demais traduções, do autor.

De um ponto de vista nacional, uma matriz inescapável para compreender as articulações entre cinema e televisão é Renato Ortiz (1995), por seu interesse em investigar a formação cultural do país observando como tanto o cinema quanto a televisão historicamente tensionaram as posições subsumidas da cultura popular, da cultura erudita e da cultura de massas, criando atravessamentos e rearranjos específicos para a construção de ideias de identidade nacional e de cultura brasileira. Esse tensionamento é notório na própria formação das condições industriais para a produção cinematográfica no comparativo com as dinâmicas particulares de consolidação infraestrutural e econômica da televisão, durante as primeiras décadas dessa mídia no país. Ainda nessa linha, uma referência importante são os trabalhos que analisam o histórico de tensões entre cinema e televisão no Brasil (Bahia, 2014; Bahia & Amancio, 2010), aprofundando ainda a necessidade de uma compreensão menos enviesada das disputas comparativas entre os meios.

De outro lado, temos a perspectiva que se interessa pelo estudo da linguagem, investigando as possibilidades expressivas dos meios, suas estratégias de endereçamento de signos, seus enquadramentos, suas sonoridades, a textura sensível das próprias imagens. Aqui, as abordagens podem variar a partir de interesses específicos que vão desde as construções narrativas e ficcionais (Balogh, 2002; Butler, 2018; Machado, 2014; Smith, 2018), a ontologia das imagens cinematográficas e videográficas (Caldwell, 1995; Hart, 2004; Machado, 1997) e as conformações em gêneros e formatos (Edgerton & Rose, 2005; Mittell, 2004).

No entanto, para além de uma tentativa de esgotar as referências numa síntese retrospectiva, o que nos interessa aqui é compreender a natureza distintiva desse debate (Bourdieu, 1996, 2007; Newman & Levine, 2012), observando como, transversalmente, as tensões entre cinema e televisão se revelam no atravessamento de diferentes dimensões analíticas. Assim, para o que nos cabe neste artigo, vamos sistematizar três eixos que alicerçam os argumentos historicamente mais utilizados para depreciar as séries no comparativo com os filmes: experiência espectral, estilo e narrativa.

Essas três categorias não excluem a presença de outras lógicas discursivas – como questões de práticas de produção e recepção – e, quando pensadas de modo articulado, podem aprofundar nossa visão dos conflitos que atravessam a crítica cultural, sobretudo num momento em que grandes serviços de *streaming* nativos da internet reconfiguram o mercado global, diante das urgências de isolamento social e fechamento das salas de cinema ocasionadas pela pandemia da Covid-19. Portanto, para além das rusgas históricas e das disputas econômicas, compreender a indissociabilidade dos laços que unem televisão e cinema parece, como pretendemos apontar aqui, um caminho inescapável para o entendimento da cultura audiovisual na contemporaneidade.

EXPERIÊNCIA ESPECTATORIAL: GAZE, GLANCE E AS TECNOLOGIAS DA IMERSÃO

Durante o lançamento de *Bacurau* (Mendonça Filho & Dorneles, 2019), a equipe do filme fez circular nas redes sociais um curioso informativo: as salas de exibição em que a obra seria lançada deveriam aumentar em um ponto (+1) o volume do som, para que a sensação provocada pelas trocas de tiros no filme fosse capaz de imergir o espectador na cena. Essa determinação técnica, que visava a agudizar a experiência do público com o engajamento sensorial do filme, remete bastante à imbricação inevitável entre a natureza discursiva/narrativa do filme e o seu modelo de exibição pública. Autores como Jacques Aumont (2011) e Fernão Ramos (2016) endossam essa vinculação, destacando os modos como o cinema expandido/instalativo, por reconfigurar a relação do espectador com as imagens/sons em movimento, não mais circunscreve o campo conceitual a que se deu, desde o início, o nome de cinema.

Não se trata de estabelecer uma cadeia valorativa entre diferentes formas de expressão artística com imagens moventes e sons. Nem o cinema é igual ao universo das artes que lidam com imagens que se movem, nem o universo das artes com imagens moventes e sons a ele se restringe. Alguns desenvolvimentos em

D

O passo atrás de Lucrecia

torno do conceito de “cinema expandido” fazem equivaler cinema e o conjunto das imagens em movimento em dispositivos diversos, com prejuízo para ambos os lados. (Ramos, 2016, p. 39)

Dessa forma, o dispositivo de imersão ininterrupta do espectador dentro de uma arquitetura de sala que orienta olhar e ouvidos atentos para o filme projetado, comum ao cinema, constitui uma das marcas – senão a mais reconhecida – da sua experiência espectral. Os aspectos sociais, econômicos e políticos relacionados a essa atividade sempre estiveram no cerne de sua valoração enquanto prática cultural, estruturando assim toda uma cadeia produtiva que pensa a sala de cinema como primeira (e principal) janela de exibição do filme comercial. Além disso, a ênfase na questão da experiência espectral como marcador de distinção em relação à tevê, com sua exibição em aparelhos domésticos, aberta às distrações e à dispersão, representa um atributo valorativo à atenção exclusiva que, muitas vezes, fala mais do horizonte estético no qual se insere a crítica, que da experiência perceptiva na relação com as imagens e os sons.

Nos bastasse isso, a crítica para a serialidade agudiza a lógica de distinção entre os meios. Já nos anos 1980, Omar Calabrese (1984) chamava a atenção para o conjunto de pressupostos que, historicamente, recortaram o interesse do debate estético para as obras únicas, fechadas, de experiência imersiva. Para dar um passo além disso – e, assim, compreender melhor as dinâmicas serializadas de produção, circulação e consumo audiovisual no seio da cultura de massas – ele critica diretamente esses pressupostos e propõe, ao cabo, a ideia de uma estética da repetição:

⁴No original: “El juicio negativo sobre la repetitividad es fruto de la ideología, es decir, de un juicio negativo sobre la primera acepción, la de la producción de serie, que recae también sobre el producto de serie. Y como del producto de serie forman también parte las características de su peculiar estructura interna y de una estructura de la fruición, el juicio negativo se traslada automáticamente también a éstas. Inadecuada, en fin, porque la idea preconcebida de valor impide reconocer en algunos productos contemporáneos el nacimiento de una nueva estética (o el renacimiento de una vieja estética, igual da); precisamente, una estética de la repetición”.

O julgamento negativo sobre a repetitividade é fruto da ideologia, ou seja, de um julgamento negativo sobre a primeira aceção, a da produção em série, que também recai sobre o produto seriado. E como a esse produto pertencem também as características de sua estrutura interna peculiar e de uma estrutura de fruición, o julgamento negativo se volta automaticamente para elas. Isso é inadequado, por fim, pois a ideia preconcebida de um valor estético unitário impede de reconhecer em alguns produtos contemporâneos o nascimento de uma nova estética (ou o renascimento de uma estética antiga, semelhante a ela); precisamente, uma estética da repetição⁴. (Calabrese, 1984, p. 72)

Não bastasse isso, Milly Buonanno (2008) lembra um importante histórico: em sua gênese, a televisão não se configurou como um meio ontologicamente doméstico, tendo as suas primeiras exibições ocorrido em espaços públicos

(bares, igrejas, centros comerciais, praças, museus etc.), onde ainda hoje os aparelhos televisivos permanecem. No entanto, a televisão foi gradativamente sendo *domesticada*, a partir de um processo cultural mobilizado, durante os anos 1950, pela crescente organização das empresas de *broadcast*, pelo desenvolvimento técnico de estruturas de transmissão e recepção, e, por fim, pelo interesse das indústrias de bens de consumo em ampliar a publicidade e, conseqüentemente, o consumo de seus produtos.

Na realidade, a televisão nunca se tornou completamente um meio domesticado, ou um objeto material totalmente doméstico e domesticado, muito embora uma afirmação como essa se choque com o senso comum (incluindo aí o senso comum cientificamente creditado). Não apenas porque sua presença, ainda que tenha se tornado parte da geografia dos espaços habitados, continua a causar alarme, desconfiança e a vigilância mantida em relação àquilo que sabemos não ser totalmente confiável (e, novamente, nada disso ocorre com geladeiras ou máquinas de lavar louça); mas também porque o aparelho televisivo e suas telas nunca abandonaram de fato os espaços públicos que originalmente ocupavam; ao invés disso, a televisão continuou a se espalhar exponencialmente em áreas externas ao lar durante e após a fase de sua domesticação⁵. (Buonanno, 2008, pp. 16-17)

Domesticar a televisão, nesse sentido, implicava não apenas levar o aparelho televisivo para dentro das casas, mas também organizar a programação em termos de hábitos familiares específicos – numa grade, portanto – e formatar os seus conteúdos de acordo com as determinantes políticas, econômicas e culturais que essa domesticação pressupunha. Isso incluiu, claro, a domesticação dos próprios filmes, que passaram, num primeiro momento, a ocupar as grades de programação através de acordos entre os serviços de *broadcast* e os estúdios de cinema e, depois, a serem produzidos e distribuídos pelos próprios canais, através do formato de telefilme. Esse processo ainda se completaria com o surgimento do *home video*, depois dos canais segmentados de televisão a cabo até chegar nos serviços de *Video on Demand* hoje tão centrais para a cultura audiovisual. A televisão, portanto, por seu caráter doméstico, cotidiano, trivial, serializado, estaria para sempre detida nos limites estreitos de uma fruição espectral dispersiva, ainda que os filmes, redimensionados para a tela pequena, tenham entrado na vida ordinária do lar e nela fincado raízes fundas de circulação e consumo.

Por isso, sempre foi importante para a crítica de cinema, embora este nunca tenha perdido do seu horizonte a matriz de espetáculo popular que lhe marca a origem, reafirmar a sua distinção enquanto meio com linguagem e ambições artísticas próprias, ligadas a uma origem perceptual, a uma gênese a partir da

⁵No original: "In reality, television has never become a completely domesticated medium, or a totally domesticated and domestic material object, however much an affirmation of this kind clashes with common sense (including the common sense that is scientifically credited). Not merely because its presence, even though it has become part of the geography of inhabited space, continues to cause alarm, suspicion and the surveillance kept for things that one knows cannot entirely be trusted (and again, nothing like that happens with fridges or dishwashers); but also because television sets and screens have never in fact abandoned the public spaces that they originally occupied; rather, they have continued to spread exponentially in areas outside the home during and after the phase of domestication".

D

O passo atrás de Lucrecia

qual se desdobram todas as outras formas audiovisuais. Definir-se dentro de um dispositivo estruturado para a imersão e a contemplação, sem a possibilidade de dispersões externas, numa sessão pública voltada exclusivamente a esse propósito, contribuiu sem dúvidas para esse processo.

Conforme explica John Ellis (1982), a ênfase do cinema no “olhar atento” (que ele chama de *gaze*) foi crucial para a produção de efeitos estéticos específicos, bem como para a criação de desenvolvimentos técnicos consequentes. Esse “olhar atento” implica usos da imagem e do som próprios, capazes de acionar relações – de adição, de colisão, de esgarçamento etc. – altamente multissensoriais. À televisão, por outro lado, não convinha esse “olhar atento”, mas um “olhar de relance” (*glance*, segundo Ellis), tendo em vista a sua estrutura espectral doméstica, a sua linguagem serializada e em fluxo, o seu uso redundante de imagem e som, para evitar a dispersão.

O cinema oferece uma imagem fotográfica em larga escala, altamente detalhada, para um espectador que está engajado em uma atividade de atenção intensa e concentrada. A televisão aberta oferece uma imagem pequena, em baixa definição, para a qual o som é fundamental para manter a atenção do público. O espectador, aqui, olha de relance, ao invés de atento, para a tela; a atenção, portanto, é mais esporádica que concentrada. Essas duas formas de atenção possibilitam modos diferentes de narrativa para cada meio⁶. (Ellis, 1982, pp. 24-25)

⁶No original: “Cinema offers a large-scale, highly detailed and photographic image to a spectator who is engaged in an activity of intense and relatively sustained attention to it. Broadcast TV offers a small image of low definition, to which sound is crucial in holding the spectator’s attention. The spectator glances rather than gazes at the screen; attention is sporadic rather than sustained. These forms of attention enable different modes of narration to develop in each medium”.

O conflito entre *gaze* e *glance* se arraigou fundo no debate entre cinema e televisão, sendo recorrente em boa parte das críticas às séries televisivas, como a de Lucrecia Martel, por exemplo. Muitos cobram da televisão e das séries ficcionais uma ênfase estética no *gaze*, desconsiderando a própria natureza técnica dos modos de produção, distribuição e consumo televisivos. A despeito disso, as mudanças recentes de ordem técnica na produção (sophisticção das câmeras, captadores de áudio e mesas de edição digital), na distribuição (dentro e fora do fluxo televisivo tradicional) e no consumo (televisores gigantes de tela plana, com altíssima qualidade de som e imagem) têm permitido aos diretores de televisão explorar ainda mais o uso expressivo da forma audiovisual, sofisticando as potencialidades da sua linguagem.

Nesse sentido, o desenvolvimento tecnológico de ponta a ponta na produção de imagens televisivas, que hoje faz parte do cotidiano da experiência espectral, oferece condições materiais para o aprimoramento das possibilidades estilísticas da televisão num cenário de intensa competitividade global por conteúdo seriado. A mesma questão se estende, por exemplo, ao som, mas em outros termos. É curioso perceber como o livro de Ellis (1982), do início dos anos 1980, quando as formas de transmissão e recepção televisivas eram ainda

precárias e, em larga medida, compostas apenas de sinal aberto, já apontava para as diferenças entre cinema e televisão sem se apoiar numa hierarquia apriorística, calcada sobremaneira em aspectos técnicos e narrativos que supusessem uma superioridade do filme em relação à ficção seriada. Para continuar no exemplo do som televisivo, é importante perceber como pesquisas mais recentes, a partir de diferentes abordagens, têm endereçado as especificidades materiais da produção, da circulação e da recepção televisivas no que se refere ao tratamento do material audiovisual (Baade & Deaville, 2016; Carreiro, 2019; Edgar, 2017), destacando como a banda sonora tem funções específicas no meio dispersivo e, a partir delas, pode experimentar novos desdobramentos estéticos e sensoriais.

O som pode ser ouvido onde a tela da TV não pode ser vista. Então, o som é usado para garantir certo nível de atenção, para atrair os espectadores de volta a olhar para a tela. Por isso, a importância dos anúncios, das chamadas de abertura e, até mesmo, da música em diferentes formas de séries. O som segura a atenção de modo mais consistente que a imagem, e oferece uma continuidade que se mantém mesmo diante de lapsos momentâneos de atenção. O resultado disso é um balanço levemente diverso entre som e imagem no comparativo com o cinema. Ao cinema é garantida uma centralidade do espectador por causa do arranjo das poltronas das salas de exibição e do hábito de visionamento de filmes. O som, então, segue a imagem ou diverge dela. A imagem é a referência central no cinema. Mas para a televisão, o som tem um papel muito mais importante⁷. (Ellis, 1982, pp. 128-129)

Observar, portanto, essas diferenças da experiência espectral entre filmes e séries sem considerar a natureza dos meios, o histórico de suas distinções e, sobretudo, o estado contemporâneo das formas audiovisuais, apenas reforça o fosso divergente em que cinema e televisão se entrencharam. No caso das séries televisivas, não são poucos os exemplos recentes de obras que mantêm o papel apelativo do som, sua reiteração imagética e mesmo a dominância do diálogo na equalização das faixas, para construir também atmosferas – a francesa *L'Enffondrement* (Desjardins et al., 2019) e a islandesa *Ófærð* (Kjartansson, 2015-presente) são ótimos exemplos –; trilhas dissociativas e experimentais – a alemã *Dark* (Müsch et al., 2017-2020), a estadunidense *The Leftovers* (Lindelof et al., 2014-2017) e a terceira temporada de *Twin Peaks* (Frost et al., 1990-1991, 2017) –; e pontos de escuta subjetivados, em auricularização primária – de *Breaking Bad* (Gilligan et al., 2008-2013) a *Atlanta* (Glover et al., 2016-presente). A qualidade dos televisores, o convite narrativo ao espectador atento e a lógica criativa por trás da produção seriada contemporânea são indícios que apontam para o desenvolvimento de obras televisivas que, ao invés do

⁷No original: "Sound can be heard where the screen cannot be seen. So sound is used to ensure a certain level of attention, to drag viewers back to looking at the set. Hence the importance of programme announcements and signature tunes and, to some extent, of music in various kinds of series. Sound holds attention more consistently than image, and provides a continuity that holds across momentary lapses of attention. The result is a slightly different balance between sound and image from that which is characteristic of cinema. Cinema is guaranteed a centered viewer by the physical arrangement of cinema seats and customs of film viewing. Sound therefore follows the image or diverges from it. The image is the central reference in cinema. But for TV, sound has a more centrally defining role".

recuo distintivo, parecem apontar com passadas largas para a constituição artística de um campo de aproximações inevitáveis.

ESTILO E NARRATIVA: ATRAVESSAMENTOS E DISTENSÕES ENTRE FILME E SÉRIE

Na referida entrevista para o periódico *Perfil*, Lucrecia Martel aprofunda a sua crítica às séries contemporâneas a partir do comparativo entre as formas narrativas de televisão e cinema:

Há possibilidades [narrativas] a que estava chegando o cinema, e as séries ocuparam o consumo de cinema de autor e o que isso significava na cultura, em termos de trocas. São narrativas muito conservadoras, e com uma dinâmica de televisão, de diálogos carregados de informação, por melhores que sejam⁸. (Domínguez, 2018, para. 5)

⁸No original: “Hay unas posibilidades a las que estaba llegando el cine, que las series han ocupado el consumo del cine de autor y lo que eso significaba en la cultura, en términos de intercambio. Son narrativas muy conservadoras, y con una dinámica de televisión, de los diálogos cargados de información, mucho mejor hecha”.

Voltamos, aqui, para o cerne de uma distinção propriamente ontológica: um meio imersivo (o cinema) e um meio dispersivo (a televisão), se vistos em comparação, vão inevitavelmente recorrer a procedimentos narrativos diversos, de modo a atender à captura do engajamento espectral, da atenção ao fluxo informacional e, claro, à articulação sequencial dos eventos narrados nas suas lógicas de enunciação unitária (nos filmes) e serializada (nas séries).

Diálogos expositivos, muitas vezes endereçados diretamente ao espectador – como os que Martel critica –, são na verdade fundamentais para a compreensão dos eventos narrativos em dispositivos dispersivos. Mesmo séries usualmente celebradas pela sofisticação de seus modelos narrativos recorrem a estratégias repetitivas, reiterativas, recapitulativas e redundantes (Zanetti, 2009) para engajar os espectadores nas histórias – sobre isso, vale lembrar as análises de *The Wire* (Simon et al., 2002-2008) e *Breaking Bad* (Gilligan et al., 2008-2013), sobretudo na ênfase que dão para a investigação das lógicas de serialização e suas relações com as matrizes genéricas do melodrama televisivo (Araújo, 2015; Williams, 2014).

Nesse sentido, é importante perceber como as formas narrativas serializadas estão relacionadas às possibilidades de acesso à história permitidas ao espectador, hoje altamente conectado e capaz de manusear a obra audiovisual em variados dispositivos digitais. Se o cinema pode prescindir de sobreposições entre imagem e diálogo, trabalhando com uma imersão mais sensorial na narrativa, dentro de uma dramaturgia unitária e ininterrupta, a televisão necessita de, constantemente, chamar a atenção do espectador, interpelá-lo para imergir na história e mesmo permitir que situações móveis de consumo multitelas não representem suspensão do engajamento narrativo. Ou seja, as séries televisivas precisam constantemente se

endereçar ao espectador, recuperá-lo da dispersão inexorável, reconduzi-lo enfim ao encadeamento narrativo de onde ele pode eventualmente ter descarrilhado. Para isso, recorrem a inúmeras estratégias de estilo e narrativa. Algumas já se consolidaram na linguagem comum do fluxo televisivo – como as chamadas de abertura ou os enxertos recapitulativos (no modelo *previously on*). Outras, porém, são utilizadas com engenho e inventividade, muitas vezes rompendo com a lógica transparente da narração televisiva clássica (Thompson, 2003) e exigindo, portanto, um olhar mais atento à dinâmica narrativa proposta para que se possa, ao cabo, discernir as tradições e as rupturas na linguagem televisual.

Por isso, não é de se estranhar o quanto Lucrecia Martel, mais adiante em sua entrevista, tece comparações no campo das séries televisivas e, em seguida, entre este e o cinema, com o intuito de problematizar as possibilidades narrativas empregadas. Assim segue: “Não se pode comparar *House of Cards* [Fincher et al., 2013-2018] com *CHiPs* [Rosner, 1977-1983]. Mas se as compara com as possibilidades a que estava chegando o cinema, a complexidade narrativo-audiovisual, [as séries] são um passo atrás”⁹ (Domínguez, 2018, para. 5). É fundamental estabelecer aqui os pressupostos da comparação presumida.

Inicialmente, Martel estabelece um recorte dentro do campo das séries televisivas, operando uma hierarquia entre obras de gêneros, formatos, modelos de distribuição e épocas diferentes para, com isso, indicar uma hierarquia evolutiva em curso. A citada *CHiPs* era um drama policial, de natureza procedural, centrado em uma dupla de policiais rodoviários que, em motocicletas, tentava solucionar os crimes que se apresentavam, se desenvolviam e se resolviam a cada episódio. A série foi exibida pela NBC entre 1977 e 1983, numa época em que os modelos seriados da televisão estadunidense estavam em transição, tanto pela entrada de produtoras independentes na criação de conteúdo original, quanto pelas mudanças regulatórias em termos temáticos e sociais (Feuer et al., 1985; McCabe & Akass, 2007; Thompson, 1997).

House of Cards (Fincher et al., 2013-2018), por outro lado, é uma série dramática produzida em 2013 pela Netflix, serviço de *video on demand* (VoD) que iniciou a produção e a oferta de conteúdo original por *streaming*, ainda no início dos anos 2010 e, com isso, indicou o caminho da economia criativa do audiovisual contemporâneo que, a partir de 2019, contou com a entrada de grandes *players* do mercado do entretenimento nessa lógica digital de consumo seriado (Bianchini, 2018; Jenner, 2018). Desenvolvida por Beau Willimon, um dramaturgo de renome¹⁰, a partir de uma série britânica homônima, *House of Cards* se tornou rapidamente um sucesso, garantido em larga medida pela qualidade da dramaturgia que encenava os interstícios da política americana, e pela força das atuações, tanto de seus protagonistas – Kevin Spacey como Frank

⁹No original: “No podés comparar *House of Cards* con *CHiPs*, ponele. Pero si comparás con las posibilidades a las que estaba llegando el cine, la complejidad narrativa-audiovisual, es un paso para atrás”.

¹⁰Sua peça *Farragut North* foi adaptada para o cinema em 2011, agora com o nome de *The Ides of March* (Clooney, 2011), e rendeu a Willimon, Grant Heslov e George Clooney (que também dirige o filme) uma indicação ao Oscar de roteiro adaptado.

Underwood e Robin Wright como Claire Underwood –, quanto de seus coadjuvantes – o destaque é, certamente, para Mahershala Ali, como Remy Danton.

Essa associação entre uma representação shakespeariana da dinâmica política dos Estados Unidos e uma atualidade da crise da democracia ao redor do mundo, que viu em *House of Cards* um espelho para as suas fraturas institucionais, ajudam a explicar a importância da série como fenômeno cultural dos anos 2010 (Jones & Soderlund, 2017; Palmen et al., 2018; Reichman, 2017). Mesmo com a derrocada do seu ator principal, afastado da série após acusações de abuso sexual sobre atores mais jovens, a relevância de *House of Cards* como marco da guinada produtiva em direção aos serviços de VoD e como obra seriada cuja narrativa deve ser urdida, considerando a nova dinâmica de consumo sequencial (o chamado *binge watching*), permanece bem determinada.

Mas a série da Netflix parece ser um ponto de inflexão dentro de uma trajetória bastante singular de sofisticação da forma narrativa e do estilo audiovisual das ficções seriadas. Não são poucos os estudos que apontam, nos últimos vinte anos, para uma profunda transformação na lógica narrativa das séries televisivas, rompendo com a padronização excessiva dos formatos seriados (unitários, antológicos ou folhetinescos) e produzindo, assim, inovações reconhecíveis na tradição da narrativa televisiva (Bucaria & Barra, 2016; Harlap, 2017; Nahs & Wheleham, 2017; Ryan & Thon, 2014; Weinstock & Spooner, 2016). Quando consideramos a forma narrativa, os conceitos de complexidade narrativa (Mittell, 2006, 2015) e de drama seriado contemporâneo (Silva, 2014, 2016) ajudam a compreender o modo como o *storytelling* televisivo se tornou um campo vasto de experimentações estéticas, introduzindo formas de contar histórias até então circunstanciais na tradição televisiva. Para tanto, vale observar diacronicamente a própria noção de complexidade narrativa, entendida como “um novo modelo de contar histórias que emergiu com uma alternativa às formas convencionais episódicas ou serializadas que caracterizaram boa parte da televisão americana desde a sua gênese”¹¹ (Mittell, 2015, p. 17).

Em termos poéticos, a complexidade narrativa dá conta de uma construção tensa entre a natureza unitária do episódio e o arco longo da narrativa serializada, de modo que o próprio engajamento espectral com as histórias tende a se alterar, exigindo assim um mergulho mais profundo nos universos ficcionais, agora eles mesmos habitados por personagens ambíguos e fios narrativos entrelaçados. A concatenação narrativa não progride necessariamente de modo linear e, com isso, a coerência interna da história muitas vezes só se completa com mais de uma assistência. Sobre isso, é curioso como o próprio Mittell (2015) vai recorrer a uma comparação com o cinema estadunidense para destacar as qualidades que as séries complexas possuem e pelas quais serão reconhecidas no porvir.

¹¹No original: “a new model of storytelling has emerged as an alternative to the conventional episodic and serial forms that have typified most American television since its inception”.

Como a Hollywood dos anos 1970 é lembrada muito mais pelo trabalho inovador de Altman, Scorsese e Coppola, que pelos filmes de desastre, romances e comédias mais convencionais (e, em geral, mais populares) que enchem as salas de cinema, eu acredito que a televisão americana das duas últimas décadas será lembrada como uma época de experimentação e inovação narrativas, que desafiaram as regras do que a mídia poderia fazer¹². (Mittell, 2015, p. 31)

Uma lista de obras complexas seria inevitavelmente robusta e excludente, dada a quantidade de produções, e mesmo pernóstica, como se objetivasse contrapor os argumentos de Martel, atribuindo, por si, outras lógicas de distinção e validação crítica. Não é nosso objetivo reforçar uma tese distintiva de que a complexidade narrativa opera uma cisão epistêmica na tradição das narrativas televisuais. No entanto, cabe apontar que boa parte dos preconceitos distintivos entre filmes e séries se dá pela articulação entre os pressupostos estéticos da obra unitária clássica e um conhecimento apenas superficial das possibilidades e tradições da narrativa ficcional televisiva.

O mesmo se dá com a questão do estilo audiovisual. Embora tenham, há muito, estabelecido como instância criativa central a figura do escritor/produzidor, também conhecido como *showrunner*, as séries televisivas têm encontrado possibilidades materiais e lógicas produtivas que permitem a exploração da textura auditivo-imagética da televisão pelos diretores, de modo a construir possibilidades expressivas para além da transparência clássica e da redundância entre texto e imagem. No caso das possibilidades materiais, estamos falando da supramencionada sofisticação dos equipamentos de captação, edição e transmissão digital, em alta definição, das informações televisuais. Isso tem permitido que os diretores de televisão possam investir em novas possibilidades expressivas para os sons e as imagens das séries televisivas, que agora, num cenário em que as lógicas produtivas lidam com a intensa disputa comercial entre canais abertos, fechados e serviços de VoD, precisam se dedicar à criação de obras singulares tanto em narrativa quanto em estilo.

Isso implica, inclusive, diretores de televisão renomados no comando criativo das séries, numa tradição que remonta a diretores de cinema célebres que trabalharam em minisséries e especiais televisivos – como Ingmar Bergman, Jean-Luc Godard, Rainer Werner Fassbinder, Krzysztof Kieslowski – e que hoje têm como epítome o papel de David Lynch em *Twin Peaks* (Frost et al., 1990-1991, 2017), mas que também se espalha por nomes como Martin Scorsese: *Boardwalk Empire* (Winter et al., 2010-2014), *Vinyl* (Scorsese et al., 2016), David Fincher: *House of Cards* (Fincher et al., 2013-2018), *Mindhunter* (Kono et al., 2017-2019), Jane Campion: *Top of the Lake* (Sherman et al., 2013-2017),

¹²No original: “Yet just as 1970s Hollywood is remembered far more for the innovative work of Altman, Scorsese, and Coppola than for the more commonplace (and often more popular) conventional disaster films, romances, and comedies that filled theaters, I believe that American television of the past 20 years will be remembered as an era of narrative experimentation and innovation, challenging the norms of what the medium can do”.

D

O passo atrás de Lucrecia

Steven Soderbergh: *The Knick* (Jacobs et al., 2014-2015), *Mosaic* (Silver, 2018), Ava DuVernay: *Queen Sugar* (DuVernay et al., 2016-presente), *When They See Us* (Skoll et al., 2019), Woody Allen: *Crisis in Six Scenes* (Aronson, 2016), Bruno Dumont: *P'tit Quinquin* (Dumont, 2014), Sussane Bier: *The Night Manager* (Farr et al., 2016) e Spike Lee: *She's Gotta Have It* (Lee, 2017-2019).

Novamente, o elenco de referências possíveis é apenas circunstancial e aponta, ao cabo, para um horizonte ainda pouco explorado, em termos analíticos, de obras audiovisuais cujo estilo precisa ser compreendido para além das comparações hierárquicas pouco justificadas. Não bastasse isso, acreditamos ainda que a criação de estilos televisivos não é resultado apenas da incorporação de autores renomados do campo cinematográfico para o fazer televisual, no sentido de uma dependência valorativa de um campo em relação a outro. O que nos interessa aqui, precisamente, são essas interconexões, que põem em perspectiva o discurso distintivo habitual diante de experiências e experimentações muito singulares na história da televisão.

Em termos teóricos, dois conceitos têm nos ajudado bastante a compreender as especificidades do audiovisual televisivo: de um lado, a exploração do próprio conceito de estilo para a televisão (Butler, 2010) e, de outro lado, o retorno ao conceito de televisualidade, como um operador próprio para a análise das ficções seriadas. John Caldwell (1995), em trabalho seminal, defende que a televisualidade é a forma específica através da qual a televisão – da mais popular à mais erudita – produz e performatiza o estilo, aqui entendido mais em sua dimensão decorativa e apelativa, que na lógica dos padrões históricos e dos esquemas autorais.

Com crescente frequência, o estilo se tornou ele mesmo o sujeito, o significado, se preferes, da televisão. De fato, essa autoconsciência do estilo se tornou tão grande que ela pode ser melhor caracterizada como uma atividade, uma performance do estilo, ao invés do que apenas um olhar específico. . . . Em suma, estilo, há muito visto como um mero significante ou um recipiente para o conteúdo, os temas, as ideias, tornou-se ele mesmo um dos significados televisivos mais privilegiados¹³. (Caldwell, 1995, p. 5)

Para garantir, portanto, a manutenção do espectador no programa, dentro de um dispositivo técnico de *zapping* ou sociabilização digital dispersiva, a televisão recorre a formas seriadas, com narrativas e estilos, cujas matrizes históricas a precedem, mas que nela – na televisão – parecem ter encontrado um meio determinante para a sua perpetuação continuada. A serialização, portanto, não é um mero imperativo comercial, alicerçado em propósitos escusos de proliferação exaustiva, mas uma maneira técnico-estética tanto de organização dos

¹³No original: "With increasing frequency, style itself became the subject, the signified, if you will, of television. In fact, this self-consciousness of style became so great that it can more accurately be described as an activity, as a performance of style, rather than as a particular look. . . . In short, style, long seen as a mere signifier and vessel for content, issues, and ideas, has now itself become one of television's most privileged and showcased signifieds".

conteúdos, quanto de engajamento sensorio e afetivo das audiências. Por isso, a exploração dos aspectos narrativos e estilísticos fazem parte da rotina criativa de autores e diretores que, cada vez mais, parecem encontrar nas obras seriadas um campo de experimentação ainda vasto a ser desbravado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para além das comparações espetatoriais, estilísticas e narrativas, a relação entre cinema e televisão se enlaça também nos modelos de negócio próprios a cada meio, mas que, a partir sobretudo da segunda metade do pós-guerra, tornaram-se cada vez mais imbricados. Por modelo de negócio, entendemos as diferentes maneiras pelas quais os meios se organizam para permitir a estrutura de produção, distribuição e consumo dos seus produtos. Aqui, cinema e televisão muitas vezes se diferenciam, mas para logo em seguida se reencontram. Dentro de um cenário multitela que demanda circulação das obras em diferentes janelas, a experiência da sala de exibição não limita o cinema a esse espaço dominante, mas se estabelece como janela inicial de apreciação. Não bastasse isso, tanto os grandes estúdios, hoje fortalecidos em conglomerados midiáticos, quanto as produtoras independentes necessitam cada vez mais produzir também para a televisão e os serviços de *streaming*, seja por causa de leis de cota de tela (como a lei 12.485/11, no Brasil), seja pela alta demanda de conteúdo dos diferentes exibidores, trazendo para o horizonte das disputas econômicas as tensões entre cinema e televisão.

Para se ter uma ideia – e aqui trago dados disponibilizados pela Agência Nacional do Cinema (Ancine, 2018) –, entre 2011 e 2016, 701 filmes foram lançados comercialmente no Brasil, tendo o cinema como janela prioritária de exibição. Desses, apenas 64 não foram depois lançados em outros seguimentos. Os demais tiveram como segunda janela a TV aberta (quinze), a TV Paga (241), serviços de VoD (163) e vídeo doméstico (218). Além disso, desse total de 637 filmes, 515 tiveram uma terceira janela, 266 uma quarta e, por fim, 101 tiveram até uma quinta janela de exibição.

Pensar, portanto, o cinema e a televisão enquanto meios díspares, hierarquicamente distintos, não condiz com o que é produzir audiovisual no Brasil e no mundo hoje. Suas estratégias, suas linguagens e seus dispositivos podem sempre apontar para usos diversos do texto audiovisual – e é bom que o façam. Porém, e esse é o argumento que defendo aqui, compreender as complexas dinâmicas que aproximam – estética, econômica e culturalmente – a televisão do cinema deve ser uma importante matriz discursiva – e inclusive, política – do que é e será produzir e refletir sobre audiovisual hoje. Epistemologicamente, parece determinante inserir o debate sobre as séries televisivas contemporâneas, precisamente

nessa intersecção nebulosa dos campos de estudos de cinema e de televisão, em que alguns veem as evidências de um elitismo cultural, mas outros enxergam as dinâmicas do entrelaçamento midiático das audiovisualidades contemporâneas.

Em termos metodológicos, é importante ainda apontar caminhos que desatem os nós desses preconceitos, de modo a compreender os casos particulares na historicidade de suas manifestações e, a partir disso, urdir as eventuais generalizações que definem os processos de modo mais amplo. Essa articulação entre indução e dedução constitui etapa indispensável para a ruptura com os solipsismos da crítica cultural mais enviesada, de modo que o lugar das séries televisivas na tradição das formas audiovisuais possa ser compreendido com a complexidade que lhe é própria.

Newman e Levine (2012) nos lembram que o processo de *legitimação* da televisão, seja na academia, seja na crítica cultural, é um movimento sem fim, que precisa sempre ser reforçado, debatido, disputado. Não se trata apenas de uma delimitação distintiva de um campo que precisa ser apreciado a contento, mas de um esforço para compreender a história cultural dos meios, as transformações poéticas e estéticas das obras e, por fim, as dinâmicas autorais que configuram a singularidade da produção seriada e sua aguda incidência no cenário cultural contemporâneo. A serialização, portanto, não pode representar um *passo atrás* – como se, ao cabo, o desenvolvimento da linguagem fosse uma evolução retilínea conduzida, é óbvio, pelo cinema autoral –, mas certamente é *um passo além*, um caminho de possibilidades expressivas alicerçado numa estrada cada vez mais comum de aproximações intermediárias.

Ao analisar diacronicamente os processos discursivos de distinção entre filmes e séries, estabelecemos neste artigo três eixos centrais que alicerçaram o debate: espectralidade, estilística e narrativa. Como já argumentamos, esses eixos não esgotam a questão, visto que outros elementos, dentro das condições históricas de produção, circulação e consumo de cada meio específico, podem ser recuperados para ilustrar o problema. Ao revisitar a literatura sobre o tema, porém, parece claro que essa distinção atravessa não apenas os pontos de vista das instâncias produtivas, como o caso da cineasta Lucrecia Martel, mas também a crítica cultural, o consumo e a própria academia, numa dinâmica discursiva que apresenta especificidades próprias em cada país, mas que, no Brasil, se manifesta numa dificuldade perene em pensar os campos de estudos de televisão e de estudos de cinema como áreas muito mais transversalmente articuladas do que as nossas agendas de pesquisa pressupõem.

O que advogamos aqui, ao cabo, é que esse esforço distintivo deve ser criticado com base nos efeitos problemáticos que impõe à compreensão efetiva das formas contemporâneas de produção, circulação e consumo de audiovisual. Com a pandemia de Covid-19, o fechamento de *sets* de filmagem, estúdios de

televisão, salas e festivais de cinema, além do fortalecimento dos serviços de *streaming* na produção de conteúdos originais e na distribuição de uma programação diversa, doméstica e tecnologicamente acessível, pensar o campo do audiovisual nessa articulação entre cinema, televisão, internet e mídias interativas, parece um caminho inescapável para o entendimento de um presente em profunda transformação e de um futuro que se antecipa radicalmente. ■

REFERÊNCIAS

- Agência Nacional do Cinema. (2018). *Filmes brasileiros: Causa ou efeito. o cenário em 2018 e as perspectivas para 2019*. <https://bit.ly/3vV6XWI>
- Andrews, H. (2014). *Television and British cinema: Convergence and divergence since 1990*. Palgrave MacMillan.
- Araújo, J. (2015). *Crystal blue persuasion: A construção do mundo ficcional no seriado televisivo Breaking Bad* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Bahia]. Repositório institucional da UFBA. <https://bit.ly/3fGZDII>
- Aronson, E. (Produtora executiva). (2016). *Crisis in six scenes* [Crise em seis cenas] [Série de televisão]. Amazon Studios; Gravier Productions.
- Aumont, J. (2011). Que reste-t-il du cinéma? *Rivista di estetica*, (46), 17-31. <https://doi.org/10.4000/estetica.1634>
- Baade, C. L., & Deaville, J. (2016). *Music and the broadcast experience: Performance, production and audiences*. Oxford University Press.
- Bahia, L. (2014). *A telona e a telinha: Encontros e desencontros entre cinema e televisão no Brasil* [Tese de doutorado, Universidade Federal Fluminense]. Repositório do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFF. <https://bit.ly/2S7V7tI>
- Bahia, L., & Amancio, T. (2010). Notas sobre a emergência de um novo cenário audiovisual no Brasil nos anos 2000. *Contracampo*, (21), 113-130. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i21.41>
- Balogh, A. M. (2002). *O discurso ficcional na TV: Sedução e sonho em doses homeopáticas*. Edusp.
- Bianchini, M. (2018). *A Netflix no campo de produção de séries televisivas e a construção narrativa de Arrested Development* [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia]. Repositório institucional da UFBA. <https://bit.ly/3wQljYD>
- Bourdieu, P. (1996). *As regras da arte: Gênese e estrutura do campo literário*. Companhia das Letras.
- Bourdieu, P. (2007). *A distinção: Crítica social do julgamento*. Edusp; Zouk.
- Bucaria, C., Barra, L. (2016). *Taboo comedy: Television and controversial humour*. Palgrave MacMillan.

- Buonanno, M. (2008). *The age of television: Experiences and theories*. Intellect Books.
- Butler, J. G. (2010). *Television style*. Routledge.
- Butler, J. G. (2018). *Television: Visual storytelling and screen culture*. Routledge.
- Calabrese, O. (1984). Los replicantes. *Análisi*, (9), 71-90. <https://bit.ly/2S3LgVN>
- Caldwell, J. T. (1995). *Televisuality: Style, crisis and authority in American television*. Rutgers University Press.
- Carreiro, R. (2019). Além da muralha: Continuidade intensificada no som de *Game of Thrones*. In A. Caminos, A. S. Médola, & A. Suing (Eds.), *A nova televisão: Do Youtube ao Netflix* (pp. 238-260). Ria Editorial.
- Clooney, G. (Diretor). (2011). *The ides of March* [Filme]. Columbia Pictures; Smokehouse Pictures; Appian Way Productions; Exclusive Media; Cross Creek Pictures.
- Desjardins, G., Bernard, J., & Ughetto, B. (Criadores). (2019). *L'Enffondrement* [O colapso] [Série de televisão]. Canal +; ET BIM Distribution.
- Domínguez, J. M. (2017, 29 de setembro). Lucrecia Martel: “Las series son un paso atrás”. *Perfil*. <https://bit.ly/3i9AyI1>
- Dumont, B. (Diretor). (2014). *P'tit Quinquin* [O pequeno Quinquin] [Filme/Série de televisão]. ARTE France; 3B Productions; Pictanovo Région Nord-Pas-de-Calais; Scope Pictures; Cofinova 10.
- DuVernay, A., Carter, M., & Winfrey, O. (Produtoras executivas). (2016-presente). *Queen Sugar* [Série de televisão]. Warner Horizon Television; Harpo Films; Forward Movement; Array Filmworks (Temporada 4).
- Edgar, A. N. (2017). Subordinating sound to screen: Television music supervision in an imagocentric world. *Sound Studies: An Interdisciplinary Journal*, 3(2), 49-63. <https://doi.org/10.1080/20551940.2017.1361270>
- Edgerton, G. R., & Rose, B. G. (2005). *Thinking outside the box: A contemporary television genre reader*. University Press of Kentucky.
- Ellis, J. (1982). *Visible fictions: Cinema: Television: Video*. Routledge.
- Farr, D., Bier, S., le Carré, J., Hiddleston, T., & Laurie, H. (Produtores executivos). (2016). *The night manager* [O gerente noturno] [Série de televisão]. The Ink Factory; Demarest Films.
- Feuer, J., Kerr, P., & Vahimagi, T. (1985). *MTM: Quality television*. British Film Institute.
- Fincher, D., Spacey, K., Roth, E., Donen, J., Brunetti, D., Davies, A., Dobbs, M., Melfi, J., Willimon, B., Manson, D., Coles, J. D., & Wright, R. (Produtores executivos). (2013-2018). *House of cards* [Série de televisão]. Media Rights Capital; Trigger Street Productions; Wade/Thomas Productions; Knight Takes King Productions.
- Fresco, A. (2019). Cannes vs. Netflix: El cine, desde la pantalla grande hacia la “softwareización”. In A. Caminos, A. S. Médola, & A. Suing (Eds.), *A nova televisão: Do YouTube ao Netflix* (pp. 261-273). Ria Editorial.

- Frost, M., Lynch, D., & Sutherland, S. S. (1990-1991, 2017). *Twin peaks* [Série de televisão]. Lynch/Frost Productions; Propaganda Films; Spelling Television; Twin Peaks Productions; Showtime (apenas temporada 3); Rancho Rosa Partnership (apenas temporada 3).
- Gilligan, V., Johnson, M., & MacLaren, M. (Produtores executivos). (2008-2013). *Breaking Bad* [Série de televisão]. High Bridge Entertainment; Gran Via Productions; Sony Pictures Television.
- Glover, D., Simms, P., McGunigle, D., Glover, S., & Murai, H. (Produtores executivos). (2016-presente). *Atlanta* [Série de televisão]. 343 Incorporated; MGMT. Entertainment; FXP.
- Gregorie, G. (1987). Le nouveau paysage audiovisuel, un gentlemen's agreement. *CinémAction*, (44), 35-43.
- Harlap, I. (2017). *Television drama in Israel: Identities in post-TV cultures*. Bloomsbury Academic.
- Hart, J. A. (2004). *Technology, television and competition: The politics of digital TV*. Cambridge University Press.
- Hennebelle, G., & Prédal, R. (Eds.). (1987). L'influence de la télévision sur le cinema. *CinémAction*, (44).
- Jacobs, G., Soderbergh, S., Amiel, J., Begler, M., Sugar, M., & Owen, C. (Produtores executivos). (2014-2015). *The Knick* [Série de televisão]. AMBEG Screen Products; Anonymous Content; Extension 765.
- Jenner, M. (2018) *Netflix and the re-invention of television*. Palgrave MacMillan.
- Jones, P., & Soderlund, G. (2017). The conspirational mode in American television: Politics, public relations and journalism in *House of Cards* and *Scandal*. *American Quarterly*, 69(4), 833-856. <https://doi.org/10.1353/aq.2017.0069>
- Kjartansson, S. (Produtor executivo). (2015-presente). Ófærð [Trapped]. RVK Studios.
- Kono, B., Theron, C., Penhall, J., Chaffin, C., Donen, J., Fincher, D., & Miles, C. (Produtores executivos). (2017-2019). *Mindhunter* [Série de televisão]. Denver and Delilah Productions.
- Lee, S. (Produtor executivo). (2017-2019). *She's gotta have it* [Série de televisão]. 40 Acres & A Mule Filmworks.
- Lindelof, D., Perrotta, T., Berg, P., Aubrey, S., Leder, M., Spezialy, T., & Kelly, E. (Produtores executivos). (2014-2017). *The leftovers* [Série de televisão]. White Rabbit Productions; Film 44; Warner Bros. Television; HBO Entertainment.
- Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. New York University Press.
- Machado, A. (1997). *A arte do vídeo*. Brasiliense
- Machado, A. (2014). *A televisão levada a sério*. Editora Senac SP.

- Mazdon, L. (1999). Cinema and television: From enmity to interdependence. In M. Scriven & M. Lecomte (Eds.), *Television broadcasting in contemporary France and Britain* (pp. 71-82). Berghahn Books.
- McCabe, J., Akass, K. (2007). *Quality TV: Contemporary American television and beyond*. Bloomsbury Academic.
- Mendonça Filho, K., & Dorneles, J. (Diretores). (2019). *Bacurau* [Filme]. SBS Productions; CinemaScópio; Globo Filmes.
- Mittell, J. (2004). *Genre and television: From cop shows to cartoons in American culture*. Routledge.
- Mittell, J. (2006). Narrative complexity in contemporary American television. *The Velvet Light Trap*, (58), 29-40. <https://doi.org/10.1353/vlt.2006.0032>
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling*. New York University Press.
- Müsch, J., Friese, J., Berg, Q., Wiedemann, M., & bo Odar, B. (Produtores executivos). (2017-2020). *Dark* [Série de televisão]. Wiedemann & Berg Television.
- Nahs, M., & Wheleham, I. (2017). *Reading Lena Dunham's Girls: Feminism, postfeminism, authenticity, and gendered performance in contemporary television*. Palgrave MacMillan.
- Newman, M., & Levine, I. (2012). *Legitimizing television: Media convergence and cultural status*. Routledge.
- Ortiz, R. (1995). *A moderna tradição brasileira*. Brasiliense.
- Palmen, D., Derksen, J., & Kolthoff, E. (2018). *House of Cards: Psychopathy in politics*. *Public Integrity*, 20(5), 427-443. <https://doi.org/10.1080/10999922.2017.1402736>
- Ramos, F. P. (2016). Mas afinal, o que sobrou do cinema? A querela dos dispositivos e o eterno retorno do fim. *Galáxia*, (32), 38-51. <https://doi.org/10.1590/1982-25542016225800>
- Reichman, B. (2017). *House of Cards: Shakespearean DNA in the trilogy and the series*. *Raído*, 11(28), 141-164. <https://doi.org/10.30612/raido.v11i28.6316>
- Rosner, R. (Criador). (1977-1983). *CHiPs* [Série de televisão]. Rosner Television; MGM Television.
- Ryan, M. L., & Thon, J.-N. (2014). *Storyworlds across media: Towards a media conscious narratology*. University of Nebraska Press.
- Scorsese, M., Jagger, M., Winter, T., Pearman, V., Yorn, R., Koskoff, E. M., Melfi, J., Coulter, A., Mastras, G., Burns, S. Z., & Borenstein, M. (Produtores executivos). (2016). *Vinyl* [Série de televisão]. Jagged Productions; Sikelia Productions; Cold Front Productions.
- Sherman, E., Canning, I., Champion, J., & Laurensen, J. (Produtores executivos). (2013-2017). *Top of the lake* [Série de televisão]. See-Saw Films.

- Silva, M. V. B. (2014). Cultura das séries: Forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. *Galáxia*, (27), 241-252. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810>
- Silva, M. V. B. (2016). Origem do drama seriado contemporâneo. *MATRIZES*, 9(1), 127-143. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p127-143>
- Silver, C. (Produtor executivo). (2018). *Mosaic* [Série de televisão]. Home Box Office (HBO).
- Simon, D., Colesberry, R. F., & Noble, N. K. (Produtores executivos). (2002-2008). *The wire* [A escuta] [Série de televisão]. Blown Deadline Productions; HBO Entertainment.
- Skoll, J., King, J., Rosenthal, J., De Niro, R., Welsh, B., Winfrey, O., & DuVernay, A. (Produtores executivos). (2019). *When they see us* [Olhos que condenam] [Série de televisão]. Tribeca Productions; ARRAY; Participant Media.
- Smith, A. N. (2018). *Storytelling industries: Narrative production in the 21st century*. Palgrave MacMillan.
- Sociedade Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual. (s.d.). *Mission Statement*. <https://bit.ly/3ihNa01>
- Thompson, K. (2003). *Storytelling in film and television*. Harvard University Press.
- Thompson, R. J. (1997). *Television's second golden age: From Hill Street Blues to ER*. Syracuse University Press.
- Weinstock, J. A., & Spooner, C. (2016). *Return to Twin Peaks: New approaches to materiality, theory, and genre on television*. Palgrave MacMillan.
- Williams, L. (2014). *On The Wire*. Duke University Press.
- Winter, T., Scorsese, M., Wahlberg, M., Van Patten, T., Korder, H., & Levinson, S. (Produtores executivos). (2010-2014). *Boardwalk empire* [Boardwalk empire: O império do contrabando] [Série de televisão]. Leverage Entertainment; Closest to the Hole Productions; Sikelia Productions; Cold Front Productions.
- Zanetti, D. (2009). Repetição, serialização, narrativa. *MATRIZES*, 2(2), 181-194. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v2i2p181-194>

Artigo recebido em 12 de março de 2021 e aprovado em 1º de junho de 2021.

Rumo a uma abordagem transnacional da televisão latino-americana: Trajetórias, fronteiras e centros e periferias

Towards a transnational approach to Latin American television: Journeys, borders, and centers and peripheries

■ NAHUEL RIBKE^a

The Open University of Israel, Department of Literature, Language and Arts. Raanana, Israel.

RESUMO

O presente artigo propõe uma abordagem transnacional histórica com o objetivo de compreender os principais padrões e desafios na produção e consumo de conteúdos televisivos na região latino-americana. Em vez de focar em casos nacionais, como fazem a maioria dos estudos sobre o campo, gostaria de destacar aqui a circulação transnacional da televisão latino-americana por meio das trajetórias e passagens de produtores, empreendedores, conteúdos e tecnologias em toda a região, dos anos 1950 até os dias atuais. O resultante remapeamento da televisão latino-americana nos leva a considerar que os obstáculos e barreiras linguísticas e culturais afetam a circulação de conteúdos televisivos produzidos na região, bem como as consagradas assimetrias e hierarquias de poder entre os países da região.

Palavras-chave: Televisão transnacional, história latino-americana, unidade fragmentada, plataformas de streaming, centros e periferias múltiplos

ABSTRACT

The present paper proposes a historical transnational approach with the aim of grasping the main patterns and challenges in the production and consumption of television contents in the region. Instead of focusing on national cases, as most studies on the field do, I would like to focus here on the transnational circulation of Latin American television through the journeys and passages of producers, entrepreneurs, contents, and technologies across the region from the 1950s to the present. The resulting remapping of Latin American television prompts us to consider the linguistic and cultural obstacles and barriers affecting the circulation of television contents produced in the region as well as the established power asymmetries and hierarchies among Latin American countries.

Keywords: Transnational television, Latin American history, fragmented unity, streaming platforms, multiple centers and peripheries

^aProfessor da Open University de Israel. Seus interesses de pesquisa voltam-se aos processos institucionais e culturais relacionados à mídia de massa latino-americana, política de celebridades e história dos meios massivos. Publicou, em 2020, o livro *Transnational Latin American Television: Genres, Formats and Adaptations* (Routledge). Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9540-0338>. E-mail: nahuerib@gmail.com

REVISITAR QUESTÕES SOBRE os traços definidores da televisão latino-americana em um momento em que a estabilidade das fronteiras tecnológicas, geoculturais e econômicas está passando por transformações radicais pode não parecer, à primeira vista, a abordagem mais adequada para a compreensão do atual cenário midiático na região. Embora a intersecção dos processos econômicos, culturais e políticos mundiais tenha contribuído para a erosão das identidades nacionais e regionais, as mudanças tecnológicas na produção e no consumo de conteúdos audiovisuais romperam os limites de práticas culturais bastante consagradas. Não só os espectadores, mas também nós, estudiosos, podemos nos sentir desconfortáveis quando indagados sobre como definimos o que é televisão ou cinema, hoje. Apesar dos desafios que essa conjuntura coloca para fazer afirmações teóricas sólidas, gostaria de defender neste artigo que revisitar a história da televisão na América Latina pode nos fornecer algumas ferramentas para compreender os principais padrões e desafios na produção e no consumo da televisão nessa região. Em lugar de focar em casos nacionais, como fazem a maioria dos estudos sobre o campo, gostaria de focar na circulação transnacional da televisão latino-americana por meio das trajetórias e passagens de produtores, empreendedores, conteúdos e tecnologias por toda a região, dos anos 1950 até os dias atuais. Para isso, proponho entrelaçar as micro-histórias de produtores, técnicos e criadores pioneiros da TV com a história política e econômica da região e do mundo desde a segunda metade do século XX.

SOBRE AS TRAJETÓRIAS DE EMPREENDEDORES, TECNOLOGIAS E PRODUTORES DE CONTEÚDO

Em lugar de enquadrar o consumo audiovisual atual via TV a cabo e plataformas de streaming como uma ruptura com o passado, argumento que várias características definidoras que marcam o novo ecossistema de mídia de entretenimento já estavam presentes desde os primórdios da televisão na região. Vamos começar nossa história com as trajetórias de empreendedores pioneiros da mídia para importar a tecnologia de televisão e know-how dos Estados Unidos. Várias histórias nacionais da televisão enfatizam a capacidade visionária de empresários e investidores locais, a criatividade de profissionais de rádio e de artistas que migraram para a televisão e como os técnicos autodidatas aprenderam seu ofício no trabalho. No entanto, os contextos internacionais e transnacionais da chegada da televisão para a região permanecem à margem dessa narrativa. Acadêmicos críticos que escreveram durante as décadas de 1960 e 1970 enfatizaram os aspectos intervencionistas do traslado da televisão para

a região, mas deve-se notar que sua crítica foi enquadrada em um argumento mais geral e abrangente sobre como o processo de modernização da América Latina estava se desenrolando dentro de um sistema capitalista (Beltrán & Fox, 1980; Mattelart, 1973; Melo, 1987). Apesar de suas afirmações convincentes, essa crítica ao imperialismo midiático não abordou a natureza contraditória e complexa do cenário midiático da região. Apresentar uma narrativa dicotômica sobre o impacto dos EUA no panorama midiático da América Latina foi uma ferramenta política pedagógica bastante eficaz, mas conduziu a uma negligência sobre as transformações nos equilíbrios de poder entre centros e periferias dentro e fora da região.

Recuperar uma micro-história da chegada da televisão ao México, Brasil e Argentina no início da década de 1950 pode nos dar uma perspectiva mais completa sobre a dinâmica interna envolvendo a indústria televisiva na região. Essa dinâmica interna criou um sistema de mídia latino-americano que é – também, mas não exclusivamente – moldado por seu relacionamento assimétrico com os Estados Unidos. Encorajados pelo establishment político local e abraçando uma retórica abertamente nacionalista, os empreendedores regionais embarcaram em uma competição para serem os primeiros a levar a televisão e a modernidade para as suas nações (Castro, 2000, p. 20; González de Bustamante, 2012, pp. 1-26; Sinclair, 1998, p. 14; Varela, 2005, pp. 13-44). “Qual país latino-americano seria o primeiro a lançar a transmissão de TV?”, “o que isso diz sobre nós que fomos deixados para trás na corrida pela transmissão nacional?”. Essas são algumas das perguntas que foram feitas com frequência na imprensa popular durante a década de 1950. A concorrência regional entre os empresários latino-americanos contrariou o conselho dos gestores de empresas dos Estados Unidos que estavam relutantes com as perspectivas de exportar um sistema de mídia tão caro para nações com pequenos mercados consumidores (Machado de Assis, 2000, p. 20).

Voltando à indagação principal sobre como uma abordagem transnacional pode nos ajudar a entender a mídia e os cenários cultural e político da região atualmente, devemos perguntar: o que podemos aprender com essa história inicial? Embora seja inegável que as tecnologias de mídia contemporânea têm provocado uma ruptura nos padrões de produção e distribuição audiovisual na região, a chegada da Netflix nos mostra atitudes e abordagens semelhantes às que mencionamos anteriormente. A Netflix é um serviço de streaming on-line com sede nos EUA, e chegou à América Latina em 2011, em um estágio muito inicial de sua expansão global. Assim como os profissionais da televisão dos EUA fizeram na década de 1950, no início da segunda década dos anos 2000, especialistas alertaram sobre a falta de infraestrutura adequada de internet nos países latino-americanos e sobre o fato de que grande número dos domicílios

na região não tinha acesso a uma conexão de banda larga (Cornelio-Mari, 2020, pp. 1-17; Fraga, 2011; Muñoz, 2011). Assim como a televisão meio século antes, a Netflix era vista como uma prova de modernidade e desenvolvimento que foi, e talvez ainda seja, medida através de métricas quantitativas, como o número de assinantes por país, o número de produções originais por país disponibilizadas por plataformas globais de streaming e o alcance e a qualidade dos serviços de banda larga em cada país (Andro4ll, 2019; Sanchez, 2019).

Embora a chegada da tecnologia e do know-how comercial necessários para a televisão pudesse ser explicada principalmente pelos laços políticos, econômicos e culturais da região com os EUA, o desenvolvimento dos gêneros e conteúdos latino-americanos mais distintos, como a telenovela e os programas de variedades, deve ser entendido principalmente em termos de dinâmicas políticas, econômicas e culturais internas da região. A situação política e econômica volátil da região durante as décadas de 1960 e 1970 provocou, ou forçou, conforme se prefira, a trajetória de produtores de televisão, trabalhadores criativos e técnicos que trouxeram consigo know-how, práticas e ideias que disseminaram por toda a região. Esse movimento e a circulação de profissionais da televisão – às vezes como exilados – foram insuficientemente pesquisados, apesar do impacto que tiveram no desenvolvimento da indústria televisiva na região. A televisão latino-americana teria tido a mesma trajetória sem o impacto de revoluções, golpes militares e crises econômicas e políticas que afetaram a região desde a década de 1950 até hoje?

Apesar de algumas referências na literatura acadêmica aos gestores latino-americanos da televisão e aos profissionais que trabalharam no Brasil e na Argentina, a história da diáspora cubana e seu papel no desenvolvimento da televisão na região antes e depois da revolução ainda não foram escritas. No Brasil, as referências a Glória Magadan, a escritora cubana que trabalhou para a Globo durante os primeiros anos da emissora, são frequentemente descritas como uma anedota menor que impede uma análise mais profunda sobre a transferência de know-how para a produção televisiva. Se observarmos esta história a partir da nossa atual consciência da dinâmica de gênero, poderíamos argumentar que ser uma mulher (estrangeira) e trabalhar no que era considerado como um gênero menor provavelmente afetou a percepção de seu papel na adaptação das telenovelas cubanas para o solo brasileiro. Talvez tenha contribuído para essa omissão o fato de que ex-produtores (homens) de televisão brasileiros estiveram e ainda estão envolvidos na escrita de histórias e de memórias sobre esse período (Clark & Priolli, 1991, p. 37; “Glória, Ditadora das Novelas”, 1969, p. 62; Oliveira, 2011, pp. 138-144). Na Argentina, há uma biografia relativamente curta e pouco documentada a respeito do magnata da

mídia cubano Goar Mestre (Sirvén, 1996). Ainda não se sabe muito sobre o grupo de técnicos e profissionais de TV que ajudaram na criação e na formação do Canal 13, com sede em Buenos Aires, cuja marca na televisão argentina perdura até hoje. A chegada da diáspora televisiva cubana ao Cone Sul ocorreu devido a acordos mais ou menos abertos, a parcerias entre os proprietários da mídia local e emissoras e as gestões dos meios de comunicação estadunidenses que buscavam oportunidades para expandir seus negócios em todo o mundo (Herz, 1987; Sinclair, 2005). Este exemplo pode levar à questão as tentativas frequentes de compartimentar o nacional, o regional e o global ao analisar a história da televisão na América Latina desde seus primórdios.

Mas, além da revolução cubana, também temos indicações claras de outros movimentos cruciais e de viagens de trabalhadores da televisão que ocorreram como resultado da turbulência política e econômica que a maioria dos países da região experimentou nos últimos setenta anos. Este foi o caso de David Stivel, um produtor argentino de teatro e televisão que escapou da Argentina pouco antes do golpe militar de direita de 1976 e desenvolveu uma fecunda carreira na televisão colombiana como diretor de telenovelas e programas de TV (Coronado, 1992, pp. 290-291; Gutierrez, 2007). De posição ideológica oposta, Joaquin Blaya, o executivo de mídia chileno que trouxe o apresentador chileno Don Francisco para a televisão hispânica dos EUA, deixou o Chile no início dos anos 1970 por receio do presidente chileno de esquerda eleito democraticamente Salvador Allende (Kreutzberger, 2001, pp. 17-19; Owens, 1988, p. 1). Apesar ou por causa do atual ecossistema de mídia, no qual tecnologias de comunicação, profissionais audiovisuais e conteúdos viajam pelo mundo mais rápido do que em períodos anteriores, a política latino-americana e global provavelmente continuará a ter um papel significativo na produção de conteúdo televisivo em todo o subcontinente. A transformação da Colômbia em um centro regional de produções internacionais de cinema e televisão nos oferece um exemplo contemporâneo de como a política local, nacional, regional e internacional altera e molda as indústrias cinematográficas e televisivas da região. A ascensão da Colômbia foi favorecida pelas políticas do governo nacional que concedem incentivos para as indústrias de comunicação, mas também, e talvez principalmente, pelo processo de paz iniciado em 2012. Paradoxalmente, *Narcos* (Brancato et al., 2015-2017), série de TV da Netflix sobre o traficante colombiano Pablo Escobar, representa as oportunidades que foram abertas para os produtores locais pelo processo de paz em curso e, ao mesmo tempo, a transformação dessa dolorosa história nacional em uma série de ficção de entretenimento que reforça estereótipos para atrair a audiência internacional (Ribke, 2020b, pp. 103-106).

SOBRE AS FRONTEIRAS LINGUÍSTICAS, ECONÔMICAS E HISTÓRICAS DO SISTEMA DE TELEVISÃO LATINO-AMERICANO

Se na seção anterior defendemos a existência de um cenário televisivo latino-americano, devemos agora perguntar sobre seus limites e fronteiras. Quais países estão incluídos nesse sistema? Quais são deixados para trás? Assim como a ideia da América Latina como entidade cultural e política distinta tem sido reforçada e promovida pelas obras de intelectuais, escritores e políticos desde o século XIX, a mídia de massa e a televisão funcionam como catalisadores na produção de uma identidade latino-americana compartilhada por meio da circulação transnacional de personalidades e conteúdos televisivos em toda a região. Em um momento de extrema euforia, o apresentador de TV chileno Don Francisco declarou que seu programa de variedades, transmitido pela rede hispano-estadunidense Univision e disponibilizado por redes de TV a cabo em todo o continente, “materializou, por meio da pequena tela, o sonho de Simón Bolívar de unificar o continente americano” (“Diez Años”, 1996, p. 4). Embora alguns leitores possam ficar escandalizados pela forma como o apresentador coloca no mesmo nível Simón Bolívar e José Martí juntamente com Don Francisco e El Chavo del Ocho (Chaves, no Brasil), creio que devemos levar a sério a ideia de que a televisão tem desempenhado um papel na formação de uma identidade latino-americana transnacional e de um repertório de cultura popular regional compartilhado que existe lado a lado com as identidades nacionais. Essa identidade transnacional latino-americana é estimulada por produtores de mídia e anunciantes que estão interessados em criar mercados maiores para seus produtos (na maioria das vezes estrangeiros), mas também por receptores de toda a região que se sentem interpelados por esses conteúdos populares.

Seguir os fluxos de conteúdos produzidos e consumidos poderia fornecer um mapa mais preciso da região. Nesse sentido, os relatórios anuais da Obitel sobre a ficção televisiva ibero-americana nos oferecem pistas significativas para um estudo transnacional da televisão na região, pois incluem conteúdos e audiências localizados além das fronteiras oficiais, como os Estados Unidos, a Espanha e Portugal. As fronteiras internas, ocultas, da paisagem midiática latino-americana podem revelar mais sobre a região do que seus limites externos. Por isso, nesta seção, quero refletir sobre as fronteiras, as barreiras e as passagens que os conteúdos televisivos produzidos na região encontram ao viajar por esse território.

A primeira questão a ser levada em conta é que alguns gêneros e conteúdos normalmente trafegam pela região, enquanto outros permanecem restritos à esfera da televisão nacional. O gênero telenovela tende a ser considerado como um viajante frequente. Outros conteúdos televisivos, como as notícias, os

programas humorísticos e os programas de atualidades dirigem-se ao público nacional. Os variety shows (programas de auditório, no Brasil, e programas ómnibus, na Argentina) foram, e talvez ainda sejam, um gênero latino-americano extremamente popular que quase sempre é esquecido nas pesquisas sobre televisão. Apesar de sua estética muitas vezes bizarra e seus polêmicos apresentadores, os programas de auditório em toda a região serviram como plataforma extremamente eficaz para a criação de um sistema de estrelas da música popular/pop latino-americana e para a disseminação de ritmos e gêneros musicais locais. Talvez essa falta de pesquisa sobre esse gênero televisivo possa ser explicada pelo fato de que os programas de auditório não foram exportados, mas sim concebidos como entretenimento ao vivo de baixo orçamento para consumo imediato. O olhar arrogante em relação aos valores das classes sociais representadas nesses programas também pode ter contribuído para a falta de interesse dos estudiosos da mídia pelo gênero (Ribke, 2013).

Apesar da caracterização frequente da América Latina como uma região distinta com uma linguagem comum e um passado colonial compartilhado, devemos estar cientes de que os diferentes idiomas podem constituir um obstáculo para a circulação de conteúdos audiovisuais na região. As barreiras linguísticas podem afetar a circulação de programas de televisão nacionais em toda a região, devido a razões conjunturais históricas, políticas e econômicas. Os maiores e mais ricos mercados da região têm uma indústria de mídia local vibrante e poderosa que, ao longo dos anos, vem oferecendo ao público nacional conteúdo local, criando hábitos de visualização que desencorajaram o consumo de conteúdo estrangeiro. Segundo John Sinclair (1998, p. 16), o status do espanhol mexicano na região é comparável ao do inglês estadunidense na região geolinguística anglófona. Enquanto o público mexicano é resistente a outras produções em língua espanhola, o público latino-americano é receptivo às produções mexicanas porque foram expostos por várias décadas a programas de TV mexicanos que circularam pela região. Além do tamanho do mercado brasileiro e de sua poderosa economia, a língua portuguesa também tem funcionado como uma barreira natural ao fluxo de conteúdos de televisão produzidos em outros países da região.

Mas as barreiras linguísticas que dificultam a importação de conteúdo televisivo da região não impediram que as telenovelas brasileiras se tornassem um grande sucesso entre o público latino-americano. Assim como o impacto mundial da indústria audiovisual dos EUA, as produções brasileiras são atraentes para o público nos países vizinhos de língua espanhola devido aos valores advindos do alto orçamento delas. A exibição das telenovelas brasileiras na televisão uruguaia em detrimento das produções argentinas é um exemplo da

prevalência dos valores de produção sobre a proximidade cultural. Em alguns casos, países da região com aspirações de desenvolver suas próprias indústrias audiovisuais podem tender a enfatizar demais as diferenças entre seu próprio estilo de espanhol e o de seus vizinhos, a fim de proteger suas incipientes indústrias cinematográficas e televisivas. O caso da telenovela argentina *Esperanza Mía* (Suar, 2015-2016), produzida pela Pol-ka e distribuída pela Dori Media Productions, nos oferece um excelente exemplo de como as barreiras linguísticas podem ser artificialmente criadas por razões econômicas e/ou políticas. As emissoras chilenas que compraram o programa argentino decidiram dublá-lo em espanhol chileno, em uma decisão que enfureceu os telespectadores chilenos, que reclamaram da intervenção desnecessária das emissoras locais e dos efeitos nocivos da dublagem em sua experiência de consumo (“CHV Explica”, 2016). Apesar da escassez de pesquisas sobre o tema, há indícios de que as rivalidades internas e a concorrência entre os países latino-americanos podem afetar a distribuição e o consumo de conteúdos audiovisuais produzidos na região. Essa rivalidade ou concorrência interna poderia ser induzida pelas estratégias de mercado atuais ou, por exemplo, pela história política e militar de longo prazo da região, capaz de moldar atitudes e temores entre os países regionais vizinhos. O Chile e a Argentina possuem disputas fronteiriças de longa data que quase causaram uma guerra entre os países no final da década de 1970 (Garret, 1985; Villar Gertner, 2014). De que forma os conflitos passados e as rivalidades sobre fronteiras geográficas afetam o consumo de conteúdos audiovisuais intra-regionais? Como os alinhamentos geopolíticos internacionais dos países latino-americanos afetam a circulação intra-regional e o consumo de conteúdos audiovisuais?

Se a *rivalidade interna* pode representar barreiras à circulação interna de conteúdos regionais, os traços culturais, sociais e políticos comuns dos países latino-americanos são frequentemente citados como explicações para os padrões regionais de consumo de conteúdo de entretenimento midiático produzido externamente. O caso das *telenovelas turcas* (também conhecidas como *dizi*) que *invadiram* as pequenas telas latino-americanas desde 2014 são um exemplo de padrões regionais de consumo audiovisual e tendências culturais que muitas vezes são negligenciados. As séries dramáticas turcas desembarcaram na região em uma etapa relativamente tardia, quase uma década depois de terem tido sucesso global. A predominância das telenovelas latino-americanas em toda a região e a distância cultural entre os países latino-americanos e a Turquia poderiam explicar a relutância dos gestores de televisão latino-americanos quando lhes foi oferecida a compra das séries de TV turcas. Patricio Hernandez, o recém-chegado CEO da Mega Network chilena, que tomou as rédeas no meio de uma

enorme crise econômica e de audiência, decidiu comprar a série turca *Binbir Gece* (Avci, 2006-2009) (veiculada como *Las Mil y Una Noches*) como medida temporária de emergência para ganhar tempo enquanto a emissora preparava uma nova grade de programação (Chamy, 2014; PRODU, 2016). O surpreendente sucesso comercial e de audiência de *Binbir Gece* no Chile provocou um *efeito contagioso* em toda a região e as redes nacionais começaram a comprar séries de televisão turcas e a exibí-las em horário nobre, principalmente às custas de séries de ficção locais e regionais. O sucesso dos dramas turcos na Argentina afetou funcionários da TV, atores, diretores e roteiristas que reclamaram dos efeitos negativos de um mercado de mídia não regulamentado na indústria audiovisual local (Cruz, 2015). Paradoxalmente, o sucesso das *dizis* na Argentina, país conhecido por seu exigente público, encorajou outras redes de televisão latino-americanas a comprar dramas turcos, em detrimento de produções locais e exportações intra-regionais de ficção televisiva (Joacogarau, 2015). De modo não surpreendente, México e Brasil, as principais economias e produtores de mídia da região foram menos afetados pela *onda turca* justamente por estarem menos inclinados a consumir conteúdos produzidos por seus países vizinhos (Vassallo de Lopes & Greco, 2016). O México e o Brasil são capazes de manter altos padrões de produção mesmo durante períodos de crise econômica devido à relativa força de suas economias e ao tamanho de seus mercados. Além disso, suas audiências desenvolveram hábitos de consumo profundamente enraizados, relacionados aos conteúdos de televisão nacional.

O que podemos aprender sobre a região a partir da nossa discussão sobre as fronteiras do sistema de televisão latino-americano? Se existe um sistema de televisão latino-americano, este pode ser caracterizado como uma *unidade fragmentada* ou uma *integração ambivalente*. Enquanto cada nação e cada indústria audiovisual definem sua identidade e seus objetivos em relação ao país vizinho, o consumo de conteúdos audiovisuais de fora da região pode ser estabelecido em termos regionais. Em outras palavras, as emissoras latino-americanas parecem estar mais propensas a seguir o padrão de compra de conteúdo extra-regional de seus países vizinhos, enquanto às vezes são mais relutantes em comprar produtos desses vizinhos com os quais compartilham gostos semelhantes com relação a suas audiências.

SOBRE OS MÚLTIPLOS CENTROS E PERIFERIAS DO SISTEMA DE TELEVISÃO LATINO-AMERICANO

Se a seção anterior se concentrou em diferentes níveis de obstáculos encontrados pelos conteúdos audiovisuais produzidos na região ao percorrer suas

fronteiras internas, a atual refletirá sobre os múltiplos centros e periferias que moldam a produção e o consumo de televisão na região. Enquanto nas primeiras quatro décadas de televisão era possível descrever o público nacional e as indústrias audiovisuais nacionais em termos estruturais substanciais, apesar de falhas metodológicas significativas e imprecisões, hoje esse movimento parece muito mais problemático. A definição de Straubhaar (1991, 2007) da paisagem de mídia (*mediascape*) emergente como refletindo uma interdependência assimétrica dinâmica que excede o estado-nação como unidade de análise exclusiva e relevante ainda é precisa ao refletir sobre o sistema latino-americano contemporâneo. No entanto, ainda temos que explicar como essa interdependência assimétrica se materializa através de redes complexas compostas por centros e periferias localizados ao longo e além dos limites formais da região.

Muitos dos conteúdos *nacionais* de televisão de entretenimento produzidos hoje consistem em formatos comprados de produtores de dentro e de fora da região adaptados para o público nacional. Os países produtores de TV mais ricos da região – como o México, o Brasil e a televisão hispânica dos EUA – são mais propensos a comprar e adaptar formatos de TV de produtores audiovisuais latino-americanos menos poderosos, como a Argentina e a Colômbia. Além de agregar valores de produção mais elevados do que as versões originais, por serem as principais compradoras de formatos de TV, as empresas de mídia mais poderosas da região conseguem se transformar nas proprietárias do formato, lucrando com as vendas internacionais. O caso do *superformato* colombiano *Yo Soy Bety, la Fea*, é ilustrativo da relação assimétrica entre os criadores colombianos e os produtores e distribuidores mexicanos (Rivero, 2012; Sinclair, 2014).

Os países latino-americanos com mercados e indústrias audiovisuais menores tendem a comprar os programas *enlatados* produzidos nos países mais ricos da América Latina para preencher sua programação diária. Essa não é uma tendência totalmente nova no sistema de televisão latino-americano, mas o ecossistema midiático contemporâneo, constituído por redes globais de TV a cabo e streaming que oferecem um imenso volume de programas, tende a desencorajar o investimento dos países menores e médios em produções locais. Estabelecer parcerias com empresas internacionais de mídia e investidores estrangeiros é uma alternativa viável para as indústrias audiovisuais menos ricas da região, mas essa opção tem um custo. Embora as parcerias internacionais ajudem a aumentar as capacidades de produção e as habilidades técnicas dos trabalhadores da mídia local, os projetos são aprovados para financiamento de acordo com seu potencial apelo ao público internacional. A produção de séries de ficção com um *excesso* de sabor local (produzido), narrando histórias de crime, corrupção e pobreza pode parecer aos produtores e investidores locais e internacionais

um meio atraente para conquistar o público global. As séries de ficção que são distribuídas e/ou produzidas por empresas de mídia globais e plataformas de streaming e retratam traficantes latino-americanos famosos, músicos populares e jogadores de futebol carismáticos são exemplos dessa fórmula em evolução (Ribke, 2020b, capítulo 7).

Se pensadores críticos das décadas de 1960 e 1970 apontavam para os padrões de dependência dos países latino-americanos em relação às potências globais, como os Estados Unidos e as antigas potências coloniais europeias, a análise do sistema de televisão latino-americano aponta para hierarquias intra-regionais e relações de poder entre centros de produção de mídia e países que importam conteúdo midiático. No cenário da mídia latino-americana, existem dois principais países produtores de mídia, alguns produtores de médio porte e muitos países periféricos. Embora o lugar do Brasil e do México como produtores centrais tenha sido constante desde a década de 1970, outras indústrias de mídia da região sofreram mais seriamente o impacto da instabilidade econômica e política. O caso da Venezuela, outrora um dos principais exportadores regionais que parou de produzir telenovelas mesmo para o seu mercado interno, e a ascensão do mercado hispânico dos EUA como consumidor regional e produtor de conteúdo televisivo é ilustrativo da mutável dinâmica do campo mediático latino-americano (Acosta-Alzuru, 2021; Allen, 2020).

A liderança regional do Brasil e do México na produção de conteúdo midiático tem desdobramentos econômicos geoculturais que exigem a reformulação das abordagens tradicionais dos centros e periferias. A expansão do conglomerado da mídia brasileira Globo na Europa, ocorrida em meados da década de 1980, pode lançar algumas luzes interessantes sobre as oportunidades e limites para a *reversão* dos padrões de fluxos de mídia entre centro e periferia. Apesar de seu pesado investimento na expansão para o mercado italiano e, em seguida, para a Europa continental, através da Telemontecarlo Television, o projeto da Globo sofreu perdas econômicas significativas que colocaram todo o conglomerado de mídia em sério risco. Ao contrário de seu fracasso no mais abastado mercado de televisão italiano, a Rede Globo encontrou um ambiente muito mais propício para seus esforços de expansão internacional em Portugal, sua antiga metrópole colonial, mas hoje um mercado pequeno e muito menos lucrativo (Ribke, 2020a; Sousa, 1997).

O envolvimento de magnatas da mídia mexicana, profissionais de TV e artistas no mercado de televisão dos EUA aponta para um realocação ou realocação de capacidades produtivas, parcerias e investimentos que não poderiam estar restritos à esfera nacional. O envolvimento de empresas de mídia e produtores de televisão mexicanos deteve a expansão da Rede Globo nos EUA, levando o

grupo a realizar uma operação mais arriscada em solo europeu (Ribke, 2020a; Wallach, 2011). Ao mesmo tempo, as expressivas capacidades de produção e os recursos econômicos das emissoras mexicanas obstruíram a criação de emissoras de mídia latinas e de conteúdos destinados à população latina no mercado de televisão nos EUA. De acordo com estudiosos da mídia que analisam a televisão hispânica estadunidense, os cálculos econômicos sobre a necessidade de criar maiores audiências e a disponibilidade de um grande estoque de conteúdos televisivos trabalharam contra o surgimento de produtos de televisão locais capazes de refletir a complexa e heterogênea identidade cultural e étnica das populações de língua espanhola que vivem nos EUA (Dávila, 2012; Mora, 2011; Turow, 1997). Poderíamos caracterizar o envolvimento mexicano no mercado de televisão hispânico dos EUA como uma forma de imperialismo cultural?

Um padrão semelhante de relações assimétricas entre centros e periferias ocorre dentro dos estados-nação. As empresas produtoras de mídia, as emissoras e os profissionais de televisão e publicidade estão localizados principalmente nas capitais políticas, culturais e econômicas e os conteúdos televisivos que produzem refletem uma cultura e valores de consumo mais cosmopolitas e modernos que distorcem, perturbam e até colidem com os valores e estilo de vida das populações periféricas que vivem nos países da América Latina como um todo. Ao invés de entender a audiência periférica como consumidores passivos e reprodutores dos padrões e valores culturais promovidos pelos centros políticos e econômicos nacionais, diversos estudos apontam para um papel mais ativo do público que pode se engajar na busca por produtos televisivos compatíveis, além das fronteiras culturais e linguísticas nacionais. A preferência dos telespectadores brasileiros localizados em comunidades rurais e cidades periféricas do Brasil por telenovelas mexicanas e/ou séries dramáticas turcas é um significativo exemplo da reconfiguração e da fragmentação das audiências (Ferreira, 2017; La Pastina & Straubhaar, 2005).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar ou justamente devido às mudanças radicais na forma como assistimos e discutimos a televisão – algumas dessas novas tendências tornaram-se ainda mais drásticas após dois anos de uma pandemia global –, este artigo propôs revisar a história da televisão na América Latina para questionar e refletir sobre o campo midiático contemporâneo na região. A proposta do artigo é sugerir uma leitura da produção e do consumo de televisão na América Latina como um sistema de televisão transnacional que foi e continua a ser moldado pela política regional e global, pelas diferenças linguísticas e culturais que afetam

a circulação de conteúdos televisivos na região e por assimetrias de mercado entre as nações latino-americanas.

A discussão da política regional e global na formação de um sistema de televisão latino-americano transnacional tem dois objetivos principais. O primeiro é clamar por uma compreensão mais profunda e séria do impacto dos processos econômicos e políticos no desenvolvimento das indústrias culturais regionais. As revoluções, os conflitos, as intervenções militares na política e a instabilidade econômica na região operaram como forças centrífugas na formação da indústria televisiva regional. Embora a realocação de exilados políticos e econômicos de profissionais da televisão careça da aura romântica e/ou heroica de ativistas políticos perseguidos ou figuras culturais renomadas da região, esses movimentos e deslocamentos tiveram um enorme impacto no desenvolvimento do repertório da cultura popular/massiva latino-americana. O segundo objetivo é conectar a televisão latino-americana com a política regional e global, convocando os estudiosos da história a incluir a análise da televisão como um campo histórico extremamente importante na segunda metade do século XX.

As fronteiras linguísticas, culturais e econômicas e os obstáculos que restringem ou facilitam a circulação de conteúdos televisivos podem nos levar a refletir sobre as características estruturais que definem a América Latina em geral e o sistema de televisão latino-americano em particular. Apesar da muito citada homogeneidade linguística, religiosa e cultural da região, a circulação e o consumo de conteúdos televisivos produzidos na região são desestimulados por barreiras culturais, econômicas e históricas reais e, por vezes, fabricadas entre os países latino-americanos. As indústrias de mídia mais poderosas da região enfrentam menos obstáculos ao atravessar fronteiras nacionais devido ao maior valor de produção de seus produtos. Ao mesmo tempo, enfrentam menos concorrência em seus mercados internos, porque suas audiências desenvolveram hábitos de audiência profundamente enraizados à televisão local. No entanto, conflitos históricos, rivalidades locais e a disposição de desenvolver suas próprias indústrias de mídia podem dificultar uma circulação mais ampla de conteúdos audiovisuais produzidos por países menores da região. Paradoxalmente, os produtos audiovisuais estrangeiros se beneficiam da relativa homogeneidade cultural e linguística da região, e programas de televisão que são bem-sucedidos em um país rapidamente se espalham pelo continente. Proponho definir o sistema de televisão latino-americano (e talvez a América Latina como um todo) como caracterizado por uma *unidade fragmentada* ou uma *integração ambivalente*, na qual o consumo intrarregional é menos frequente e menos homogêneo do que o consumo extrarregional de conteúdos audiovisuais.

Generalizações sobre as indústrias de mídia latino-americanas e comparações com as de outras regiões geoculturais do mundo podem muitas vezes levar a distorções e imprecisões em relação às complexas redes de produção e consumo na região e fora dela. Para evitar essas falácias, precisamos olhar para as complexas redes de trocas entre os produtores de mídia nos mercados de mídia mais desenvolvidos da região e nações e mercados menores. O Brasil e o México foram e ainda são as principais forças do sistema de televisão latino-americano, mas este cenário está longe de ser estático. Embora os padrões intrarregionais de intercâmbios entre as indústrias televisivas reflitam interdependências assimétricas, devemos evitar olhar para produtores e audiências em mercados menores como atores passivos no jogo de mercado regional e global. Os incentivos governamentais, o desenvolvimento de estratégias criativas e o estabelecimento de parcerias internacionais por produtores de indústrias midiática médias e pequenas podem atenuar, se não contornar, totalmente as assimetrias econômicas. Do ponto de vista das audiências, o novo ecossistema global de mídia oferece a possibilidade de que os telespectadores de regiões periféricas dentro dos países da América Latina deixem de consumir os produtos de televisão das capitais centrais do país e procurem conteúdos que representem valores semelhantes e uma estrutura de sentimento mais próxima. Como os centros tradicionais de produção de mídia na América Latina se acomodarão a esse novo ambiente de mídia global e que tipo de padrões de produção e consumo surgirão na região? Ainda poderemos chamar essa rede emergente de *sistema de televisão latino-americano*? ■

REFERÊNCIAS

- Acosta-Alzuru, C. (2021). From riches to rags: The decline of Venezuelan telenovelas. In E. Korin & P. Pain (Eds.), *When media succumbs to rising authoritarianism* (pp. 61-76). Routledge.
- Allen, C. (2020). *Univision, Telemundo, and the rise of Spanish-Language television in the United States*. University Press of Florida.
- Andro4ll. (2019, 23 de julho). México, segundo lugar en suscripciones a Netflix a nivel mundial, entre Brasil y Argentina. *La Vanguardia*. <https://bit.ly/3eIIiOI>
- Avcı, E. (Produtor executivo). (2006-2009). *Binbir gece* [Mil e uma noites] [Telenovela]. TMC.
- Beltrán, L. R., & Fox de Cardona, E. (1980). *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina*. Nueva Imagen.

- Brancato, C., Bernard, C., Miro, D., O'Connell, K., Newman, E., Padilha, J., & Ellis, E. T. (Produtores executivos). (2015-2017). *Narcos* [Série de televisão]. Gaumont International Television.
- Castro, J. (2000). *Tupi. Pioneira da televisão brasileira*. Fundação Assis Chateaubriand.
- Chamy, C. H. (2014, 3 de setembro). Cómo Turquía está cambiando el mercado de las teleseries de América Latina. *BBC*. <https://bbc.in/3iGclYu>
- CHV explica las razones de emitir la primera teleserie doblada al “chileno”. (2016, 6 de dezembro). *El Mercurio*. <https://bit.ly/2Uw9Yj9>
- Clark, W., & Priolli, G. (1991). *O campeão da audiência. Uma autobiografia*. Best Seller.
- Cornelio-Marí, E. M. (2020). Mexican melodrama in the age of Netflix: Algorithms for cultural proximity. *Comunicación y Sociedad*, 27, e7481. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7481>
- Coronado, D. (1992, 27 de setembro). David Stivel. *El Tiempo*. <https://bit.ly/2UFRac7>
- Cruz, M. F. (2015, 3 de novembro). Claudio Villaroel: ‘Hoy la tele es gente que canta, responde preguntas y discute’. *La Nación*. <https://bit.ly/3BzTve8>
- Dávila, A. (2012). *Latinos, Inc.: The marketing and making of a people*. University of California Press.
- Diez años de ‘Sabado Gigante’. (1996, 30 de junho). *La Reforma*, 4.
- Ferreira, G. C. (2017). *O fenômeno da ficção televisiva turca: A recepção da telenovela Fatmagul no Brasil* [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal do Paraná]. Repositório Institucional da UFPR. <https://bit.ly/2Tt5YPF>
- Fraga, N. (2011, 5 de setembro). O filme vai se repetir no Brasil? *O Estado de S. Paulo*. <https://bit.ly/3xVIFOC>
- Garrett, J. L. (1985). The Beagle Channel dispute: Confrontation and negotiation in the Southern Cone. *Journal of Interamerican Studies and World Affairs*, 27(3), 81-109. <https://doi.org/10.2307/165601>
- Glória, ditadora das novelas, cai sem lágrimas. (1969, 14 de maio). *Veja*, (36), 62.
- González de Bustamante, C. (2012). *Muy buenas noches: México, television, and the cold war*. University of Nebraska Press.
- Gutierrez, E. (2007). De la tele-visión a la televisión. *Signo y Pensamiento*, 50(26), 290-291. <https://bit.ly/3zqwzw3>
- Herz, D. (1987). *A história secreta da Rede Globo*. Tchê!.
- Joacogarau (Apresentador). (2015, 2 de maio). Walter Sequeira habló sobre las Mil y Una Noches [Episódio de podcast de áudio]. In *Noche de Necios*. Radio Zonica. <https://bit.ly/3iy2O5C>
- Kreutzberger, M. (2001). *Don Francisco, entre la espada y la pared*. Grijalbo.

- La Pastina, A. C., & Straubhaar, J. D. (2005). Multiple proximities between television genres and audiences the schism between telenovelas' global distribution and local consumption. *Gazette*, 67(3), 271-288. <https://doi.org/10.1177/0016549205052231>
- Machado de Assis, E. (2000). O brasileiro mais brasileiro. In J. A. Castro (Ed.), *Tupi, pioneira da televisão brasileira* (p. 20). Fundação Assis Chateaubriand.
- Mattelart, A. (1973). *Agresión desde el espacio: Cultura y napalm en la era de los satélites*. Siglo XXI.
- Melo, J. M. (1987). *Cultura brasileira: Temas e situações*. Ática.
- Mora, G. C. (2011). Regulating immigrant media and instituting ethnic boundaries – The FCC and Spanish-language television: 1960-1990. *Latino Studies*, 9(2-3), 242-262. <https://doi.org/10.1057/lst.2011.20>
- Muñoz, J. A. (2011, 19 de setembro). Los obstáculos que encontrará Netflix en América Latina. *CNN*. <https://cnn.it/3rrTtAF>
- Oliveira, J. B., Sob. (2011). *O livro do Boni*. Casa Da Palavra.
- Owens, D. (1988, 3 de outubro). Joaquin Blaya va vendiendo el mercado hispano. *El Nuevo Herald*, 1.
- PRODU. (2016). *Conversación con Patricio Hernández CEO de Mega Chile y su éxito* [Vídeo]. YouTube. <https://bit.ly/2Tx49Bq>
- Ribke, N. (2013). The genre of live studio audience programmes in a political context: The Flavio Cavalcanti Show and the Brazilian military regime. *Screen*, 54(3), 355-370. <https://doi.org/10.1093/screen/hjt022>
- Ribke, N. (2020a). Telemontecarlo as a (failed) Italo-Brazilian communications experiment: South-South transnational business, politics and culture (1985-1994). *Media History*, 27(3), 364-380. <https://doi.org/10.1080/13688804.2020.1801402>
- Ribke, N. (2020b). *Transnational Latin American television: Genres, formats and adaptations*. Routledge.
- Rivero, Y. (2012). Our Betty: The legacy of *Yo soy Bety, la fea's* success in Colombia. In J. McCabe & K. Akass (Eds.), *TV's Betty goes global: From telenovela to international brand* (pp. 45-61). Bloomsbury Publishing.
- Sanchez, E. (2019, 21 de março). Los mejores países de América Latina para ver Netflix *Merca2.0*. <https://bit.ly/3kOagN0>
- Sinclair, J. (1998). *Latin American television. A global view*. Oxford University Press.
- Sinclair, J. (2005). Latin American commercial television: "Primitive capitalism". In J. Wasko (Ed.), *A companion to television* (pp. 503-520). Blackwell.

- Sinclair, J. (2014). Transnationalization of television programming in the Ibero-American Region. *MATRIZES*, 8(2), 63-77. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i2p63-77>
- Sirvén, P. (1996). *El rey de la TV: Goar Mestre y la historia de la televisión*. Clarin Aguilar.
- Sousa, H. (1997, 2-7 de julho). Crossing the Atlantic: Globo's wager in Portugal [Artigo apresentado]. Conferência da International Association for Mass Communication Research, Oaxaca, Mexico. <https://bit.ly/3rvQsiP>
- Straubhaar, J. D. (1991). Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Media Communication*, 8(1), 39-59. <https://doi.org/10.1080/15295039109366779>
- Straubhaar, J. D. (2007). *World television: From global to local*. SAGE.
- Suar, A. (Criador e produtor). (2015-2016). *Esperanza mía* [Telenovela]. Pol-ka.
- Turow, J. (1997). *Breaking up America: Advertisers and the new media world*. University of Chicago Press.
- Varela, M. (2005). *La televisión criolla: Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna, 1951-1969*. Edhasa.
- Vassallo de Lopes, M. I., & Greco, C. (2016). Brasil: A TV “transformada” na ficção televisiva brasileira. In M. I. Vassallo de Lopes & G. Orozco Gómez (Eds.), *(Re)invenção de gêneros e formatos da ficção televisiva: Anuário Obitel 2016* (pp. 135-176). Sulina.
- Villar Gertner, A. (2014). The Beagle Channel frontier dispute between Argentina and Chile: Converging domestic and international conflicts. *International Relations*, 28(2), 207-227. <https://doi.org/10.1177/0047117814526910>
- Wallach, J. (2011). *Meu capítulo na TV Globo*. TopBooks.

Artigo recebido em 19 de julho de 2021 e aprovado em 6 de agosto de 2021.

Arquétipo e catarse nas narrativas audiovisuais

Archetype and catharsis in audiovisual narratives

■ SÍLVIO ANTONIO LUIZ ANAZ^a

Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes. São Paulo – SP, Brasil.

RESUMO

O clímax em filmes e séries televisivas é construído pela combinação de imagens e sons que impactam emocionalmente a audiência, gerando a *catarse*. O efeito catártico é peça-chave em gêneros como aventura, western e horror. Este artigo analisa o papel que o arquétipo tem na catarse em narrativas audiovisuais ao operar como acionador de emoções. Articulam-se as teorias sobre catarse (Aristóteles, Jauss) e arquétipos (Jung, Durand) para estabelecer as relações entre esses elementos e entender como operam a partir de exemplos de filmes e séries. Resultados mostram a oposição arquetípica herói-monstro como gatilho emocional nas catarses e a relação entre imagens arquetípicas e contexto sócio-histórico em cenas catárticas.

Palavras-chave: Catarse, arquétipo, narrativa audiovisual, filme, série de TV

ABSTRACT

Climax in movies and TV series is built by a combination of images and sounds that impact emotionally on the audience generating catharsis. The cathartic effect is essential in genres like adventure, western, and horror. This essay analyzes the role of archetypes as an emotional trigger for catharsis in audiovisual narratives. The article articulates theories about catharsis (Aristotle, Jauss) and archetype (Jung, Durand) to establish the basis of relations among them and to understand how they operate in examples of movies and TV series. Results show the archetypal opposition hero-monster acting as an emotional trigger in catharsis and the relation between archetypical images and historical-social context in cathartic scenes.

Keywords: Catharsis, archetypes, audiovisual narratives, movie, TV series

^a Pós-doutor em Meios e Processos Audiovisuais na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Pesquisador visitante na School of the Arts, Media, Performance & Design da York University. Orcid: 0000-0002-4851-4903. E-mail: silvioanaz@hotmail.com

INTRODUÇÃO

A ESTRUTURA NARRATIVA PREDOMINANTE em parte significativa dos roteiros de filmes e séries que alcançam sucesso global de audiência fundamenta-se, entre outros elementos, na construção dos momentos de clímax ao longo do enredo. Na estrutura narrativa normalmente utilizada pelo cinema estadunidense mainstream – em que as produções buscam conquistar amplas audiências globais –, cada ato tem seu ponto de máxima tensão. McKee (2010) destaca que “um ato é uma série de sequências que atinge o auge em uma cena culminante que causa uma importante inversão de valores, mais poderosa em seu impacto do que qualquer outra sequência ou cena prévia”¹. Ele entende que os momentos de clímax numa narrativa audiovisual têm uma gradação de importância e de reversibilidade. O clímax em uma sequência é de moderada importância e em um ato é de grande importância – e ambos são reversíveis. Já o clímax no último ato é, geralmente, o clímax do enredo e da história, sendo o mais importante de todos e irreversível (McKee, 2010).

Na série televisiva, os momentos de clímax devem ser vistos em relação às suas inserções nos episódios, que dependem do formato que a série adota, se *procedimental*, com episódios autoconclusivos e independentes, ou *serial*, com arcos longos e episódios interdependentes. Nas séries serializadas, temos momentos de clímax em cada episódio e o momento de clímax do enredo, geralmente no último episódio; enquanto nas procedimentais temos uma estrutura similar à dos filmes, com clímax a cada ato do episódio e um clímax do enredo nas sequências finais do episódio.

O clímax tem sido explorado também fora dessas formas convencionais, especialmente por séries televisivas caracterizadas pela sua *complexidade narrativa* (Mittel, 2012), fruto de inovações que tornam as tramas mais desafiadoras e levam a um maior engajamento do público, conforme o demonstrado por Mittel (2012) e Dunleavy (2018), entre outros autores, ao indicarem o uso da serialidade e arcos longos, originalidade conceitual e temporalidade e espacialidade não convencionais como alguns desses novos efeitos especiais narrativos. Um exemplo de deslocamento do momento de clímax é quando ele é usado no começo de episódios ou de filmes, em estruturas narrativas que privilegiam contar o que aconteceu com flashbacks. De toda forma, a construção dos momentos de clímax – seja de uma sequência, de um ato ou do enredo, seja em uma narrativa convencional (ou não) –, é feita normalmente a partir de uma combinação de imagens e sons que buscam explorar ao máximo as emoções do espectador.

Nas narrativas audiovisuais, especialmente naquelas em que predominam ou se misturam os gêneros de aventura, ação, ficção científica, horror e fantasia, o clímax está associado à *catarse estética*, o que Schaper (1968) considera como

¹ No original: “An act is a series of sequences that peaks in a climactic scene which causes a major reversal of values, more powerful in its impact than any previous sequence or scene”. Esta e demais traduções, do autor.

“o peculiar efeito que apenas a obra de arte poética tem”² (p. 135). A *catarse estética*, identificada originalmente por Aristóteles nas suas observações das artes gregas, especialmente do teatro, corresponde a um tipo de envolvimento emocional da audiência que é diferente daquele experimentado na vida real: “a catarse por meio da tragédia corresponde à transformação do que seria doloroso na vida real para o que é profundamente prazeroso quando incorporado na estrutura de um trabalho artístico”³ (Schaper, 1968, p. 140).

Nesse âmbito estético, do *sentir em comum* que se estabelece entre o espectador e o(s) protagonista(s) do mundo diegético, entendemos que um componente narrativo que se mostra fundamental na construção de cenas que levam à catarse estética é o papel exercido pelo *arquétipo* – entendido este na sua conceituação contemporânea mais ampla estabelecida especialmente por Jung (1976/2014) e Durand (2002). Na abordagem desses pensadores, o arquétipo, enquanto fenômeno psíquico, *materializa-se* quando é expresso simbolicamente nas criações artísticas e narrativas, como nos filmes e séries televisivas.

A partir dessas ideias, a tese que aqui exploramos é a de que o arquétipo, ao se manifestar como imagens psíquicas específicas e peculiares cujo conteúdo significante é apreendido pela consciência, participa de forma decisiva na geração da catarse, uma vez que é por meio do conjunto de arquétipos que compõem o(s) protagonista(s) que o espectador estabelece sua identificação com o(s) ponto(s) de vista e também com as emoções deste(s).

Haveria assim uma estreita conexão entre catarse estética e arquétipos nos momentos de clímax nas narrativas audiovisuais, sendo, conseqüentemente, as características arquetípicas dos personagens definidoras dos componentes imagéticos e sonoros das cenas de máxima tensão, que são fontes geradoras do impacto catártico na audiência.

Para desenvolver essa tese, apresentamos na primeira parte uma reflexão conceitual sobre a conexão entre a teoria dos arquétipos e a da catarse estética e, na segunda parte, buscamos identificar de que forma a presença de determinados arquétipos potencializa o efeito emocional na audiência em dois exemplos de cenas catárticas: uma no filme *No Tempo das Diligências* (Ford, 1939) e outra no episódio “Os Espólios da Guerra” (Benioff et al., 2017), da série televisiva *Game of Thrones* (Benioff et al., 2011-2019).

ARQUÉTIPOS COMO FONTES EMOCIONAIS NAS NARRATIVAS

Ao desenvolver as bases do conceito contemporâneo de arquétipo, tendo em vista principalmente sua aplicação na psicologia analítica, Jung (1976/2014) estabelece uma inseparável relação entre as emoções e as imagens arquetípicas.

²No original: “it indicates the peculiar effect which only works of poetic art have”.

³No original: “Catharsis through tragedy accounts for the transformation of what would be painful in the real life to what is deeply enjoyable when embodied in the structure of a work of art”.

Na hipótese junguiana, os arquétipos são imagens primordiais, universais e a-históricas localizadas numa camada inferior do inconsciente humano, que ele denominou de *inconsciente coletivo* (Jung, 1976/2014). Ao emergirem do nível inconsciente do indivíduo para o consciente, os arquétipos são *preenchidos* por imagens.

A criação das narrativas mitológicas é, nessa perspectiva, o resultado de uma primeira expressão dos arquétipos e das imagens arquetípicas. Durand (2002, p. 63) entende que o mito é uma narrativa fruto de um esboço de racionalização dos arquétipos transformados em ideias e das imagens arquetípicas transformadas em palavras. Desde então, a manifestação dos arquétipos na produção simbólica humana, especialmente nas mitologias, religiões e artes, constituiu um repertório milenar de características e emoções associadas a cada arquétipo, que tem sido amplamente explorado pela produção audiovisual contemporânea.

Mas, enquanto os arquétipos em si são universais e a-históricos, as imagens que os *preenchem* quando se manifestam – isto é, as *imagens arquetípicas* – são produtos da cultura e do momento histórico vivenciado pelo indivíduo e sua coletividade. Assim, um mesmo arquétipo pode ser preenchido por diferentes imagens, em função da cultura e do contexto histórico. Um bom exemplo disso é o surgimento de uma imagem arquetípica específica de um tipo de *herói* característico da cultura estadunidense: a do *vigilante*, que se caracteriza como um tipo de herói que age unicamente de acordo com seus próprios códigos morais, não se submetendo a autoridades, leis ou processos legais que não estejam plenamente de acordo com seus valores pessoais. O *herói vigilante* vem sendo representado ao longo dos dois últimos séculos por distintas imagens, desde a do *cowboy* e do pioneiro no Velho Oeste norte-americano – em que a ausência de leis e autoridades estimulava o seu surgimento – até a de personagens contemporâneos como Rorschach, da *graphic novel Watchmen*, criação de Alan Moore e David Gibbons (1988-1989) – em que as leis e autoridades podem ser um obstáculo para satisfazer o desejo por um certo tipo de justiça feita com as próprias mãos e da forma mais imediata possível.

As imagens que emergem no nível consciente, no entanto, somente são arquetípicas à medida que estejam carregadas de emoções positivas ou negativas. Para Jung (1976/2014), a manifestação de um arquétipo se dá somente quando a imagem ganha *numinosidade*, isto é, energia psíquica, e se torna dinâmica e significativa o suficiente para impactar o indivíduo. Assim, seguindo no nosso exemplo das imagens arquetípicas do herói vigilante, elas impactam emocionalmente a audiência a partir das características amplas que definem um *herói*, de qualquer tipo, e pelas particularidades do tipo *vigilante*.

Há assim – numa dimensão mais ampla – a empatia que a audiência estabelece com as características que em geral definem o *herói* ficcional, que são:

autossacrifício⁴, trajetória de transformação (de si próprio e/ou do mundo a sua volta) e, segundo Coogan (2009, p. 77), uma missão altruísta e pró sociedade, o que significa que a luta do herói contra o mal não mira benefícios próprios e sim servir aos códigos morais existentes na sociedade em que se insere. E, numa dimensão mais específica, o *herói vigilante* também causa empatia graças às suas principais características particulares, que são: não respeitar os limites legais ou de autoridades e exercer a punição aos criminosos imediatamente, sem esperar os processos judiciais.

A conexão entre arquétipos e as emoções sugeridas pelo conceito junguiano⁵ podem ser investigadas também a partir dos avanços da neurociência e da psicologia, especialmente nos estudos de emoções e sentimentos humanos, que acrescentam contribuições importantes para a compreensão do fenômeno.

Ekman (2011) entende que o motivo mais básico e importante para geração das emoções se dá “quando sentimos, justificadamente ou por engano, que algo que afeta seriamente nosso bem-estar, para melhor ou pior, está acontecendo ou prestes a acontecer” (p. 36). Baseado em estudos empíricos com pacientes neurológicos, Damásio (2012) defende a tese de que razão e emoção operam conjuntamente no processo cognitivo, que a emoção auxilia e dialoga com a razão e também transmite informações cognitivas:

o sistema de raciocínio evoluiu como uma extensão do sistema emocional automático, com a emoção desempenhando vários papéis no processo de raciocínio. . . . A presença obrigatória da emoção no processo de raciocínio pode ser vantajosa ou nefanda, dependendo das circunstâncias da decisão e da história pregressa de quem decide. (Damásio, 2012, Retorno ao erro de Descartes, paras. 5-6)

A imagem arquetípica é interpretada pela audiência a partir da combinação da reflexão racional sobre a imagem e seus significados e da resposta emocional a ela. A tese do *trajeto antropológico* (Durand, 2002) traz a ideia de que a imagem arquetípica é fruto do *imaginário*⁶ e um produto da imaginação que opera entre forças contraditórias: em um sentido, as pulsões (internas ao indivíduo) e, no sentido contrário, as coerções (externas ao indivíduo) impostas pelos mundos natural e cultural – trazendo também a ideia de operação simultânea de elementos racionais e emocionais no processo.

Damásio (2012, Emoções, para. 7) enfatiza que “as emoções só são desencadeadas após um processo mental de avaliação que é voluntário e não automático”. Afinal, como nos lembra Durand (2013, p. 23), o que distingue o comportamento do *Homo sapiens sapiens* do de outros animais é que quase toda atividade psíquica humana é indireta, reflexiva, carece da imediatez, segurança

⁴ Nesse sentido, o herói aproxima-se da imagem de divindade, mesmo na concepção contemporânea, pois pratica uma abnegação irrestrita: “Trata-se do sacrifício do deus, pois o deus que se sacrifica dá sem retorno” (Mauss & Hubert, 2005, pp. 106-107).

⁵ O conceito junguiano de arquétipo tem sido testado nas investigações sobre a produção simbólica conduzidas por pensadores como Joseph Campbell (1997) e Gilbert Durand (2002), entre outros, em estudos que mostram a existência de padrões nas narrativas – desde as mitologias mais arcaicas às ficções contemporâneas – e a redundância de imagens simbólicas e de seus significados, o que sustentaria a tese dos arquétipos proposta por Jung.

⁶ Durand (2002) concebe o imaginário como um *processo*, do qual emergem os elementos simbólicos (arquétipos, imagens arquetípicas, símbolos, estereótipos, mitos) criados pelo *Homo sapiens sapiens* para dar sentido ao mundo.

D

e univocidade do instinto, sendo a razão no *sapiens* resultado dessa mediação neuropsicológica. Para o neurocientista português, as emoções são resultado de um *processo avaliatório mental*, que impacta no corpo humano, como na mudança na cor da pele (ruborização), na postura corporal e na expressão facial, e no próprio cérebro (alterações mentais), e que operamos cognitivamente com um *filtro reflexivo e avaliador* que controla as variações nas intensidades das emoções (Damásio, 2012)⁷.

Assim, na fruição da narrativa, a identificação de um arquétipo se daria de forma racional e emocional quase que simultaneamente, à medida que no processo cognitivo são acionados elementos da memória, fruto do conhecimento e da experiência do indivíduo – informações que o levam a conceitualmente identificar o herói ou o *monstro*, por exemplo –, o que provocaria uma reação impulsiva, funcionando a manifestação do arquétipo como um estopim para a reação emocional da audiência.

Assim, o arquétipo do herói, por exemplo, não importa a imagem arquetípica que a imaginação humana criou para expressá-lo (Gilgamesh, Hércules, Mahyra, Chibinda Ilunga, Batman etc.), é identificado e sentido pelo indivíduo por meio da projeção que ele faz a partir de sua psique da imagem primordial, universal e atemporal do herói no mundo. Assim, o mesmo arquétipo, embora possa ser representado por diferentes imagens, é identificado e sentido de forma universal e atemporal, transcendendo fronteiras culturais, religiosas, étnicas e históricas, e acionando as mesmas emoções coletivamente. Há nesse processo também uma participação da *subjetividade*, à medida que determinados elementos da narrativa se associam ao conhecimento e à experiência particular e/ou visão de mundo do indivíduo, que reconhece assim traços de si mesmo na imagem arquetípica do herói – correspondam eles à realidade ou não – e acaba por *sentir* determinadas emoções acionadas por esse arquétipo.

Tomemos como exemplo a oposição arquetípica *herói-monstro*, integrante da arquetipologia durandiana. Na classificação proposta por Durand (2002), oriunda de um amplo levantamento das imagens simbólicas produzidas por várias culturas ao longo da história e fundamentada na ideia de que a produção simbólica busca enfrentar as angústias da finitude e do devir, a oposição arquetípica herói-monstro insere-se na lógica de *vencer a morte e o tempo* – que Durand classificou como *regime diurno das imagens*. Nele, prevalecem as ideias de oposição, combate e separação/distinção, em que os arquétipos existem como duas faces de uma mesma moeda, pois sem um o outro não está presente, como vemos nos grandes arquétipos *alto-baixo*, *claro-escuro* e *puro-manchado*, que compõem o regime diurno⁸. Nessa perspectiva, a manifestação do arquétipo do herói se dá sempre em oposição a do *monstro*, sendo geralmente aquele

⁷Tal controle resulta, em nosso entender, no fato das emoções associadas à imagem arquetípica – e, portanto, à manifestação do arquétipo – não serem uniformes ao longo da narrativa. Isto é, o medo ou a raiva associada à manifestação do monstro, por exemplo, varia em função dos estímulos e situações colocadas pela narrativa, conforme interpretadas pela audiência.

⁸Na classificação durandiana, além do regime diurno há o *regime noturno das imagens*, no qual as imagens simbólicas buscam *eufemizar* a morte e o tempo, tornando-os aceitáveis. Nessa classificação, predominariam as lógicas da harmonização dos opostos e do diálogo entre eles.

valorizado positivamente e este negativamente. Para tanto, há um processo de construção da narrativa que leva a essas valorizações que impactam nas emoções positivas e negativas que a audiência sente.

Vogler (2015), a partir de uma perspectiva mais pragmática voltada ao processo de criação e avaliação dos roteiros para cinema e TV, já apontava a importância das reações corporais na fruição das narrativas e defende a ideia de que elas são indicadores da qualidade daquilo que se está lendo ou assistindo. No entanto, independentemente da qualidade da criação das imagens que preencherão os arquétipos, estes por si só geram determinadas emoções e sua manifestação na narrativa significa o acionamento de determinadas sensações na audiência.

É preciso fazer aqui uma distinção entre emoção e sentimento, pois nem todos os sentimentos são oriundos de emoções, segundo Damásio (2012). Enquanto uma emoção corresponde a “um conjunto das alterações no estado do corpo associadas a certas imagens mentais que ativaram um sistema cerebral específico”, um sentimento a partir de uma emoção é a experiência dessas alterações corporais em justaposição com as imagens mentais que iniciaram o ciclo (Sentimentos, para. 3).

Ele entende que há dois grupos de sentimentos para os humanos: o *sentimento de fundo* e o *sentimento emocional*. O primeiro, que é o mais presente ao longo da vida, diz respeito à *sensação de existir* e não é nem demasiado positivo nem demasiado negativo, pois ocorre entre as emoções. O sentimento emocional, que aqui nos interessa, segundo Damásio (2012), é aquele que sentimos como resposta a estados corporais correspondentes às emoções (felicidade, tristeza, medo etc.), isto é, quando sinais neurais e químicos agem no corpo em resposta a estímulos instintivos e conscientes, ou como resposta a estados mentais que *simulam* as emoções, isto é, que recorrem a “mecanismos neurais que nos ajudam a sentir ‘como se’ estivéssemos passando por um estado emocional, como se o corpo estivesse sendo ativado e alterado” (O corpo como teatro das emoções, para. 1).

Retomando a conexão arquétipos-emoções proposta por Jung, Neumann (1999) entende que o arquétipo se constitui em um processo energético na psique que resulta em emoções positivas e negativas que movem e animam o indivíduo: “sua dinâmica exerce pressão irresistível e determina o comportamento humano (inconscientemente), de acordo com leis, e independentemente das experiências de cada indivíduo” (p. 20). O arquétipo leva a um estado de comoção biopsíquica, influenciando a disposição, inclinações, tendências, opiniões, intenções e interesses do indivíduo, além da consciência e do intelecto (p. 20). Relacionando tal perspectiva com a de Damásio (2012), supomos que os arquétipos operariam então no acionamento dos *sentimentos emocionais*. Antunes (2016) fala de “gatilhos emocionais arquetípicos” que

seriam acionados pelas narrativas fílmicas e levariam a audiência a estabelecer empatia com os personagens. Assim, no âmbito das narrativas, dada a associação intrínseca entre imagens arquetípicas e emoções, a materialização dos arquétipos nas criações ficcionais operaria como um *estopim emocional* positivo ou negativo na audiência, com impactos corporais ou como simulação no âmbito mental. A empatia com o herói e a repulsão em relação ao *monstro* são exemplos clássicos, ainda que simplificadores, desse processo.

No caso da narrativa audiovisual, a imagem arquetípica acionadora das emoções é construída basicamente através da *mise-en-scène* e da trilha sonora. A partir dessas fontes de imagens icônicas, sonoras, musicais e verbais, construímos *imagens mentais*, que em alguns casos são arquetípicas, à medida que preenchem determinado arquétipo projetado no mundo real ou imaginado e que provocam um sentimento emocional no indivíduo, assim como numa coletividade. Geralmente, em cenas ou sequências de cenas apresentadas normalmente no final de cada ato e, especialmente, na parte de desenlace do ato final, o impacto emocional torna-se crescente e significativo a ponto de causar *catarse* na audiência. Para melhor entender tal processo, é preciso refletir sobre como os arquétipos contribuem para o processo catártico nas narrativas.

CATARSE COMO EMOÇÃO ACIONADA PELOS ARQUÉTIPOS

A fruição das narrativas audiovisuais se dá com variações emocionais determinadas pela contribuição que os elementos visuais, sonoros e textuais do filme ou episódio dão para a construção das imagens nas mentes da audiência. As *imagens arquetípicas* – aquelas que preenchem determinado arquétipo acionado pela narrativa e projetado no consciente de cada indivíduo – são as capazes de gerar emoções que impactam no sujeito, fazendo-o senti-las no corpo e na mente ou, de forma simulada, unicamente nesta.

Pressupomos, assim, que a imagem arquetípica pode surgir de forma *imediatada*, às vezes como uma epifania, no processo de fruição, ou ser fruto de uma *construção* alimentada pelos elementos de várias cenas e sequências. No primeiro caso, como *revelação imediata*, ela surge a partir de um único simbolismo em uma cena – cuja fonte pode ser a imagem de um personagem ou de um lugar, uma trilha sonora, uma palavra ou uma combinação desses elementos – e torna-se imediatamente reveladora do arquétipo que está preenchendo. Isso ocorre porque uma cena é suficiente para a audiência identificar a imagem arquetípica como manifestação ou percepção da natureza ou do significado essencial do arquétipo, apreender intuitivamente seu significado simbólico e ter os sentimentos emocionais correspondentes. No segundo caso, como *construção*, ela é desenvolvida

pouco a pouco na mente da audiência a partir de um conjunto de cenas que trazem informações que compõem a construção dos sentimentos emocionais do espectador em relação ao arquétipo que se manifesta.

Bons exemplos dessas duas possibilidades aparecem na série televisiva *Game of Thrones* (Benioff et al., 2011-2019). A narrativa centra-se na disputa político-militar pelo Trono de Ferro dos Sete Reinos, mostrando intrincados jogos de poder, alianças, traições e conflitos entre dinastias que disputam o trono. Uma das principais características da estratégia narrativa é a multiplicidade de pontos de vista que leva a se abrirem várias *janelas* para a audiência, com o espectador podendo identificar-se com mais de um protagonista que apresenta características arquetípicas do herói. É o caso do personagem Eddard “Ned” Stark (Sean Bean), líder de uma das dinastias. Sua imagem arquetípica como herói é construída ao longo dos nove primeiros episódios, até sua morte. Paulatinamente, são associados à sua imagem valores como lealdade, honra, bondade e justiça, e características como astúcia e coragem, além da atitude de autossacrifício. Assim, ao chegarmos ao sétimo episódio da série, uma das imagens que preenchem a manifestação do arquétipo do herói em *Game of Thrones* (Benioff et al., 2011-2019) é a de Ned Stark, que foi construída pouco a pouco ao longo dos seis episódios anteriores. As aparições de Stark impactam emocionalmente a audiência, que geralmente sente *satisfação* com suas ações de justiça, lealdade e coragem; *tristeza* e *raiva* quando ele é injustamente condenado; e *surpresa* e *raiva* quando ele é morto.

Enquanto uma das imagens arquetípicas do herói é *construída* ao longo de vários episódios, uma das imagens arquetípicas do monstro é dada de forma *imediate*, isto é, apresentada em uma única cena logo na primeira sequência do primeiro episódio. Nela vemos a aparição de criaturas sobrenaturais mortas-vivas que atacam guardas que fazem parte da Patrulha da Noite, encarregada de tomar conta de uma imensa muralha de gelo para evitar a invasão dessas criaturas e outras ameaças aos Sete Reinos. Os sentimentos emocionais gerados por essa imagem arquetípica do monstro são geralmente as de *medo* e *repulsa*⁹.

As imagens arquetípicas geram diferentes graus de impacto emocional positivos e negativos. As narrativas audiovisuais ficcionais de sucesso são repletas de cenas e sequências que atendem a certas expectativas da audiência e geram nesta um efeito emocional catártico.

A noção de catarse – termo que, na sua origem, significa *purgação*, quando usado de forma neutra ou na medicina, e *purificação*, quando usado no sentido moral ou religioso – relacionada às obras da criação artística¹⁰ é adotada por Aristóteles na obra *Poética* (século 4 a.C.) enquanto ele desenvolve sua reflexão sobre a tragédia:

⁹ Para Paul Ekman (2011), há pelo menos sete emoções universais: *satisfação*, *tristeza*, *medo*, *raiva*, *desprezo*, *repulsa* e *surpresa*.

¹⁰ O conceito de catarse aparece na cultura grega nos pensamentos de Demócrito, Platão e Pitágoras, que antecedem Aristóteles, com as acepções de purificação e purgação voltadas à medicina, às artes e à moral (Freire, 1979, p. 1).

D

Arquétipo e catarse nas narrativas audiovisuais

A tragédia é a imitação de uma ação elevada e completa, dotada de extensão, numa linguagem embelezada por formas diferentes em cada uma das suas partes, que se serve da ação e não da narração e que, por meio da compaixão e do temor, provoca a *purificação* [ênfase adicionada] de tais paixões. (Aristóteles, 350 a.C./2018, pp. 47-48)

Ao considerar a catarse como a finalidade da tragédia, Aristóteles entende, segundo Santoro (2007), que a “provocação e a transformação das emoções humanas nas obras poéticas é algo tanto ou até mais importante que a expressão de valores e conteúdos morais” (p. 10).

Para Aristóteles (350 a.C./2018), a catarse é um elemento próprio da tragédia e é a capacidade desta de levar à catarse que define sua qualidade:

O temor e a compaixão podem, realmente, ser despertados pelo espetáculo e também pela própria estruturação dos acontecimentos, o que é preferível e próprio de um poeta superior. É necessário que o enredo seja estruturado de tal maneira que quem ouvir a sequência dos acontecimentos, mesmo sem os ver, se arrepie de temor e sinta compaixão pelo que aconteceu; isto precisamente sentirá quem ouvir o enredo do Édipo. Mas produzir este efeito através do espetáculo revela menos arte e está dependente da encenação. E os que, através do espetáculo, não produzem temor mas apenas terror, nada têm de comum com a tragédia: não se deve procurar na tragédia toda a espécie de prazer, mas a que lhe é peculiar. E, uma vez que o poeta deve suscitar, através da imitação, o prazer inerente à compaixão e ao temor, é evidente que isso deve ser gerado pelos acontecimentos. (pp. 63-64)

Para Schaper (1968), a catarse aristotélica refere-se a um conceito estético, ao peculiar efeito que apenas a arte provoca nas pessoas: a catarse “corresponde ao envolvimento emocional de um tipo diferente daquele experimentado no impacto emocional de eventos reais. . . . O prazer derivado dos trabalhos artísticos de qualquer tipo exibe uma mudança de nível, do ordinário para o estético”¹¹ (p. 140).

Paskow (1983) segue na mesma linha de Schaper e vê a catarse aristotélica como um fenômeno no âmbito da experiência estética:

Catarse estética é uma purificação no espectador da tragédia de suas capacidades de experimentar pena e medo; é também uma experiência prazerosa. . . . É uma resposta emocional apropriada imediata a uma sequência de eventos dramáticos e para as mais significantes possibilidades humanas e individuais do espectador. O termo “catarse” portanto denota ter uma referência interna e externa: talvez seja

¹¹No original: “It accounts for emotional involvement of a different kind from that experienced in the emotional impact of real events. . . . Enjoyment derived from works of art of any kind exhibits a shift of levels, from the ordinary to the aesthetic”.

por isso que Aristóteles escolheu justamente essa palavra que tem tanto significações médica, moral e religiosa¹². (pp. 61-64)

Para Aristóteles, as emoções sentidas na fruição da narrativa são criadas. Schaper (1968) afirma que, para o pensador grego, “não assumimos ou copiamos simplesmente as emoções que nos são ficcionalmente apresentadas; respondemos à estrutura total do evento ficcional com emoções de nós mesmos, não com emoções obtidas por ‘contágio’”¹³ (p. 142). Nessa perspectiva, a experiência emocional catártica relaciona-se à fruição da narrativa quando a audiência se coloca empaticamente no lugar do protagonista para *sentir* o que ela imagina que ele está *sentindo*.

Tal experiência emocional, segundo Jauss (1974),

ocorre quando o espectador da tragédia pode se colocar a si mesmo tão completamente na posição do herói em seu imerecido sofrimento de forma que ele sente por aquele herói o que ele poderia de outra forma apenas sentir por ele próprio¹⁴. (pp. 287-288)

O pensador alemão entende que a experiência da catarse pelo espectador corresponde a dois momentos: o primeiro, da liberação da audiência em relação ao seu mundo ordinário – a negação da vida cotidiana – e o ingresso no universo ficcional da narrativa, o que só é possível através da identificação do espectador com o herói que protagoniza a ação narrativa; o segundo momento, em que ele também deve *se liberar do mundo ficcional*, quando, embora sinta o que o protagonista de fato sente, sua reação deve se dar dentro de limites aceitáveis, em um estado de compostura desejável (Jauss, 1974, p. 288).

A resposta emocional da catarse parece ser proporcional à situação imaginária vivenciada pelo protagonista com o qual o espectador se identifica, normalmente um personagem que traz características do arquétipo do herói. Paskow (1983) vê “o protagonista como competidor psicológico que nos ajuda, os espectadores, a explorar em nossas emoções e imaginação (assim como com nosso intelecto) uma parte de nós mesmos que ordinariamente evitamos ou reprimimos”¹⁵ (p. 66). As consequências de tal exploração podem ser terríveis, ainda segundo Paskow, “mas ela é frequentemente libertadora, até mesmo revigorante”¹⁶ (p. 66).

Dentro desses pressupostos, parece-nos que a manifestação do arquétipo do herói é o principal gatilho emocional do efeito catártico, que emerge em situações geradoras de emoções extremas. No caso das narrativas audiovisuais, a experiência emocional catártica acionada pelas imagens arquetípicas do herói tem suas fontes, como já mencionamos, numa combinação de elementos, principalmente da mise-en-scène e da trilha sonora.

¹²No original: “Aesthetic catharsis is a purification in the spectator of tragedy of his capacities to experience pity and fear; it is also a pleasurable experience. ... It is an emotional response appropriate at once to a sequence of dramatic events and to the spectator's most significant individual and human possibilities. The term ‘catharsis’ therefore is meant to have an internal and external reference; perhaps that is why Aristotle chose just that word, which has both medical, moral, and religious significations”.

¹³No original: “we do not simply take over or copy the emotions which are fictionally presented to us; we respond to the total structure of fictional events with emotions of our own, not with emotions caught by ‘infection”.

¹⁴No original: “catharsis occurs when the spectator of tragedy can place himself so completely in the position of undeservedly suffering hero that he fears for that hero what he would otherwise only fear for himself”.

¹⁵No original: “the protagonist as psychological competitor helps us, the spectators, to explore in our emotions and imagination (as well as with intellects) a part of ourselves that we ordinarily avoid or altogether repress”.

¹⁶No original: “But it is often liberating, even exhilarating”.

Cenas em que a imagem arquetípica do herói aparece em confronto com as forças antagônicas a ele – e aos valores e princípios morais que ele representa – são normalmente catárticas e muitas vezes o ponto alto das catarses das narrativas audiovisuais. É interessante notar que os mesmos arquétipos acionam sempre as mesmas emoções, independentemente da imagem arquetípica utilizada ou do contexto social e histórico em que a narrativa se insere. Para melhor entender esse fenômeno, vejamos a comparação de cenas catárticas em produções audiovisuais consagradas.

No Tempo das Diligências (Ford, 1939), considerado um dos mais famosos filmes do gênero *western*, traz uma sequência de cenas catárticas nos trinta minutos finais do filme: um nascimento, um ataque dos Apaches, uma prisão, um tiroteio protagonizado pelo herói principal e uma fuga romântica para o México. O uso de clímax após clímax é uma das particularidades dos filmes de John Ford, que aparece também em *Rastros de Ódio* (Ford, 1956), por exemplo.

Uma das sequências catárticas na parte final de *No Tempo das Diligências* (Ford, 1939) mostra os nativos Apaches em uma prolongada perseguição e ataque à diligência de um grupo composto por figuras marginais e do establishment como uma prostituta, um delegado, um banqueiro, um médico alcoólatra e um fugitivo da prisão, entre outros, que estão indo em direção ao Velho Oeste e acabam emboscados. A sequência culmina com a aparição no último minuto da cavalaria do exército dos Estados Unidos para salvar os viajantes e afugentar os indígenas.

A sequência estabelece a típica oposição arquetípica herói-monstro. O arquétipo do herói é preenchido pelas imagens dos viajantes, especialmente pela imagem do personagem Ringo Kid (John Wayne), e pelas imagens da cavalaria. A imagem arquetípica do monstro é preenchida pelos Apaches, os *outros* aos olhos dos viajantes, vistos como selvagens e cruéis, a ponto de os viajantes preferirem estar mortos a serem capturados por eles. Parte das representações construídas são estereotipadas, especialmente as dos Apaches, na medida em que há uma construção superficial desses personagens, identificando-os como uma ameaça por estarem fora de suas reservas e comandados por Gerônimo, um dos mais importantes líderes militares indígenas da América do Norte, que era contrário aos acordos de confinamento dos nativos às reservas.

Mostrar os viajantes em perigo ante o ataque dos Apaches (Figura 1) – isto é, o herói ameaçado pelo monstro – inicia o processo de catarse, pois a identificação do espectador com os viajantes o faz *sofrer* e, estimulado pelo mundo ficcional, simular as emoções de medo e raiva em si próprio. Para superar o medo e satisfazer a raiva, alcançando assim a catarse, é esperado que o herói sobreviva e suplante ou mate o monstro. E é isso que a sequência de cenas traz, especialmente quando, no momento em que tudo parece perdido (Figuras 2 e 3),

surge a cavalaria (Figura 4) para salvar os viajantes, acionando o sentimento de satisfação na audiência. A catarse se completa, assim, como uma experiência prazerosa e libertadora para o espectador, que vê os heróis, com os quais se identifica e por quem tem empatia, superarem o monstro, pelo qual têm aversão.

Figura 1

Cena de No Tempo das Diligências 1



Nota. Início da sequência catártica mostra os Apaches, sob a liderança de Gerônimo, aguardando em uma emboscada a passagem da diligência. Fotograma do filme.

Figura 2

Cena de No Tempo das Diligências 2



Nota. Ataque dos Apaches à diligência. O processo catártico atinge o ponto alto da tensão com a ameaça iminente aos heróis imposta pelos monstros. Fotograma do filme.

Figura 3*Cena de No Tempo das Diligências 3*

Nota. Heróis em ação – nesse caso o delegado, à esquerda, e o fugitivo Ringo Kid (John Wayne) na parte superior da diligência. A cena, a despeito da aparição dos heróis, não leva ao alívio do espectador e mantém a tensão, pois, apesar da ação heroica, o risco aumenta à medida que eles ficam sem munição. Fotograma do filme.

Figura 4*Cena de No Tempo das Diligências 4*

Nota. Chegada da cavalaria; o processo catártico se conclui à medida que os soldados afugentam os Apaches. Fotograma do filme.

É importante ressaltar que o contexto sociocultural desde a época de lançamento de *No Tempo das Diligências* (Ford, 1939) mudou significativamente e os papéis de herói e monstro atribuídos na narrativa são agora questionáveis.

No entanto, mesmo que os papéis sejam trocados, os arquétipos e emoções acionadas por eles permanecem. Voltaremos a isso adiante em comparação com uma outra sequência catártica que propomos analisar e que mostra justamente uma inversão nas imagens arquetípicas em relação ao que vimos em *No tempo das Diligências* (Ford, 1939).

Em *Game of Thrones* (Benioff et al., 2011-2019), uma das sequências catárticas mais importantes acontece no episódio “Os Espólios da Guerra” (Benioff et al., 2017). Nela, há o confronto entre o exército da família Lannister e seus aliados e os exércitos comandados por Daenerys Targaryen, incluindo os guerreiros nômades Dothraki e dragões. Mais uma vez a oposição arquetípica herói-monstro funciona como principal gatilho emocional. Daenerys e seus aliados representam a imagem arquetípica do herói, enquanto os Lannisters e seus aliados, a do monstro. Aqui, consideramos que a narrativa apresenta personagens arquetípicos e não estereotipados, já que construiu ao longo dos 63 episódios anteriores perfis psicológicos e sociológicos aprofundados dos protagonistas, mostrando suas virtudes e seus vícios, bem como suas contradições, aproximando-os do que é o humano em sua complexidade.

A sequência de cenas (Figuras 5 a 10) mostra os exércitos comandados por James Lannister não só tendo que enfrentar os liderados por Daenerys, como principalmente sendo surpreendidos pelo ataque dos dragões, que dizimam com seu fogo centenas de soldados. As emoções acionadas pelos arquétipos ao longo da batalha são as de raiva – a cena caracteriza um possível momento de vingança –, medo – à medida que Daenerys e o dragão que monta correm perigo durante o confronto – e satisfação –pela vitória alcançada pelo herói. É interessante notar dois pontos aqui: (i) a satisfação da audiência que se identifica e tem empatia por Daenerys e aversão aos Lannisters e seus aliados vem principalmente quando o dragão queima vivos centenas de seres humanos associados a imagens arquetípicas do *monstro*; (ii) o preenchimento do arquétipo do herói por imagens tradicionalmente associadas ao *monstro*, como a dos *bárbaros* (Dothrakis) e do próprio dragão – a inversão, no entanto, é apenas no nível das imagens, já que na essência ela mantém a oposição entre *bons* e *maus*, nas quais a audiência tende a ter predominantemente empatia e identificação pelos primeiros, independentemente da imagem que eles assumam (*outsiders*, renegados, selvagens, *outros* etc.).

D

Arquétipo e catarse nas narrativas audiovisuais

Figura 5

Cena de Game of Thrones 1



Nota. Exército dos Lannisters e seus aliados. Imagem da série.

Figura 6

Cena de Game of Thrones 2



Nota. Ataque dos Dothraki, iniciando o processo catártico, à medida que preenchem o arquétipo do herói. Imagem da série.

Figura 7*Cena de Game of Thrones 3*

Nota. James Lannister (dir.) espantado ao ver algo. A cena sinaliza que o herói possui recursos que surpreendem o monstro. Imagem da série.

Figura 8*Cena de Game of Thrones 3*

Nota. A surpresa se revela: o ataque do dragão mostra que o herói tem uma força desproporcional (sobre-humana) ao monstro. Imagem da série.

Figura 9*Cena de Game of Thrones 4*

Nota. Daenerys comandando o ataque e montando o dragão; é um dos pontos altos do processo catártico por ser a primeira aparição de um dos heróis principais. Imagem da série.

Figura 10*Cena de Game of Thrones 5*

Nota. Dragão ataca os exércitos dos Lannisters e seus aliados; clímax do processo catártico ao proporcionar o sentimento de satisfação à audiência, que se identifica com os heróis; nesse caso, a crueldade que representa a queima de seres humanos vivos estaria *moralmente justificada*. Imagem da série.

Ambos os exemplos aqui analisados desenvolvem o mesmo processo catártico – da emulação do medo/raiva à satisfação com o alívio proporcionado pelo triunfo do herói – e envolvem os mesmos arquétipos principais – nas sequências analisadas, predominam nos protagonistas os arquétipos do herói e do monstro, conforme o sintetizado na Figura 11. O esquema ajuda a visualizar o que

descrevemos antes, isto é, como as imagens arquetípicas variam, sendo inclusive opostas – a imagem do nativo/selvagem (Apache), que preenche o arquétipo do monstro em *No Tempo das Diligências* (Ford, 1939), no caso de *Game of Thrones* (Benioff et al., 2011-2019), os nômades Dothraki, preenche a imagem do herói –, mostrando o impacto que contexto social e histórico tem nas imagens arquetípicas.

Figura 11

Relação entre catarse, arquétipos e imagens arquetípicas



Nota. Elaborado pelo autor.

É importante ressaltar que uma série televisiva com vários episódios e várias temporadas, como é o caso de *Game of Thrones* (Benioff et al., 2011-2019), tem a possibilidade de desenvolver seus protagonistas psicológica e sociologicamente de forma muito mais completa do que um filme com duração de 95 minutos, como é o caso de *No Tempo das Diligências* (Ford, 1939). Ainda assim, a relação entre arquétipos e os sentimentos por eles acionados – que é o que nos interessa analisar aqui – mostra convergências nos dois tipos de narrativas.

CONCLUSÕES

Os exemplos aqui estudados mostram que a oposição arquetípica herói-monstro – uma das variações do dualismo *bem versus mal* – tem um papel significativo na catarse estética. A empatia e a identificação do espectador com a imagem que usa para preencher o arquétipo do herói e a aversão à imagem

que usa para preencher o arquétipo do monstro constituem o elemento básico do processo catártico nas sequências analisadas.

Os sentimentos gerados durante as sequências catárticas – como raiva, medo e satisfação – estão conectados, assim, aos arquétipos em ação nas cenas que as compuseram. É importante frisar, conforme a comparação dos dois exemplos evidenciou, que são os arquétipos que operam como gatilhos emocionais na catarse, e não os personagens, suas imagens ou o contexto sócio-histórico. Ao preencher mentalmente um arquétipo com determinado personagem, imagem e/ou elemento, o espectador estabelece os sentimentos potenciais que poderão ser acionados em cenas decisivas na narrativa com a participação daqueles. Também, como foi observado, o contexto sócio-histórico pode até inverter o papel dos personagens, mas os arquétipos e os sentimentos por eles gerados permanecem os mesmos.

Entendemos, por fim, que este estudo inicial sinaliza que pode ser promissor analisar cenas catárticas em filmes e séries de diferentes gêneros para se verificar, com maior amplitude, a hipótese aqui desenvolvida: de que o arquétipo – especialmente o do herói (ou a oposição arquetípica herói-monstro) –, dada sua universalidade e atemporalidade e por ser repositório de potenciais emoções, exerce o papel central na geração de sentimentos na audiência durante o processo de catarse estética nas narrativas audiovisuais, independentemente das imagens a ele associadas ou do contexto sócio-histórico em que se insere. ■

REFERÊNCIAS

- Antunes, F. S., Jr. (2016). A retórica midiática como gatilho de emoções arquetípicas. *Mídia e Cotidiano*, 10(10), 210-225. <https://doi.org/10.22409/ppgmc.v10i10.9803>
- Aristóteles (2018). *Poética*. Fundação Calouste Gulbenkian. (Trabalho original publicado em 350 a.C.)
- Benioff, D., Weiss, D. B., Strauss, S., Doelger, F., Caulfield, B., Cogman, B., Sapochnik, M., & Nutter, D. (Produtores Executivos). (2011-2019). *Game of thrones* [Série de televisão]. Television 360; Grok! Television; Generator Entertainment; Startling Television; Bighead Littlehead.
- Benioff, D. (Roteirista), Weiss, D. B. (Roteirista), & Shakman, M. (Diretor). (2017, 30 de julho). Os espólios da guerra [The spoils of war] (Temporada 7, Episódio 4) [Episódio de série de televisão]. In D. Benioff, D. B. Weiss, S. Strauss, F. Doelger, B. Caulfield, B. Cogman, M. Sapochnik, & D. Nutter (Produtores Executivos), *Game of thrones*. Television 360; Grok! Television; Generator Entertainment; Startling Television; Bighead Littlehead.
- Campbell, J. (1997). *O herói de mil faces*. Cultrix; Pensamento.

- Coogan, P. (2009). The definition of the superhero. In J. Heer & K. Worcestre (Eds.), *A comics studies reader* (pp. 77-93). University Press of Mississippi.
- Damáσιο, A. (2012). *O erro de Descartes: Emoção, razão e o cérebro humano*. Companhia das Letras. <https://amzn.to/3qDGgUV>
- Dunleavy, T. (2018). *Complex serial drama and multiplatform television*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315682310>
- Durand, G. (2002). *As estruturas antropológicas do imaginário*. Martins Fontes.
- Durand, G. (2013). *De la mitocítica al mitoanálisis: Figuras míticas y aspectos de la obra*. Anthropos.
- Ekman, P. (2011). *A linguagem das emoções*. Lua de Papel.
- Ford, J. (Diretor). (1939). *No tempo das diligências* [Stagecoach] [Filme]. Walter Wanger Productions, Inc.
- Ford, J. (Diretor). (1956). *Rastros de ódio* [The searchers] [Filme]. C. V. Whitney Pictures.
- Freire, A. (1979). Hermenêutica tradicional da catarse aristotélica. *Revista Portuguesa de Filosofia*, 35(3), 1-30.
- Jauss, H. R. (1974). Levels of identification of hero and audience. *New Literary History*, 5(2), 283-317. <https://doi.org/10.2307/468397>
- Jung, C. G. (2014). *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Vozes. (Trabalho original publicado em 1976)
- Mauss, M., & Hubert, H. (2005). *Sobre o sacrifício*. Cosac Naify.
- McKee, R. (2010). *Story: Substance, structure, style, and the principles of screenwriting*. Harper Collins. <https://amzn.to/2UNp8Qz>
- Mittel, J. (2012). Complexidade narrativa na televisão norte-americana contemporânea. *MATRIZES*, 5(2), 29-52. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p29-52>
- Moore, A., & Gibbons, D. (1988-1989). *Watchmen* (Vol. 1-12). Abril.
- Neumann, E. (1999). *A grande mãe: Um estudo fenomenológico da constituição feminina do inconsciente*. Cultrix.
- Paskow, A. (1983). What is aesthetic catharsis? *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 42(1), 59-68. <https://doi.org/10.2307/429947>
- Santoro, F. (2007). Sobre a estética de Aristóteles. *Viso Cadernos de Estética Aplicada*, 1(2), 1-13. <http://doi.org/10.22409/1981-4062/v2i/36>
- Schaper, E. (1968). Aristotle's catharsis and aesthetic pleasure. *The Philosophical Quarterly*, 18(7), 131-143. <https://doi.org/10.2307/2217511>
- Vogler, C. (2015). *A jornada do escritor: Estrutura mítica para escritores*. Aleph.

Teoria intermediária na comunicação: Elementos necessários para uma abordagem da comunicação como cultura

Middle range theory in communication: Constitutive elements for a communication approach as culture

■ GUSTAVO ADOLFO LEÓN-DUARTE^a

Universidad de Sonora, División de Ciencias Sociales, Departamento de Psicología y Ciencias de la Comunicación. Hermosillo – SON, México

RESUMO

Este artigo examina e discute os pressupostos metateóricos que devem ser levados em consideração no ensino de uma teoria de médio alcance (TMA) em comunicação. Primeiro, ele examina as abordagens teóricas e modelos mais amplos para destacar a funcionalidade dos pressupostos metateóricos de caráter ontológico e epistemológico. Num segundo momento, discute criticamente as implicações da construção de uma TMA em comunicação com foco na integração descritiva da abordagem da comunicação como cultura (ACC). Conclui-se que o modelo ritual de comunicação como cultura é consistente com as sensibilidades epistemológicas contemporâneas que clamam por um campo de estudo inerentemente interdisciplinar e inovador como a comunicação.

Palavras-chave: Comunicação, pesquisa aplicada, teoria, modelos, ensino

^a Licenciado em Comunicação pela Universidad de Sonora. Mestre e doutor em Jornalismo e Comunicação pela Universidad Autónoma de Barcelona. Membro do Sistema Nacional de Investigadores en México (L-II). Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-5230-9462>. E-mail: gustavo.leon@unison.mx

ABSTRACT

This article examines and discusses the meta-theoretical assumptions that must be taken into account when teaching a Middle Range Theory (MRT) in Communication. First, it examines the broader theoretical approaches and models to highlight the functionality of ontological and epistemological meta-theoretical assumptions. In a second moment, it critically discusses the implications of the construction of a MRT in Communication to focus on the descriptive integration of the Approach to Communication as Culture (ACC). It is concluded that the model is in accordance with contemporary epistemological sensitivities that call for an inherently interdisciplinary and innovative field of study such as communication.

Keywords: Communication, applied research, theory, models, teaching

INTRODUÇÃO

NO CONTEXTO DA pandemia causada pelo coronavírus (SARS-CoV-2), revisei vários textos escritos antes do surgimento da doença. Isso me permitiu encontrar novas percepções, mais claras do que anos atrás, a respeito de certos elementos e questões teóricas básicas que devem ser levadas em consideração quando as teorias da comunicação são ensinadas em cursos de graduação e pós-graduação. O mesmo aconteceu no decorrer de algumas investigações anteriores. Embora as dificuldades não tenham desaparecido no todo ou sido eliminadas integralmente por esse pensamento posterior, fica a certeza de que devemos continuar a dedicar mais tempo ao trabalho com os clássicos da teoria da comunicação para aumentar nossa familiaridade ontológica e epistemológica a respeito da disciplina.

Considero que uma boa motivação é ser capaz de diferenciar entre as características simbólicas representativas da história da teoria da comunicação e o desenvolvimento sistemático prospectivo que se manifesta de forma potencial a partir da fragmentação produtiva do campo dos estudos da comunicação em nível global (Craig, 2013). Assim, o conhecimento e o reencontro com os clássicos ofereceriam uma variedade de circunstâncias teóricas potenciais para o docente de comunicação. Destacaria aqui a versão analítica mais convincente de não se abstrair em ideias próprias bem como a satisfação, portanto, da confirmação independente para a geração de novas ideias e o desenvolvimento de padrões analíticos elevados para (re)pensar o campo da teoria e da pesquisa da comunicação.

TEORIAS DE COMUNICAÇÃO: MOVIMENTOS, ABORDAGENS, INFLUÊNCIAS (INTER) DISCIPLINARES

É evidente que o papel da comunicação como disciplina social foi historicamente forjado de forma muito vigorosa e mutável a partir do início do século passado (León-Duarte, 2010). Da mesma maneira que ocorreu com outras disciplinas das ciências sociais, a comunicação, como um campo de estudo intrinsecamente interdisciplinar, foi fortemente influenciada desde a Segunda Guerra Mundial por três movimentos e abordagens que, segundo Calhoun (2017), vêm lhe dando forma e oferecendo o exemplo de trabalho intelectual inovador e interdisciplinar nas ciências sociais: os estudos específicos da área e sua integração com outros núcleos (inter)disciplinares; os métodos quantitativos; e a pesquisa empírica voltada para a resolução de problemas. Nessa perspectiva, as três tendências foram influenciadas pelo financiamento, pela mudança social e pelo desejo de tornar o conhecimento disciplinar socialmente útil (pp. 117-130). Tudo parece indicar que esse *espírito* de interdisciplinaridade referido por Calhoun ainda nos acompanha

e merece ser cultivado como uma das qualidades mais meritórias do campo, apesar do grande número de diferentes teorias e abordagens disciplinares que o fomentam. Nesse sentido, o professor Robert T. Craig (2018) indica que a comunicação como disciplina social tem se configurado como uma espécie de “câmara de compressão interdisciplinar” para todas as abordagens sociais disciplinares. Assim, a comunicação é hoje, ao mesmo tempo, um campo disciplinar e interdisciplinar. A fragmentação intelectual da disciplina é um problema, mas também sua principal fonte potencial de adaptação (pp. 289-297).

O próprio professor Craig (1999) destacou que os cursos universitários em teoria da comunicação na América do Norte estão sendo oferecidos cada vez mais em todos os níveis de graduação e pós-graduação. Uma consequência disso foi o grande volume de livros especializados em teorias da comunicação. No entanto, diz Craig, embora existam muitas teorias de comunicação para se ensinar de maneira efetiva em qualquer curso, não há consenso sobre uma teoria da comunicação como campo disciplinar. De fato, Craig indica o estudo de Anderson (1996, citado por Craig, 1999, p. 120), que analisou o conteúdo de sete livros de teorias da comunicação e identificou 249 teorias diferentes, das quais 195 apareceram em apenas um dos sete livros em análise. Apenas dezoito das 249 teorias (7%) foram incluídas em mais de três livros. Ou seja, os textos introdutórios de teoria da comunicação concordariam em pouco mais de 7% dos conteúdos teóricos essenciais ao campo.

Portanto, considero que é válido para qualquer professor universitário, de qualquer país, questionar as consequências do ato formativo quando inicia um curso de teoria da comunicação. Independentemente da atualização dos dados oferecidos por Anderson (1996) há duas décadas, fica claro que, dependendo de como são concebidas pelo professor, tanto as teorias quanto as abordagens da comunicação podem ter mais ou menos sucesso no processo de ensino-aprendizagem. Parto da reflexão, mas também do princípio intelectual, para destacar a análise didática nas estruturas dos pressupostos e explicações que utilizamos na interpretação das nossas experiências. Trata-se de expor os valores e critérios teóricos, funções, abordagens e quadros de referência das teorias da comunicação para perceber e prever certas realidades e, em geral, produzir sentido e significado a respeito de nossa própria realidade comunicativa.

OBJETIVOS DO ESTUDO

É necessário um primeiro autoquestionamento: em que termos uma teoria da pesquisa científica deveria ser exposta, ensinada e desenvolvida no campo dos estudos da comunicação? Que função explicativa a teoria possuiria e como o fenômeno em estudo seria representado? A teoria deve incluir alguma abordagem, perspectiva

ou modelo de representação? A teoria teria, portanto, uma forma conceitual que pudesse ser modelada? Em caso afirmativo, o modelo teórico de comunicação é fielmente representado por uma pergunta e/ou hipótese de pesquisa? Por que a abordagem interpretativa acentua a função heurística da teoria e por que facilita a interpretação empírica? Por que a organização teórica por meio de um esquema conceitual progressivo por categorias de análise, dimensões, propriedades e indicadores caracteriza e define melhor o ordenamento conceitual do fenômeno social estudado? Existe alguma vantagem em tornar a teoria operacional? O modelo aumentaria a compreensão teórica das causas do fenômeno? Se o objetivo da função é expressar teoricamente a regularidade do fenômeno empírico estudado, que variações e singularidades de aplicabilidade encontramos entre os dados e os resultados com a teoria inicial? O que garante que tanto o acadêmico quanto o estudante da área de comunicação podem realizar testes empíricos para ordenar teoricamente alguma proposição conceitual de certa abordagem teórica discutida em aula?

Evidentemente, as questões são entendidas aqui como delineamentos de apoio às dimensões de conteúdo do presente estudo. São linhas gerais que sintetizam os nós e as matrizes de conhecimento que o ensino da comunicação destaca quando trata de determinada teoria da comunicação: a percepção e a análise dos objetos; a especificidade dos objetivos e das estratégias, os procedimentos e as técnicas metodológicas utilizadas; as desconstruções realizadas e o exame ou análise detalhada dos padrões; os recursos; e o desenvolvimento de relações semânticas entre a teoria e os fenômenos ou objetos em estudo. Em qualquer caso, o conhecimento comunicativo é aqui visto como um meio que produz e reproduz um sentido que reinterpreta interpretando, explicando e considerando que um fenômeno social e sua compreensão aproximada são, na maioria dos casos, indissociáveis (León-Duarte, 2002, 2015a, 2019). O objetivo deste texto é examinar e discutir os pressupostos metateóricos básicos de uma teoria de médio alcance (TMA) em comunicação, particularmente para guiar a prática docente no ensino superior. Nesse marco, objetiva-se expor e debater criticamente as implicações ontológicas e epistêmicas da construção de uma TMA para focar, como contraste e teste de postulados, a proposta teórica do professor estadunidense James W. Carey (2009): a abordagem da comunicação como cultura (ACC).

ESTRATÉGIA METODOLÓGICA: TÉCNICAS, PROCEDIMENTOS, CONTRASTES EPISTEMOLÓGICOS

É provável que, para muitos leitores deste texto, a abordagem ritual da comunicação como cultura de Carey (2009) não seja considerada, estritamente falando, uma TMA nos termos expressos por Merton (1968). Porém, dado que

as TMA são descritas como produtos finais, como será visto adiante, o professor especialista em teorias da comunicação tende, em geral, a reconhecer uma negociação de adaptação mais ativa e situada no processo de ensino; no reconhecimento das tensões potenciais entre relatos teóricos adequados nas quais ele pode se apoiar; na intervenção no debate; e na forma como certos relatos retratam o compromisso ou não com os dados fiéis à experiência vivida.

Por essas razões, o procedimento metodológico utilizado aqui se relaciona em muito com o espírito das propostas de Merton, discutidas a seguir. Por exemplo, a metodologia da teoria prática fundamentada (Craig & Tracy, 1995; Corbin & Strauss, 2014), bem como a etnografia multissituada de Marcus (1998), personifica tradições metodológicas abertas à autocrítica e, acima de tudo, comprometidas em fundamentar a construção de um nível adequado de teorização média com base em evidências empíricas, conforme a aspiração e o compromisso expressos por Merton (1968). Considerando ambas as tradições epistemológicas, minha posição é que, ao invés de aspirar a considerá-la (ou não) uma TMA, a ACC está mais alinhada com as sensibilidades epistemológicas contemporâneas quanto à adoção de uma metodologia que abrace as tensões das TMA, mantendo viva a questão de saber se o estudo da comunicação como um ato ritual da cultura é adequado para abordar determinados problemas comunicacionais, públicos diversos e objetos culturais contemporâneos.

Num primeiro momento, este estudo exigiu uma profunda revisão bibliográfica e documental. Uma vez selecionados os materiais da revisão, foi utilizado o método de comparação constante, sugerido pela teoria fundamentada de Corbin e Strauss (2014) para desenvolver duas ações intelectuais básicas. Por um lado, formulou-se um conjunto de autoquestionamentos para contrastar e expandir a dúvida sistemática quanto à compreensão teórica sobre o tema. O objetivo central foi alcançar uma proximidade indutiva com a evidência histórica coletada para estabelecer um guia de relacionamento e orientação teórica em torno do ensino de uma TMA na área da comunicação. Por outro lado, comparou-se a própria experiência acadêmica e de pesquisa com as experiências e contextos históricos de outros teóricos clássicos e não tão clássicos, para conseguir uma generalização na descrição e explicação das ideias teóricas e para efetuar o tratamento dos conteúdos temáticos com fins pedagógicos, além da própria prova de uma TMA em comunicação.

As técnicas e procedimentos permitiram estabelecer novas relações e conexões conceituais para organizar um esquema explicativo que expressa o ordenamento conceitual da ACC de Carey (2009). Tanto a teoria como a análise e integração de determinado número de variáveis que representam as dimensões e propriedades formuladas pela ACC, discutidas a seguir, envolveram uma

interpretação intensa e complexa. Metodologicamente, foram executadas duas operações instrumentais específicas para examinar semelhanças epistemológicas e diferenças de aplicação entre uma TMA na comunicação e a integração da ACC.

Em primeiro lugar, com base na recomendação específica exposta por Belgrave e Seide (2019), que afirmam que a utilização do método de comparação é útil para as seguintes situações relacionadas com a análise de abordagens e modelos teóricos, particularmente quando se tenta analisar uma TMA: 1) a metodologia é útil para analisar propostas teóricas decorrentes da preocupação contemporânea em produzir relatos que sejam ao mesmo tempo fiéis ao mundo da vida analisado e às experiências vividas por acadêmicos e pesquisadores; 2) é adequada para examinar, explicar e intervir nos problemas do dia a dia, “preocupação expressa por Merton como uma necessidade *sine qua non* para ativar uma TMA” (p. 304).

Por outro lado, foi observada e aplicada a sugestão de Jørgensen (2001), na medida de nossos limites, que argumenta que o potencial da teoria fundamentada está na possibilidade de articular: 1) as etapas lógicas para lidar com a coleta e análise de dados; 2) a correção de erros e omissões para apoiar as ideias analíticas; 3) a implementação de ferramentas para estudar os processos psicológicos e sociais básicos em contextos naturais; e 4) a definição de estratégias para compreender, explicar e criar uma TMA. Por fim, seguindo Argyris (1995), foi realizada uma busca para identificar possíveis construtos, fatores, propriedades e indicadores que pudessem ser incorporados em proposições que permitissem testes empíricos e que adviessem da ACC de James Carey (2009).

Assim, elaborou-se um esquema conceitual progressivo (Tabela 1), que se inicia com uma categoria teórica de primeira ordem que pode derivar hipóteses, pois o significado da ACC pode ser associado a uma série de problemas de comunicação sociocultural e da vida cotidiana. Seguindo León-Duarte (2015b; 2019), o procedimento metodológico consistiu na identificação pontual de um conceito que compartilhava características de ação prática no conjunto do núcleo teórico disciplinar revisado (ACC) para atribuir-lhe um código de identificação e classificação. Posteriormente, foi obtida uma base para avaliar e comparar um conjunto seletivo e específico de propriedades teóricas conceituais por meio de uma lista inicial geral. A partir dessa ordem, começaram a ser contrastados os postulados epistemológicos segundo os quais, de acordo com Merton (1968, pp. 51-69), uma TMA deve ter para avançar significativamente em dois planos interconectados: 1) desenvolvendo categorias teóricas especiais que permitem derivar hipóteses que possam ser investigadas empiricamente; e 2) desenvolvendo um esquema conceitual progressivo mais geral que seja adequado para consolidar grupos de teorias especiais.

Tabela 1*Abordagem da comunicação como cultura*

Categoria de primeira ordem	Dimensões de segunda ordem	Propriedades de terceira ordem
1. Abordagem da comunicação como cultura	2.1. A comunicação como sistema de informação e controle	3.1. Critérios relacionados com o sistema de envio de informação, transmissão e distribuição para o controle de outros.
		3.2. Critérios do sistema de relações relacionados com experiência, interação, resignificação, emoções e ideias, intenção consciente de participar e compartilhar.
		3.3. Definir o sentido da comunhão: definida para manter crenças compartilhadas.
	2.2. A comunicação como cultura	3.4. Identificar e definir a visão particular do indivíduo ou grupo: objetivos, aspirações, conhecimento, entendimento comum.
		3.5. Descrever e explicar a representação de forças e as ações dramáticas do indivíduo ou grupo em um tempo histórico preciso.
	2.3. Sentido, significado e direção da comunicação	3.6. Identificar a aceitação de ações mútuas realizado pelo indivíduo ou grupo.
		3.7. Identificar o papel social do indivíduo ou grupo.
	2.4. Orientação e tomada de posição ante os problemas da vida cotidiana	3.8. Identificar os critérios simbólicos de constituição de sentido: o que produz, o que mantém, o que repara e o que transforma a comunicação?
		3.9. Identificar evidências do processo produtor que define o comportamento simbólico da comunicação.
	2.5. Fundamentos da produção de sentido	3.10. Identificar o sentido e significado das experiências do indivíduo ou grupo, enfatizando as que se têm em comum.
3.11. Identificar o conjunto de objetivos, crenças, aspirações, conhecimentos, compreensões e posições que compartilham.		
2.6. Produção simbólica da realidade comunicativa	3.12. Identificar o critério exigido para a realização: como se constrói e como se preserva o consenso comunicativo no indivíduo ou grupo social.	
	3.13. Identificar as características das conversações, instruções, ideias significativas e busca de informação.	
		3.14. Identificar a problemática. Problematizar e documentar o conjunto de percepções sobre essa realidade.
		3.15. Representar simbolicamente a problemática comunicativa. Criação de mapas, modelos, plantas. Representação de e para a realidade.
		3.16. Pensar e reexaminar o processo comunicativo para identificar onde se cria, onde se ensina e como são ativadas as formas simbólicas da comunicação.
		3.17. Reexaminar as criações, expressões e transmissões de conhecimento, assim como a atitude do indivíduo ou grupo na realidade.
		3.18. Identificar e reexaminar o comportamento simbólico da comunicação: o que evidencia e o que produz o comportamento simbólico da comunicação?
		3.19. Identificar o conjunto de experiências que caracterizam a realidade comunicativa: em termos de produção, manutenção, reparação e transformação da comunicação.

Nota. Elaboração própria com base em dados de: León-Duarte (2015b, pp. 363-38; 2019, pp. 41-59); Craig (2013, pp. 39-57) e Carey (2009, pp. 7-234).

Por fim, o procedimento metodológico se encerra com uma apresentação analítica descritiva da ACC (Tabela 1), que visa integrar tanto os postulados de uma teoria fundamentada quanto os de uma teoria de médio alcance, mencionados anteriormente: ao contrário das abordagens dedutivas para a construção e teste de teorias, a metodologia fundamentada constrói a teoria a partir do compreensão empírica de uma maneira abduativa, ou seja, instruindo o aluno a postular um raciocínio a partir da descrição de um fato para propor a elaboração de uma hipótese que visa explicar possíveis motivos do fato a partir das premissas obtidas.

Por essas razões, o procedimento de classificação e comparação de uma TMA em comunicação aplicada à proposta de Carey por meio da ACC expressa relações argumentativas constituintes de um quadro conceitual integrado que pode ser usado para explicar ou prever situações, práticas e fenômenos hoje presentes no campo do ensino e da pesquisa em comunicação. A Tabela 1 sintetiza uma categoria de análise que expressa o ordenamento teórico para determinar e medir conceitos e variáveis que a influenciam: 1) a categoria de análise de primeira ordem é intitulada abordagem da comunicação como cultura; 2) as seis dimensões teóricas de segunda ordem permitem observar, descrever e explicar a comunicação como um modelo de transmissão de informação; a comunicação como cultura; os significados e sentidos do movimento que a comunicação produz; a comunicação e sua relação experiencial com os problemas da vida cotidiana; a comunicação como processo restaurador da cultura comum; a produção simbólica da realidade comunicativa; 3) as dezenove propriedades descritivas de terceira ordem objetivariam medir de forma abrangente a ACC e poderiam ser ampliadas ou diminuídas, dependendo dos objetivos, objetos, sujeitos e problemas de comunicação e da cultura em estudo.

ESTADO ONTOLÓGICO E EPISTEMOLÓGICO DA TEORIA DA COMUNICAÇÃO

A teoria científica da comunicação pode ser entendida como o conjunto de enunciados abstratos logicamente conectados a partir dos quais podem ser derivadas hipóteses e explicações empiricamente verificáveis do ato e/ou fenômeno comunicativo (Craig, 2013). Para os objetivos traçados neste artigo, desejamos distinguir e enfatizar a diferença ontológica entre teorias e modelos teóricos de comunicação. A distinção oscila fundamentalmente entre dois polos: 1) a teoria exposta como modelo para a transmissão de informação e comunicação; 2) a teoria exposta como modelo constitutivo de comunicação.

No primeiro caso, o principal papel da teoria é explicar as causas e efeitos da troca de mensagens, com frequência em referência a mecanismos psicológicos

que influenciam o comportamento. De acordo com Craig (2013, pp. 39-57), em uma visão constitutiva, o papel da teoria é conceituar e ordenar teoricamente modelos simbólicos que não apenas descrevam o processo de comunicação, mas também atuam dentro do processo de comunicação para produzir a realidade da própria comunicação. Assim, a comunicação existe em várias formas socio-culturais constituídas por modelos de comunicação que as próprias teorias da comunicação podem explicar, desenvolver, criticar e potencialmente transformar.

Os pressupostos metateóricos que sustentam qualquer abordagem teórica distinguem-se fundamentalmente por suas contribuições da configuração 1) epistemológica (isto é, a base das afirmações sobre a verdade ou validade de uma teoria); 2) ontológica (características fundamentais dos objetos teorizados); 3) axiológico (sobre os valores que determinam o valor de uma teoria); e 4) praxeológica (práticas normativas para gerar, apresentar e usar teorias). Nesse sentido, Craig (2013) afirma que essa configuração é central na definição dos pressupostos metateóricos no âmbito específico do ensino e da pesquisa em comunicação, pois permitem diferenciar sua funcionalidade e ser integrados de forma mais clara para destacar os problemas que articulam e avaliam os pressupostos subjacentes às teorias específicas.

Desse modo, para atender aos objetivos já traçados neste estudo, dois pressupostos metateóricos específicos são enfatizados: 1) por um lado, aquele que se refere ao estado ontológico da comunicação, ou seja, aos pressupostos que caracterizam os objetos teorizados, como “um processo de transmissão de informação ou como a constituição social de sentido” (Craig, 2013, p. 40); 2) por outro lado, a questão se refere diretamente ao estatuto epistemológico das teorias da comunicação, ou seja, à base das reivindicações de validade teórica no sentido de poder expressar princípios universais de aplicação ou, ao contrário, teorias específicas de aplicação a determinada cultura. Com relação ao primeiro pressuposto, considero que o professor Robert T. Craig (2013, p. 41) procura localizar diretamente a principal distinção que define o estatuto do estudo da comunicação em si e, conseqüentemente, a definição particular da abordagem e tratamento do fenômeno comunicativo.

Isso é assim, avalio, porque Craig (2013, pp. 41-42) defende que a diferença ontológica entre a transmissão de informações e os modelos constitutivos de produção de sentido comunicativo é transcendental para definir o papel desempenhado pela construção da teoria. Coincidindo com essa posição, para o professor estadunidense James Carey (2009), os modelos de comunicação não são simples representações da comunicação, mas representações para a comunicação: modelos que orientam, inutilmente ou não, processos concretos de interação humana, massiva e interpessoal. Nessa perspectiva, estudar a comunicação implicaria

examinar a construção, apreensão e uso dos modelos de comunicação em si, de modo que existiriam neles modelos de contato e interação humana, fora e dentro do processo: a construção do senso comum, arte e ciência, e a criação historicamente específica de seu uso cotidiano.

Haveria aqui, segundo Carey (2009), uma boa motivação para realizarmos o estudo dos encontros entre pais e filhos, anunciantes e consumidores, assistentes sociais e necessitados, professores e alunos. Portanto, de acordo com Carey, “os modelos de comunicação criam o que falsamente afirmam descrever: um espaço particular da cultura: cultura que determina, em parte, o tipo de mundo comunicativo que habitamos” (pp. 25-26). Por exemplo, ao construir o metamodelo constitutivo da comunicação, Craig (2015, pp. 356-374), aponta que uma teoria deve sobretudo acionar um corpo substancial de pensamento caracterizado pelo desenvolvimento histórico e pela complexidade interna, e deve concentrar-se em uma concepção fundamental da comunicação claramente diferente das outras tradições teóricas. Segundo Craig (2019), o metamodelo constitutivo tem sido utilizado como símbolo da existência do campo, como representação do campo e para ensinar no campo da comunicação.

A PRÁTICA SOCIAL DA COMUNICAÇÃO: ORDENAMENTOS TEÓRICOS E PROBLEMAS PRÁTICOS

A contribuição do metamodelo constitutivo desenvolvido por Craig (1999) considera o campo da comunicação principalmente como uma instância do construcionismo social e um metadiscurso voltado para a resolução de problemas de comunicação, do qual participam as sete tradições da comunicação. Assim, Craig (1999, 2015, 2016, 2018, 2019) ordena a teoria com base em dois princípios: o modelo constitutivo da comunicação como metamodelo e a teoria da comunicação como prática metadiscursiva. Em relação ao metamodelo constitutivo da comunicação, Craig (2016) tem argumentado, por mais de duas décadas, que ele é explicitamente pensado para conceituar o campo da teoria da comunicação e conceber a comunicação fundamentalmente como uma disciplina prática (p. 120). Em outras palavras, Craig defende que, para cultivar a prática social da comunicação a partir da organização dos recursos teóricos do campo, é necessário abordar os problemas práticos da comunicação no mundo da vida e no cotidiano. Esse é precisamente o propósito pedagógico ao qual este texto aspira, como um exemplo, pela abordagem ritual da comunicação como cultura.

Não muito distante dessa posição está James W. Carey. Para Carey (2009), a comunicação, assim como a vida social, é mais do que poder e comércio. Afirma, em primeiro lugar, que a comunicação não é um fenômeno puro que

podemos desvelar, já que está sempre presente; entende a comunicação na medida em que modelos ou representações desse processo podem ser construídos. Mas os modelos de comunicação, destaca, como todos os modelos, têm esse duplo aspecto: um aspecto *de* e um *para*. De certa forma, argumenta, os modelos de comunicação nos dizem o que é o processo; em seu segundo plano, por que produzem o comportamento que têm descrito no modelo. Ao diferenciar o sentido do modelo de comunicação dessa forma, Carey (2009) acredita que é sempre possível modelar empiricamente a comunicação, e de várias maneiras, com suas consequentes implicações éticas, uma vez que possibilitam a produção de diferentes formas de construção de significados e relações sociais:

Os modelos de comunicação não são simples representações da comunicação, mas representações da comunicação e da cultura. O objetivo, então, é reformular nossos estudos de comunicação em termos de um modelo constitutivo, não apenas para compreender mais firmemente a essência desse processo “maravilhoso”, mas dar forma e sentido à reconfiguração de um modelo de comunicação que contém ou produz algum valor restaurador na remodelação de nossa cultura comum. (Carey, 2009, pp. 26-27)

Por sua vez, Craig (2015) argumentou que o metamodelo não assimila todas as teorias do campo da comunicação e reconhece, em vez disso, a existência de outras tradições teóricas com diferentes pontos de vista sobre problemas práticos que podem ter algo útil a contribuir. Da mesma forma, Craig exige o que chamou de “cosmopolitismo teórico”, a atitude, a habilidade e a disposição de todo especialista no campo para se envolver em mais de um debate teórico. Por outro lado, ele argumenta que a utilização de certos critérios, discutidos posteriormente, para avaliar o estado de determinada tradição teórica se institui com o propósito heurístico de refletir sobre como desenvolver um corpo de pensamento relacionado a outras abordagens em todo o campo, e as consequências que isso poderia ter para a prática da comunicação concebida em outras tradições teóricas (pp. 367-369).

TMA NA COMUNICAÇÃO: MODELOS, FUNÇÕES E CRITÉRIOS

Outro elemento fundamental a considerar no ensino de uma teoria da comunicação são as funções da teoria científica e as formas de aplicação no campo de estudos da comunicação: a função de descrição, previsão, explicação e controle. Considerando que as teorias científicas não são descritivas, mas explicativas, a função descritiva implica a definição e compreensão do fenômeno, bem como. Além disso, acarreta a definição de suas características e componentes, assim como as condições e formas em que se manifesta. A função

de previsão está associada à possibilidade de prever eventos ou fatos sociais que ainda não ocorreram, mas que poderiam ser explicados antes que ocorressem.

Essa capacidade múltipla de descrição e previsão é o que constitui o verdadeiro poder de uma das funções mais importantes de que os acadêmicos, pesquisadores e teóricos da comunicação fazem uso: a explicação. Essa função significaria aumentar a compreensão teórica das causas do fenômeno e/ou fato social para realizar o teste empírico das proposições que a sustentam. Segundo Craig (2013), o objetivo da função explicativa da teoria da comunicação é expressar teoricamente a regularidade do fenômeno empírico estudado, especialmente quando se delimitam os processos funcionais ou causais que os produzem. Assim, para Craig, uma explicação teórico-científica é bem-sucedida quando ocorrem dois cenários: 1) os conceitos e afirmações abstratas da teoria são explicados com suficiente clareza operacional, na medida em que permitem o teste empírico das hipóteses derivadas; 2) o pesquisador compreende, prevê estatisticamente e chega a controlar potencialmente a ocorrência dos eventos empíricos que estuda (p. 45). É importante notar que, para o caso do presente estudo, talvez o primeiro cenário de explicação teórica seria o seu limite no sentido didático.

Consequentemente, Craig (2013) defende que o pesquisador da área de estudos da comunicação deve assumir uma postura cautelosa ao explicar os conceitos teóricos, pois é uma etapa fundamental na construção da teoria científica e espera-se que tal conhecimento cresça conforme a pesquisa revele lacunas e erros, estimulando, assim, a invenção de novas e melhores ideias. Em geral, a função da explicação teórica apoia-se no que Pavitt (2010, citado por Craig, 2013, p. 46) denomina de enfoque realista para a explicação científica. Como foi mencionado, em uma boa explicação científica, fundamentalmente, os padrões teóricos dos eventos compreensíveis são definidos e seria esperado que se mostrasse que esses eventos estão em conformidade com um princípio geral que explicaria potencialmente uma ampla gama de eventos adicionais. Assim, segundo Craig (2013), a explicação realista vai além da descrição e análise das variáveis do processo real que produzem os eventos estudados. Por essa razão, aponta, a explicação realista reconhece dois tipos principais de explicações: a causal, pois define como os eventos são produzidos por microestruturas e processos subjacentes; e, por outro lado, a funcional, na medida em que permite definir quais eventos e padrões se realizam, e em quais eventos e contextos ocorrem (p. 46).

Uma vez que tenhamos introduzido o papel das funções da teoria, um segundo autoquestionamento é necessário: em que medida uma hipótese preditiva derivada da teoria foi confirmada por pesquisa empírica e metodologicamente sólida? Segundo Craig (2013), é possível adotar diversos critérios para avaliar a qualidade de uma teoria empírico-científica. Embora o suporte empírico seja essencial,

esse deve ser apoiado por critérios adicionais, como o escopo, ou seja, a gama de fenômenos que a teoria aspira explicar e, por outro lado, a precisão ou exatidão da previsão da teoria (p. 46). Um critério fundamental que é particularmente interessante enfatizar aqui é o valor heurístico da teoria empírico-científica da comunicação. Seguindo Craig (2013), esse critério indica que os modelos teóricos conceituais no campo dos estudos da comunicação muitas vezes são construídos nas primeiras fases da pesquisa como uma estratégia heurística, pois permitem uma representação aproximada dos componentes (categorias, fatores, propriedades), suas relações e processos de estudo. Na medida em que uma teoria deve representar o fenômeno de interesse, pode-se dizer que cada teoria inclui um modelo ou, pelo menos, tem uma forma conceitual que pode ser modelada (p. 47).

Conforme destacado em León-Duarte (2015b; 2019), o valor heurístico corresponde essencialmente à produção do significado pragmático geralmente representado por um conjunto abrangente de categorias, fatores e indicadores específicos para identificar e caracterizar, por exemplo, estratégias, práticas e, portanto, posicionamentos que os acadêmicos e profissionais do jornalismo e da comunicação utilizam para gerar sentido e significado em determinada arena acadêmica e profissional (LeónDuarte, 2019, pp. 41-59). Assim, o valor heurístico geralmente busca estratégias, posicionamentos, modelos, métodos e critérios que permitem a resolução de problemas comunicacionais por meio da análise aprofundada dos problemas, da criatividade e do pensamento integrativo, como vem funcionando, por exemplo, com a teoria fundamentada (Belgrave & Seide, 2019) e o imaginário multimetodológico para desenvolver indutivamente uma TMA a fim de dar sentido às ações e experiências das pessoas no mundo social (Hine, 2007).

Esses interesses e capacidades reflexivas, sem dúvida, vão além da típica preocupação administrativa com a criatividade, o nível e a realização do cumprimento de metas e objetivos e, também, dos recursos utilizados e das conquistas alcançadas no planejamento e na operacionalização dos programas educativos no âmbito do ensino superior (León-Duarte, 2015b, pp. 363-381). Orientar a teoria da comunicação para a pesquisa empírica e resolução de problemas é particularmente importante, porque toda abordagem e modelo teórico de comunicação devem sempre aspirar a possuir uma representação de determinado fenômeno social e de comunicação. Assim, uma teoria empírico-científica teria o potencial de aspirar a fornecer uma explicação detalhada do fenômeno, na medida em que define e exige que os padrões de comportamento dos eventos que incorpora sejam sempre compreensíveis, demonstrando que estão em conformidade com um princípio geral que também explica uma ampla gama de eventos (Craig, 2013, p. 47).

A partir daqui, pode-se afirmar que no âmbito da teoria da comunicação todos os modelos são teóricos? Não em minha análise, ou pelo menos não necessariamente,

pois nem todos os modelos fornecem uma explicação de princípios para sua estrutura ou para o processo representado. Ou seja, nem todos os modelos descrevem e explicam o diagrama da trajetória estrutural que modela as relações entre um conjunto e determinado número de variáveis que representam as etapas e os componentes do processo. Por exemplo, um modelo conceitual clássico que se desenvolveu no campo da comunicação na década de 1940 foi o modelo teórico ou *paradigma de Lasswell*.

Como se deve lembrar, o professor Harold Lasswell é considerado um dos fundadores da *mass communication research*, ao lado de Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin e Carl Hovland. Lasswell foi fortemente influenciado pelo pragmatismo de dois de seus orientadores acadêmicos, John Dewey e George Herbert Mead. Mais de 80 anos após a evolução do paradigma, não há dúvida de que este ainda está provando sua utilidade, pois representa um modelo de comunicação unidirecional sobre “quem disse o quê, em que canal, para quem e com que efeito”. A partir disso, Lasswell estabeleceu não apenas uma série de fatores empiricamente mensuráveis do ato de comunicação, mas também definiu todo um cenário de mídia significativo e mutável para os estudiosos da comunicação, apesar dos vários equívocos em torno de seu modelo (Sapienza et al., 2015, pp. 599-622).

FRAGMENTAÇÃO PRODUTIVA E TMA EM COMUNICAÇÃO

Por mais de duas décadas, o professor Robert T. Craig tem apontado que acadêmicos e cientistas da área de estudos da comunicação parecem ter abandonado a ideia de modelos e paradigmas, isto é, de estruturas de pesquisa padrão que incluem um conjunto de conceitos, métodos e procedimentos de natureza disciplinar única (Craig, 1999, p. 231). No seu entendimento, os teóricos da comunicação optaram pelo que ele mesmo chama de “fragmentação produtiva” (Craig, 2013, p. 49). Lembremos aqui que Craig tem sido, historicamente, um defensor do sentido prático da disciplina na medida em que a entende e representa como um campo de prática social que vem se desenvolvendo socioculturalmente (Craig, 2007, pp. 125-145, 2018, pp. 289-297; Craig & Tracy, 1995, pp. 248-272; Cushman & Craig, 1976, pp. 35-58). Concebe por fragmentação produtiva o conjunto de paradigmas, teorias e metodologias plurais de médio alcance – que vêm do próprio campo ou de fora dele – orientado fundamentalmente pela pesquisa empírica e pelo compromisso compartilhado com o método científico. Segundo Craig (2013), Robert K. Merton é o primeiro grande teórico a definir e projetar uma TMA no campo das ciências sociais, em geral, e na comunicação, em particular. A TMA seria idealmente projetada para orientar a pesquisa empírica, visto que fornece um conjunto de explicações abstratas o suficiente para cobrir uma ampla gama de fenômenos

comunicativos e, no entanto, claros o suficiente para estruturar logicamente uma variedade de hipóteses empíricas que qualquer outro pesquisador pode testar (Craig, 2013, p. 45).

Do ponto de vista de Robert K. Merton (1968, p. 449), o termo *teoria social* refere-se a um conjunto de proposições logicamente interconectadas a partir das quais podem ser derivadas uniformidades empíricas. Em particular, ele se concentrou no que chamou de TMA: teorias que estão entre as hipóteses de trabalho que evoluem com uma variedade de evidências durante a pesquisa do dia a dia e os esforços sistemáticos abrangentes para desenvolver uma teoria unificada capaz de explicar todas as uniformidades observadas no comportamento social, a organização e a mudança social.

Para Merton (1968), uma *hipótese de trabalho* pode ser concebida como pouco mais do que o senso comum usado por qualquer pesquisador todos os dias: “Ao encontrar certos fatos, certas explicações alternativas me ocorrem e passamos a testá-las” (pp. 449-450). Por essas razões, Merton assinala que uma TAM envolveria abstrações, é claro, mas seriam abstrações próximas o suficiente dos dados observados para serem incorporadas em proposições que permitissem testes empíricos. Assim, Merton (1968) reconhece que há na teoria sociológica muitos conceitos, mas poucas teorias confirmadas, muitos pontos de vista, mas muito poucos teoremas, muitas “aproximações”, mas “poucos pontos finais”. Suas opções teóricas parecem, na busca de teorias de médio alcance, confirmadas ou de esquemas conceituais particulares “que incluam o todo” (pp. 444-459).

Nesse sentido, Merton (1968) considera que a teoria sociológica, em geral, e as TMA, em particular, sempre poderiam avançar significativamente nos planos epistêmico e ontológico: 1) desenvolvendo teorias particulares que podem derivar hipóteses capazes de ser investigadas empiricamente; e 2) evoluindo, não repentinamente, mas por meio de um esquema conceitual progressivo geral que, por sua vez, é uma estrutura de ordenamento adequada para consolidar conjuntos de teorias particulares (p. 457). Por essa razão, Merton (1968) sentenciou:

Creio – e as crenças estão, naturalmente, sujeitas a erros – que as teorias de médio alcance têm a maior das promessas, sempre que sua busca seja acompanhada por uma preocupação geral em consolidar teorias especiais em conjuntos de conceitos mais gerais e mutuamente consistentes com essas proposições. (p. 458)

ABORDAGEM DE COMUNICAÇÃO COMO CULTURA

Até aqui está claro que compreender o papel das abordagens interpretativas é fundamental na construção de uma teoria, pois as funções heurísticas das

teorias foram enfatizadas. Como se pode lembrar, segundo Max Weber (1949, citado por Craig, 2013, p. 50), a ação humana não pode ser explicada se for reduzida a mecanismos causais simples, como reações químicas; os seres humanos são seres que se autointerpretam (interpretam-interpretando), que agem com base em certa compreensão do que estão fazendo ou mesmo farão. Mais ainda, esses entendimentos variam entre indivíduos e grupos e mudam com o tempo, mas definitivamente não são aleatórios: uma ação particular pode ser interpretada vendo como certa pessoa age em um todo modelado, como um plano de ação específico, dentro de uma cultura particular, um gênero artístico ou um movimento histórico (Weber, 1949, citado por Craig, 2013, p. 50).

Assim, pode-se afirmar que as ciências sociais e humanas são extensões formais das práticas interpretativas cotidianas por meio das quais os seres humanos dão sentido às palavras e ações uns dos outros para coordenar suas atividades. Desse modo, as teorias nas ciências sociais e, em particular, no campo da comunicação nem sempre podem fornecer explicações generalizáveis e absolutas, mas quadros conceituais que ajudam a interpretar situações específicas úteis para caracterizar as formas de singularidades com as quais o sistema opera o objeto e/ou o sujeito em estudo. Por essas razões, para alguns teóricos, como Durham & Kellner (2012, p. XI), as abordagens interpretativas tendem a ver o valor de uma teoria como “perspectivas ou formas de ver que focalizam os fenômenos e suas conexões com a sociedade. Em geral e em uma ampla gama de instituições, discursos e práticas” (p. XI). Conseqüentemente, seu argumento é “multiplicar as teorias e métodos à sua disposição para ajudar a apreender várias dimensões de um objeto, estabelecer mais e melhores conexões e fornecer uma compreensão mais rica e abrangente das práticas culturais sob escrutínio” (p. XI).

Do mesmo modo que Robert T. Craig, o professor James W. Carey (1934-2006) entenderia a comunicação a partir de uma perspectiva pragmática, intimamente ligada à teoria do conhecimento e à experiência do ser humano. James W. Carey continua sendo um teórico da comunicação respeitado hoje. Ele completou seu mestrado e seu doutorado em comunicação entre 1959 e 1963, na University of Illinois. Nessa mesma universidade ingressou como professor e conseguiu ser reitor da Faculdade de Comunicação entre 1979 e 1992. Posteriormente, ingressou como professor titular na Escola de Jornalismo da Columbia University. Ele começou seus estudos em teoria da comunicação por meio do fundador do pragmatismo, John Dewey. Lembremos que Dewey obteve seu doutorado em filosofia em 1884 com uma tese sobre o pensamento de Kant, sendo fortemente influenciado por ideias evolucionistas derivadas de Darwin.

Assim, Dewey entenderia a comunicação a partir de uma perspectiva pragmática relacionada à teoria do conhecimento:

A experiência ocorre continuamente porque a interação da criatura vivente e as condições que a rodeiam estão implicadas no próprio processo da vida. Em condições de resistência e conflito, certos aspectos e elementos de eu e do mundo implicados nesta interação, requalificam a experiência com emoções e ideias, de tal maneira que surge a intenção consciente. (Dewey, 1934, p. 43)

A partir desse significado, não é surpreendente que o próprio Carey (2009, p. 11), cite diretamente a primeira impressão conceitual (e, como ele indica, um tanto enigmática) sobre como Dewey dá sentido e significado ao fundamento da comunicação: “A sociedade existe não apenas por transmissão, mas pode-se dizer que existe na transmissão, pela própria comunicação” (Dewey, 1916, p. 5, citado por Carey, 2009, p. 11).

CATEGORIA DE PRIMEIRA ORDEM: COMUNICAÇÃO COMO CULTURA

É possível que, por meio dessa afirmação, Carey (2009, p. 12) considerasse, com caráter essencial e permanente em sua obra, duas concepções alternativas de comunicação que coexistem nos Estados Unidos desde o século XIX e derivam da obra e do posicionamento ético-político de John Dewey: por um lado, uma perspectiva baseada na transmissão de informação e comunicação; e, por outro, uma baseada no próprio ritual gerado pelo ato de comunicação. Na primeira perspectiva, Carey destaca a visão e a função da transmissão da comunicação, visto que é a mais comum em nossa cultura passada e presente:

É definida por termos como transmitir, enviar, transmitir ou dar informações a outros . . . é a ideia de transmissão: a comunicação como um processo pelo qual as mensagens são transmitidas e distribuídas no espaço para controlar a distância e as pessoas. (Carey, 2009, p. 13)

Na perspectiva da visão ritualística, Carey (2009) afirma que a comunicação é tão antiga que os dicionários atuais podem classificá-la como arcaica: “Numa definição ritualística (constitutiva), a comunicação está ligada a termos como o compartilhamento, participação, associação, comunhão e posse de uma fé comum” (p. 15). Assim, para James Carey, a própria definição de comunicação a partir de uma visão ritual está direcionada “não para a extensão

das mensagens no espaço, mas para a manutenção da sociedade no tempo; não para o ato de transmitir informações, mas para a representação de crenças compartilhadas” (p. 15).

DIMENSÃO DE SEGUNDA ORDEM: A COMUNICAÇÃO COMO CULTURA

De acordo com Carey (2009), os especialistas em comunicação estadunidenses não exploraram a visão ritual da comunicação porque o pensamento social do país tem uma noção muito fraca e evanescente sobre o conceito de cultura. O conceito se dissolve, afirma, em uma categoria residual útil apenas quando os dados psicológicos e sociológicos se esgotam (p. 16). Portanto, pode-se afirmar que, para Carey, essa visão ritual da comunicação enfoca uma gama diferente de problemas da vida cotidiana, que se mostram evidentes quando se folheia e examina o escrito cotidiano de um jornal. Assim, indica Carey, verificar-se-á que o escrito cotidiano é menos um envio e recepção de informações e mais uma comunhão, uma situação em que nada de novo se aprende, mas em que se retrata e se confirma uma visão particular do mundo. Em outras palavras, para Carey, ler e escrever notícias é um ritual e um ato dramático: ele o observa como uma apresentação da realidade que dá à vida uma forma, uma ordem e um tom mais amplos: “retrata uma arena de forças e ações dramáticas; existe apenas no tempo histórico; e convida nossa participação com base em nosso consentimento, muitas vezes inconscientemente, por meio de papéis sociais dentro dele” (p. 17). O professor Carey resume esclarecendo que nenhuma dessas visões contrapostas de comunicação nega necessariamente o que a outra afirma. Uma perspectiva ritual não exclui os processos de transmissão de informação ou vice-versa. No entanto, o problema da comunicação determina em grande parte o caminho que a abordagem e a análise podem tomar. Retoma Dewey, para confirmar seu sentido e significado do fundamento constitutivo da comunicação:

Existe mais do que um vínculo verbal entre as palavras comum, comunidade e comunicação. Os homens vivem em comunidade em virtude das coisas que têm em comum; e a comunicação é o meio pelo qual passam a ter coisas em comum. O que eles devem ter em comum . . . são objetivos, crenças, aspirações, conhecimento, uma compreensão comum, uma mentalidade semelhante, como dizem os sociólogos. Essas coisas não podem passar fisicamente de um para o outro como tijolos; não podem ser compartilhados como as pessoas dividiriam um bolo dividindo-o em pedaços físicos. O consenso exige comunicação. (Dewey, 1916, pp. 5-6, citado por Carey, 2009, p. 17)

PROPRIEDADES DE TERCEIRA ORDEM: A COMUNICAÇÃO COMO CULTURA

Assim, para Carey (2009), a pergunta de fundo é: ao que recorrer, ainda que provisoriamente, para conseguir os recursos com os quais possamos obter uma nova perspectiva sobre a comunicação? Os recursos para identificar o verdadeiro sentido e significado da comunicação na obra de Carey vêm basicamente da tradição social mais viável do pensamento comunicacional do início do século passado. Particularmente, vêm daquelas fontes de capital científico adicionais à própria obra de Dewey, que, em geral, se localizam dentro da escola de Chicago: a partir de George H. Mead, Charles Cooley, Robert Park e Erving Goffman (p. 17).

Seguindo essas fontes, Carey consegue elaborar uma definição de comunicação que desarma toda simplicidade com certo poder intelectual e alcance: a comunicação é um processo simbólico por meio do qual a realidade é produzida, mantida, reparada e transformada. Consequentemente, Carey destacaria o simbólico da produção da realidade porque representa um dos principais problemas que encontramos quando se fala em comunicação, ou seja, o substantivo remete diretamente a uma experiência humana das mais comuns e mundanas: “As atividades coletivas de comunicação e seus significados: conversar, dar instruções, transmitir conhecimentos, compartilhar ideias significativas, buscar informações, entreter e se divertir, são tão comuns e mundanas que é difícil que chamem a nossa atenção” (p. 19).

Do mesmo modo, Carey (2009) afirma que uma forma de mostrar o quanto acostumados estamos com o misterioso, mas ao mesmo tempo espantoso processo de comunicação, é quando o visitamos intelectualmente: sempre focamos o trivial e não o problemático do ato e do processo. Argumenta que geralmente, nas ciências sociais, os fatos mais óbvios da vida social podem ser encarados e vistos sob um prisma de espanto. “Quando diz que a comunicação é a mais maravilhosa de todas as coisas, talvez Dewey esteja sugerindo precisamente isso: induzindo em nós a capacidade de nos espantarmos e nos maravilharmos com isso” (p. 19). Ou seja, para Carey, Dewey sabia que o conhecimento efetivamente cresce à medida que as coisas ou situações se tornam mais problemáticas.

De acordo com Carey (2009, p. 20), tanto nosso bom senso quanto nosso realismo científico atestam o fato de que existe: 1) um mundo real de objetos, eventos e processos que observamos; 2) consequentemente, há também uma linguagem ou símbolos que nomeiam esses eventos no mundo real e criam descrições mais ou menos adequadas deles. Ou seja, para Carey (2009, pp. 19-20), existe uma realidade e, depois, um conjunto de percepções sobre ela. Enfatiza que há uma distinção implícita entre realidade e fantasia e que nossos termos se relacionam a esse mundo como sombra e substância. Geralmente, afirma, “camadas semânticas

de termos e significados são removidas para descobrir esse domínio mais substancial da existência” (p. 20). Com esta primeira cláusula teórica, Carey (2009) introduz na abordagem da comunicação (ACC) a reflexão sobre a construção e utilização do pensamento e a sua representação simbólica por meio de mapas, modelos, guias para (re)apresentar a natureza da comunicação:

Este milagre particular que realizamos diariamente e a cada hora, o milagre de produzir realidade e então viver em e sob as nossas próprias produções, baseia-se em uma qualidade particular dos símbolos: sua capacidade de ser ao mesmo tempo representações “da” e “para” a realidade. (p. 23)

A título de exemplo, aponta a relação entre a planta arquitetônica e a construção de uma casa. Uma planta de uma casa é um modo de representação *para* a realidade: sob sua orientação e controle se produz uma realidade – uma casa – que expressa as relações de conteúdo na forma reduzida e simplificada da planta. No entanto, há um segundo uso da planta. Se alguém pedir uma descrição de uma casa particular, pode-se simplesmente apontar para a planta e dizer: “Essa é a casa”. Aqui, o projeto se estabelece como uma representação ou símbolo da realidade: expressa ou representa, em um meio alternativo, uma formulação sinótica da natureza de uma realidade particular. Embora essas sejam apenas duas faces da mesma moeda, apontam para a dupla capacidade das formas simbólicas: como símbolos que apresentam uma realidade; como símbolos para criar a própria realidade que apresentam (Carey, 2009, p. 23).

Assim, Carey (2009, pp. 23-24) conclui discutindo duas questões centrais. Por um lado, aponta algumas características da comunicação como processo sociocultural e, por outro, descreve o que poderiam ser algumas das questões básicas a serem feitas no campo dos estudos da comunicação. Sobre o primeiro ponto, Carey (2009, pp. 25-26) argumenta que estudar a comunicação é examinar o processo social real em que formas simbólicas significativas são criadas, apreendidas e utilizadas. Quando descrito dessa forma, argumenta, alguns estudiosos o descartariam como um campo insuficientemente empírico, o que leva, portanto, a um autoquestionamento crítico: como fazemos isso? Quais são as diferenças entre essas formas? Quais são as variações históricas e comparativas entre elas? Como as mudanças na tecnologia de comunicação influenciam o que podemos criar e apreender concretamente? Como os grupos da sociedade lutam pela definição do que é real? Na opinião de Carey (2009), seria o contrário, pois afirma que se trata de uma mera tentativa de eliminar nossas noções sobre comunicação, que servem apenas para desvitalizar nossos dados e nossa percepção sobre a comunicação:

Nossas tentativas de construir, manter, reparar e transformar a realidade são atividades observáveis publicamente que ocorrem no tempo histórico. . . . Para isso, nosso conhecimento e atitude em relação à realidade devem ser criados, expressos e transmitidos por meio da construção de uma variedade de sistemas de símbolos: arte, ciência, jornalismo, religião, bom senso, mitologia. (p. 25)

CONCLUSÕES

Ao relacionar, integrar e definir os pressupostos metateóricos básicos de uma TMA na comunicação, procurou-se determinar um percurso metodológico de teor pedagógico para definir, em primeiro lugar, o sentido prático do papel que o(a) acadêmico(a) desempenha para orientar sua prática em um curso de teoria da comunicação no âmbito do ensino superior. Nesse quadro, ao expor e debater criticamente as implicações ontológicas, epistemológicas e praxeológicas da construção de uma TMA, procurou-se mostrar de forma enfática e de maneira prática a integração operacional de uma ACC. Colocar a teoria em prática é um elemento essencial para fortalecer o conhecimento da disciplina, tanto para potencializar as próprias competências (inter)disciplinares da área, como para destacar autocriticamente as próprias práticas de explicação do fenômeno comunicativo.

O desenvolvimento teórico é uma das tarefas mais importantes que o profissional de comunicação e informação enfrenta nessa área de estudos. Além disso, contribui para a legitimidade e autonomia do campo ao fornecer bases científicas para implementar a pesquisa empírica e orientá-la para a resolução de problemas sociais simples e complexos. Ao desenvolver a ACC, pretendemos identificar um corpo teórico conceptual que descreva e explique o fenômeno da comunicação como cultura e sua potencial orientação para uma linha de identidade disciplinar específica do processo formativo. Assim, o estudo conclui que uma TMA enfoca fenômenos específicos e surge das necessidades observáveis da prática e da vida diária. A utilização da derivação conceitual-teórico-empírica é um método prático para propor TMA, as quais são integradas por conceitos e proposições operacionais de forma simples e clara, permitindo a aplicação na prática real do especialista em comunicação.

Para sua utilização em ambientes pedagógicos, recomenda-se o uso de metodologias plurais de médio alcance, como, por exemplo, a da teoria prática fundamentada (Craig & Tracy, 1995, pp. 248-277), aplicada e testada em instituições educativas. Da mesma forma, conclui-se que mais do que uma TMA na comunicação, a ACC pode ser entendida como um modelo teórico afinado com as sensibilidades epistemológicas contemporâneas que clamam por um campo inerentemente interdisciplinar e inovador como a comunicação e a cultura. Como a ACC provém do campo dos estudos da comunicação e se pauta pela

investigação empírica e pelo compromisso partilhado com o método científico, conclui-se também que ela pode ser entendida como uma evidente expressão da fragmentação produtiva do campo de estudos da comunicação.

Para a sua implementação nas aulas, deve-se considerar um conjunto de elementos epistemológicos do modelo em relação ao problema de explicação e abordagem do fenômeno a ser considerado. Sugere-se começar com aqueles aspectos teóricos que têm maior capacidade de generalização ou de resolução de problemas com alto grau de interesse comunicativo e maior sentido abduutivo. Mas também podem ser tomados os de maior parcimônia, ou seja, nos quais a explicação teórica conceitual mais simples e fácil de entender tenha maior primazia. Igualmente, servem os que almejam desenvolver níveis mais elevados de conexão com os problemas do cotidiano e aqueles que, ao mesmo tempo, fazem mais sentido e estimulam o aluno.

No caso da ACC, seria aconselhável, adicionalmente, diferenciar a sua funcionalidade e integrar tantos fatores quanto propriedades possíveis de acordo com os problemas que articulam e valorizam os pressupostos subjacentes ao cotidiano, à comunicação e à cultura, uma vez que são expressões didáticas muito produtivas para “manter viva a preocupação geral de consolidar teorias especiais por meio de conjuntos mais gerais de conceitos e proposições empíricas mutuamente consistentes” (Merton, 1968, p. 53). ■

REFERÊNCIAS

- Argyris, C. (1995). Knowledge when used in practice tests theory: The case of applied communication research. In K. Cissna (Ed.), *Applied communication in the 21st century* (pp. 1-19). Routledge.
- Belgrave, L., & Seide, K. (2019). Grounded theory methodology: Principles and practices. In P. Liamputtong (Ed.), *Handbook of research methods in health social sciences* (pp. 299-316). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-5251-4_84
- Calhoun, C. (2017). Integrating the social sciences. In R. Frodeman, J. Klein, & R. Pacheco (Eds.), *The Oxford handbook of interdisciplinarity* (pp. 117-130). Oxford University Press.
- Carey, J. (2009). *Communication as culture: Essays on media and society*. Routledge.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage.
- Craig, R. (1999). Communication theory as a field. *Communication theory*, 9(2), 119-161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
- Craig, R. (2007). Pragmatism in the field of communication theory. *Communication Theory*, 17(2), 125-145. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00292.x>

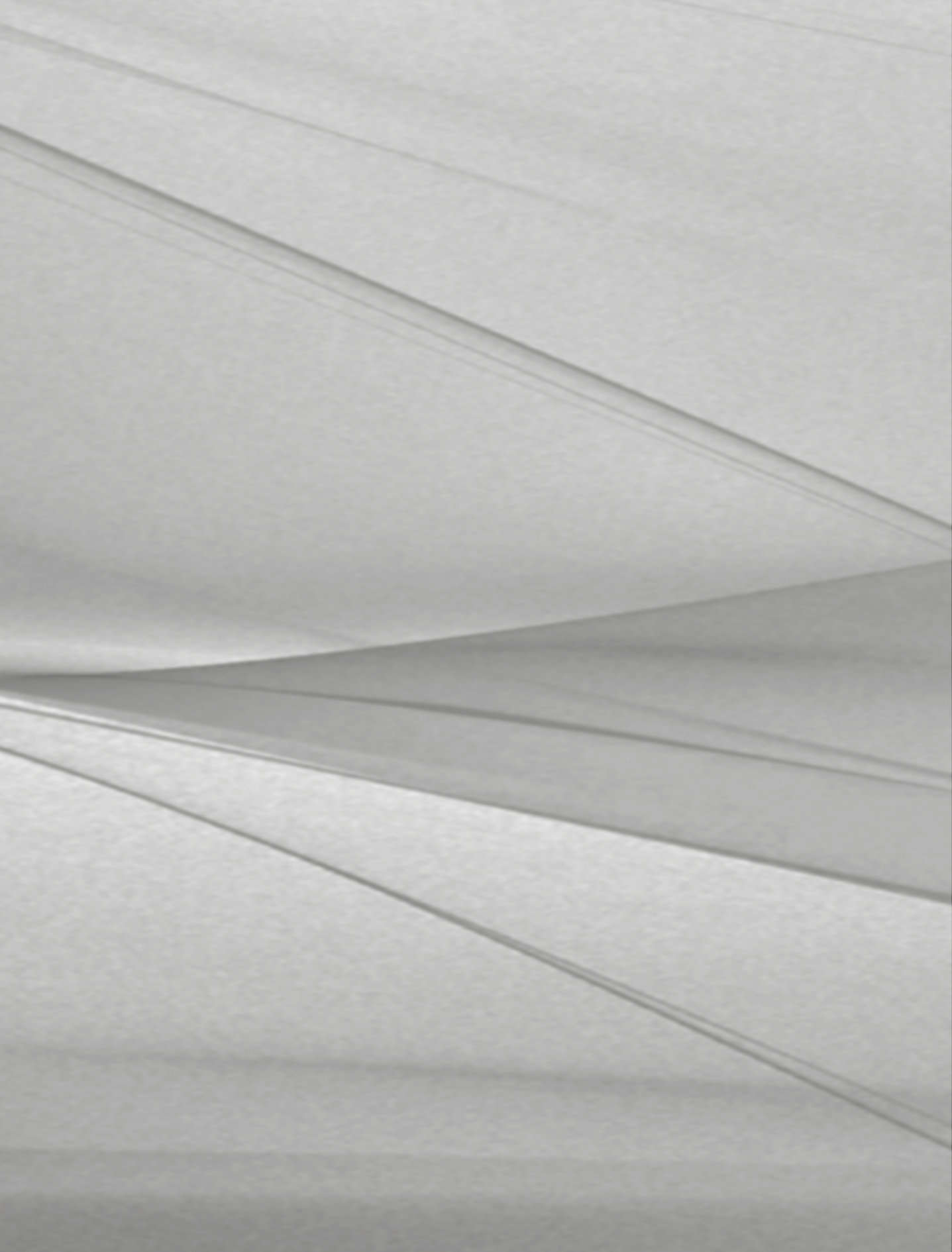
- Craig, R. (2013). *Theories and models of communication*. De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110240450>
- Craig, R. (2015). The constitutive metamodel: A 16-year review. *Communication Theory*, 25(4), 356-374. <https://doi.org/10.1111/comt.12076>
- Craig, R. (2016). Pragmatist realism in communication theory. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*, 7(2), 115-128. https://doi.org/10.1386/ejpc.7.2.115_1
- Craig, R. (2018). For a practical discipline. *Journal of Communication*, 68(2), 289-297. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx013>
- Craig, R. (2019). Welcome to the metamodel: A reply to Pablé. *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*, 10(1), 101-108. https://doi.org/10.1386/ejpc.10.1.101_1
- Craig, R., & Tracy, K. (1995). Grounded practical theory: The case of intellectual discussion. *Communication Theory*, 5(3), 248-272. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1995.tb00108.x>
- Cushman, D., & Craig, R. (1976). Communication systems: Interpersonal implications. In G. R. Miller (Ed.), *Explorations in interpersonal communication* (pp. 37-58). Sage.
- Dewey, J. (1916). *Democracy and education*. Macmillan.
- Dewey, J. (1934). *Art as experience*. Balch.
- Durham, M., & Kellner, D. (Eds.). (2012). *Media and cultural studies: Keywords* (2a ed.). John Wiley & Sons.
- Hine, C. (2007). Multi-sited ethnography as a middle range methodology for contemporary STS. *Science, Technology, & Human Values*, 32(6), 652-671. <https://doi.org/10.1177/0162243907303598>
- Jørgensen, U. (2001). Grounded theory: Methodology and theory construction. In N. Smelser & P. Baltes (Eds.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (pp. 6396-6399). Elsevier.
- León-Duarte, G. (2002). Teorías e investigación de la comunicación en América Latina. Situación actual. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, (7-8), 19-47. <https://bit.ly/3gW26zw>
- León-Duarte, G. (2010). *Sobre la institucionalización de la comunicación en América Latina*. Pearson.
- León-Duarte, G. (2015a, 5-7 de outubro de 2015). *Transformaciones en el campo de estudios de la Comunicación en América Latina. Perspectivas epistemológicas y éticas en torno a la generación, la apropiación y la divulgación del conocimiento* [Conferência magistral]. XV Encontro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS 2015. Medellín, Colômbia.

D

Teoria intermediária na comunicação

- León-Duarte, G. (2015b). La práctica interdisciplinaria aplicada al estudio de la comunicación y la información mediada por tecnología digital. *RICSH: Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 4(8), 363-381. <https://bit.ly/2SuT832>
- León-Duarte, G. (2019). Aportes teóricos a la investigación del campo periodístico. Sentidos y significados desde el Campo Intelectual Creador. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 42(3), 41-59. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201932>
- Marcus, G. (1998). *Ethnography through thick and thin*. Princeton University Press.
- Merton, R. (1968). *Social theory and social structure*. Free Press.
- Sapienza, Z. S., Iyer, N., & Veenstra, A. S. (2015). Reading Lasswell's model of communication backward: Three scholarly misconceptions. *Mass Communication and Society*, 18(5), 599-622. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1063666>

Artigo recebido em 17 de novembro de 2020 e aprovado em 23 de maio de 2021.



HOMENAGEM A

JBM



Alguns apontamentos feitos ao texto de Jesús Martín-Barbero “O que a pesquisa latino-americana de comunicação deve ao Brasil. Relato pessoal de uma experiência intercultural”

*Notes to the text by Jesús Martín-Barbero
“What Latin American communication
research owes to Brazil: Personal account of
an intercultural experience”*

■ MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES^a

Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Paulo, SP – Brasil

*Uma forma de homenagem ao Mestre Jesús Martín-Barbero,
após poucos meses de sua partida.*

O QUE SE SEGUE são breves anotações decorrentes da releitura de um texto de Jesús Martín-Barbero (JMB), originalmente apresentado em 1997, há 21 anos. O longo tempo decorrido e o momento presente criaram uma leitura especial do texto tanto pela emoção da perda recente quanto pelo tema abordado. Leio hoje esse texto como um mapa, em que JMB acabou cartografando as mais importantes contribuições brasileiras à pesquisa de comunicação na América Latina. E o leio também como uma historiografia do campo da comunicação, em seu período inicial, na década de 1980, quando o autor apenas assinalava, mas que podem agora ser claramente vistas, as inúmeras inovações que a pesquisa brasileira aportou no período e cujas ressonâncias chegam até os dias de hoje. Ainda mais, tornou-me possível seguir, no relato feito em primeira pessoa, as influências brasileiras na sua própria obra – lembrando que decorriam apenas dez anos da primeira publicação de *De los Medios a las Mediaciones* (1987) – tais como o aprofundamento de seu programa de estudos das relações comunicação e cultura, a aproximação da teoria das brechas com a teoria das mediações; os “tempranos” estudos sobre a competência da recepção e sobre novos modos de ver a globalização e a interculturalidade.

^a Professora Titular Sênior da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3477-1068>. E-mail: immaco@usp.br

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i2p123-126>

V.15 - Nº2 mai./ago. 2021 São Paulo - Brasil MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES p. 123-126

MATRIZES

Iniciando a cartografia, o autor identifica a pedagogia libertária de Paulo Freire – com seu programa de palavra e ação – e o conceito de hegemonia de Gramsci – com seu estudo da dominação como processo de comunicação – como os dois pilares que lhe possibilitaram *pensar a comunicação*, de outra maneira que não a que então imperava na pesquisa latino-americana (uma espécie de funcionalismo de esquerda), não apenas como processo de dominação, mas como processo social vivido e como campo de batalha cultural. Esses dois autores, segundo ele, lhe serviram para traçar quatro mapas das contribuições originais da pesquisa brasileira, condensados a seguir.

1. PENSAR OS MEIOS NA FORMAÇÃO HISTÓRICA DO NACIONAL-POPULAR

A primeira contribuição da pesquisa brasileira é identificada a partir de seu primeiro encontro com o Brasil, em setembro de 1983. E foi a descoberta de que, aqui, pensar os meios era pensar o país, era pensar para além da propriedade e das funções dos meios. A formação complexa de país, mestiçagens políticas e culturais conflitivas, a começar com as ambiguidades do populismo, as “ideias fora do lugar” e, principalmente, o debate sobre a cultura nacional-popular inauguram, segundo JMB, os estudos modernos da cultura. Aqui encontrou abordagens diversas e inovadoras da cultura e da identidade nacionais, com grande intensidade teórica e política, e da cultura cotidiana e dos meios e neles a presença do popular.

Essas são fontes explicitamente reconhecidas para o seu conceito de *popular-massivo* e que lhe permitiram aproximação ao circuito de estratégias e astúcias e de táticas, no sentido de Michel de Certeau, isto é, *a cultura como campo de lutas*, tendo como pano de fundo os conflitos e as contradições entre os movimentos pela afirmação da identidade nacional-popular e os movimentos de modernização de uma cultura de massas no país. São peculiaridades de uma indústria cultural regidas pelo trânsito entre lógicas distintas que têm a ver com uma modernidade cultural à brasileira. A nova ideia de nação e de identidade nacional, que se faz sob a égide de uma ideologia da integração nacional, terá na televisão o seu principal veículo e na telenovela o seu melhor discurso.

Poderia dizer que JMB, já marcado por sua futura mediação da sensibilidade, não podia deixar de notar a ausência do “*mau olhar dos intelectuais*” no Brasil, em contraposição a outros países latino-americanos, cuja insensibilidade marcou as relações daqueles países com os meios. Aqui, ele examina a importância da relação dos intelectuais com os meios massivos, o seu entendimento e sua configuração como indústria cultural, principalmente através da televisão. Aqui, filósofos e cientistas sociais de grande peso se voltaram para ela, como Muniz

Sodré, Décio Pignatari, Sergio Miceli, Renato Ortiz, Sérgio Capparelli, Marlyse Meyer; escritores e artistas como Dias Gomes, Doc Comparato, Walter George Durst, Aguinaldo Silva. São autores de pesquisas e ensaios, autores e diretores de telenovelas e séries que foram decisivos para gestar as relações da televisão com o país e a capacidade de experimentação dramática e audiovisual.

2. A CULTURA POPULAR COMO ESPAÇO DE CONTRA-HEGEMONIA COMUNICATIVA

O segundo aporte estratégico da pesquisa brasileira de comunicação à pesquisa latino-americana foi a *precoce superação da razão dualista*, que, em outros países, estava impedindo de compreender a complexidade das relações entre o popular e o massivo, o que os meios têm de cultura e o que as pessoas podem fazer com eles. Suas referências são Sergio Miceli, para quem a indústria cultural brasileira ocupa um mercado material e simbólico não unificado, em que se cruzam produtos, demandas e leituras heterogêneas (o bourdieusiano estudo *A Noite da Madrinha*); e Roberto DaMatta, com as temporalidades e espacialidades originais da cultura brasileira (*A Casa e a Rua*). A partir deles, JMB identifica, no Brasil, o avanço de duas linhas estratégicas de pesquisa: 1) a contra-hegemonia comunicativa, com pesquisas iniciais que ligavam os meios aos movimentos populares e às possibilidades da contra-informação e da hegemonia popular, além dos temas da comunicação popular e práxis de contra-informação: Luiz Beltrão, Carlos Eduardo Lins da Silva, Anamaria Fadul; os Ciclos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), em 1979, 1980 e 1981; e 2) a competência do sujeito receptor, com a demonstração da criatividade comunicativa das culturas populares e suas relações com os meios como cenário de lutas políticas e culturais, gestando trabalhos como os de Regina Festa e Luiz Fernando Santoro. Por outro lado, esse cenário também levou JMB a descobrir a *teoria das brechas* que as próprias contradições políticas abrem nas indústrias culturais: Muniz Sodré e a cultura negra revivida e cultivada até clandestinamente; Maria Immacolata Vassallo de Lopes e a voz do ouvinte de Gil Gomes que leva ao reconhecimento dos sujeitos anônimos e pobres da cidade; a outra face do receptor: Anamaria Fadul e o trabalho de recepção crítica; Mauro Wilton e a inserção da telenovela na vida de jovens trabalhadores. Na precoce atenção prestada pelos pesquisadores brasileiros à competência do receptor e à inserção desta no mundo do cotidiano, tiveram papel importante a presença pioneira de uma antropologia da cidade (Ruth Cardoso, José Guilherme Magnani); do cotidiano (Teresa Pires Caldeira, G. Velho, Everardo Rocha); da recepção de telenovela (Ondina Fachel Leal) e da recepção do Jornal Nacional

(Carlos Eduardo Lins da Silva), investigando as *mediações críticas* introduzidas pela igreja, o movimento sindical, os partidos políticos, o movimento feminista. JMB assinala a grande repercussão, na América Latina, de todos esses estudos brasileiros sobre a produção e reelaboração simbólica que as classes populares fazem dos produtos midiáticos. Outra precoce experiência brasileira foi a prática da interdisciplinaridade, ao colocar juntos sociólogos, psicólogos, historiadores e comunicólogos (Seminário *Sujeito, o lado oculto do receptor*, 1991).

3. GLOBALIZAÇÃO COMUNICACIONAL E MODERNIDADE-MUNDO

Autores e trabalhos seminais são incorporados: Milton Santos e o novo sentido de espaço e tempo; Renato Ortiz e novo sentido de mundialização; Octávio Ianni e novo sentido de globalização como paradigma emergente das ciências sociais do século XXI. São tomados como exemplos de trabalhos que superavam as abordagens simplificadoras de rechaço da globalização encontradas nas pesquisas latino-americanas.

4. APROPRIAÇÃO CRÍTICA DA PESQUISA LATINO-AMERICANA

JMB destaca o papel da Intercom, com clara vocação latino-americanista e permanente diálogo com a pesquisa da região, citando o V Ciclo, 1982 – *Impasses e desafios da pesquisa em comunicação; Teoria e pesquisa em comunicação: panorama latino-americano*; a reconstituição da Alaic, em 1989, e a importância da atuação de José Marques de Melo; o I Congresso Latino-Americano de Investigadores da Comunicação, em 1992.

No diálogo particularmente fértil sobre teoria, pesquisa e ensino de Comunicação, cita Maria Immacolata Vassallo de Lopes, com sua crítica à funcionalização das pesquisas de recepção e o livro *Pesquisa em Comunicação*, com novos objetos e propostas de pesquisa. Porém, ele critica a visão de ensino e pesquisa ditada pelas necessidades do mercado, apontada por José Marques de Melo em textos de 1987 e 1991, o que passaria a marcar uma ruptura do autor com essa linha de pesquisa brasileira. Em conclusão, JMB endossa a voz de colegas latino-americanos ao

reconhecer a presença decisiva da pesquisa brasileira na gestação de um pensamento latino-americano sobre a comunicação que, de uma vez nos permite uma compreensão mais profunda das peculiaridades e dinâmicas do nosso mundo, e nos está possibilitando no plano internacional passar do papel de ‘informante nativo’ ao de verdadeiros produtores de pensamento e de conhecimentos. ■

O que a pesquisa latino-americana de comunicação deve ao Brasil: Relato pessoal de uma experiência intercultural¹

What Latin American communication research owes to Brazil: Personal account of an intercultural experience

JESÚS MARTÍN-BARBERO^a

Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Facultad de Comunicación y Lenguaje.
Bogotá, Distrito Capital, Colômbia

RESUMO

Neste texto, Jesús Martín-Barbero descreve pontos que aproximaram o Brasil de seu pensamento e contribuições brasileiras à pesquisa de comunicação latino-americana. Algumas das dimensões discutidas são: o aporte reflexivo para a compreensão do cenário *político-cultural* da comunicação, que permitiu pensar como a indústria cultural promoveu uma nova ideia de nação; um entendimento mais complexo, superando a razão dualista, das relações entre o popular e o massivo, que se expressou no país em duas linhas de investigação, a da contra-hegemonia comunicativa e a da competência do sujeito receptor, e também a contribuição das reflexões de autores brasileiros para a discussão dos processos de globalização contemporâneos.

Palavras-chave: Pesquisa de comunicação, teoria da comunicação, Brasil, América Latina, Jesús Martín-Barbero

ABSTRACT

In this text, Jesús Martín-Barbero describes points that brought Brazil closer to his thought, besides contributions to Latin American communication research. Some of the dimensions discussed are the following: the reflective contribution to understanding the communication *political-cultural* scenario, which allowed thinking about how the cultural industry promoted a new idea of nation; a more complex understanding, which overcomes dualistic reason, of the relations between the popular and the massive, expressed in the country in two lines of investigation, one related to communicative counterhegemony and the other to the competence of the receiver, and also the contribution of Brazilian authors' reflection to the discussion about contemporary globalization processes.

Keywords: Communication research, communication theory, Brazil, Latin America, Jesús Martín-Barbero

¹Texto publicado originalmente em espanhol no livro, organizado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes, *Vinte anos de ciências da comunicação no Brasil: Avaliação e perspectivas* (Universidade Santa Cecília, 1999). **MATRIZES** agradece à atual Diretoria da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), por meio de seu presidente, Prof. Dr. Giovandro Marcus Ferreira, a permissão para a publicação deste texto.

^aUm dos mais importantes pensadores da comunicação da América Latina, o autor nasceu na Espanha, em 1937, e faleceu na Colômbia, onde se radicara, em 12 de junho de 2021.

Quem escreve sobre a sociedade sem querer perder de vista as relações sociais e seus paradoxos não pode construir casamatas mas cabanas, barracos e choças. Moradas feitas de grandes espaços abertos, destinadas à boa comida e à nobre cerveja com os amigos, dentro daquelas conversações onde se ama o que se fala e se desculpa toda a veemência que acompanha uma eventual descoberta de algum aspecto da sociedade e da cultura onde vive. . . . E nós já sabemos que no caso do Brasil temos uma casa complicada, onde estilos aparentemente singulares e até mesmo mutuamente exclusivos parecem conviver em íntima relação.

–Roberto DaMatta, *A Casa e a Rua*

INTRODUÇÃO

DEVO COMEÇAR MINHA apresentação contando um fato que está tanto na origem da minha aproximação ao estudo da comunicação, quanto no início da sedução que o Brasil tem exercido sobre o meu pensamento. É, pois, a experiência do meu diálogo com esse país, no que diz respeito à pesquisa de comunicação, que vou expor aqui.

Como aluno de Paul Ricoeur em um curso sobre *semântica da ação*, em 1970, meu trabalho final foi um pequeno ensaio sobre o modo como a pedagogia de Paulo Freire conseguiu transformar a perspectiva fenomenológica em uma pragmática que, convergindo sobre a capacidade *performativa* da linguagem, no sentido compreendido por Austin (1970), incorporou a análise da *ação da linguagem* em um *programa de ação* no qual a alfabetização de adultos, o aprendizado da língua, se convertia em um processo de libertação da própria palavra.

Minhas incipientes notas interessavam a Ricoeur – que ainda não tinha lido Freire – e constituíam a base da minha tese de doutorado, como o título, *La Palabra y la Acción* (Martin-Barbero, 1972), claramente atesta, bem como a introdução, que, entre filosófica e poética, incorporava o pensamento de Freire desta forma:

A palavra explicita a consciência que vem da ação e, quando questionada, perfura a espessura maciça da situação, quebra o encanto da passividade diante da opressão. Se a palavra sozinha é impotente, a ação só é estéril. A imagem do futuro é engendradora entre as duas. A palavra desenha a utopia que as mãos constroem, e o pedaço de terra liberada torna o poema verdadeiro. (Martin-Barbero, 1972, p. 3)

O programa de Freire (1969) continha para mim a primeira proposta de uma teoria da comunicação latino-americana: porque é ao se tornar uma indagação

que a palavra instaura o espaço de comunicação e, invertendo o processo de alienação que modifica a palavra reificada, as *palavras geradoras* refazem o tecido social da linguagem, possibilitando o encontro do homem com seu mundo e com o dos outros; e superando a inércia da linguagem a palavra do sujeito se revela carregada de sentidos e história (pp. 111-133).

Hoje posso afirmar que grande parte do meu próprio programa de trabalho no campo acadêmico da comunicação – *pensar a comunicação a partir da cultura* – já estava esboçado aí. Continha as principais pistas que desenvolvi ao longo dos anos de 1970 e que apresentei no México em 1978, no que constituiu o primeiro encontro de acadêmicos e faculdades de comunicação na América Latina, organizado por Hector Schmucler na Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco (UAM Xochimilco).

Nessa apresentação, ousei inverter o sentido da ideia, já quase slogan, que hegemonizava a visão crítica – “a comunicação como processo de dominação” para, misturando Freire com Gramsci, propor o estudo da *dominação como processo de comunicação*. Partia da análise de Freire (1970) da opressão *internalizada* pelas sociedades latino-americanas quando “o oprimido viu no opressor seu testemunho de homem” (p. 42). E inseria essa perspectiva na concepção gramsciana da *hegemonia* como um “processo vivido” (Gramsci, 1977, p. 329), feito não só de forças, mas de sentido. Entender a comunicação, assim, implicava investigar não só os truques do dominador, mas também *aquilo que nos dominados trabalha em favor do dominador*, essa é a cumplicidade da parte dele e a sedução que se produz entre os dois. Junto com Gramsci, Freire foi quem me ensinou a pensar na comunicação como um processo social e um campo de batalha cultural.

PENSAR OS MEIOS NA FORMAÇÃO HISTÓRICA DO NACIONAL-POPULAR

Pensar nas relações entre comunicação e sociedade foi para a América Latina a base a partir da qual enfrentamos o paradigma positivista e o campo de decolagem de nosso próprio trabalho teórico. Desvendar o tecido social dos dispositivos comunicacionais foi o modo de acesso ao seu significado como um enclave de opressão ou emancipação. Mas, em meados dos anos 1980, a relação entre comunicação e sociedade tornou-se o que Mabel Piccini (1987) chamou de “remissão em cadeia às totalidades” (p. 16) – imperialismo, oligarquia, ideologia dominante –, carregada de generalizações sociológicas que nos pouparam da análise dos contextos nacionais e locais. A perspectiva crítica do denunciamento tornou-se mero jargão acadêmico vazio.

Meu encontro com esse país, o Brasil, em setembro de 1983, me aproxima de uma análise crítica da comunicação, na qual pensar sobre os meios implica não

² A esse respeito ver: Melo (1981).

apenas revelar as condições de propriedade e as tramas de poder, mas também *pensar o Brasil*: sua complexa formação como país, suas densas e conflitivas miscigenações tanto culturais quanto políticas. Começando pelas ambiguidades de um populismo² que, atravessado pela irrupção das massas populares urbanas, instaura o duplo compromisso do Estado com estas e com as velhas classes que detinham o poder, em um *compromisso* pelo qual o povo concede legitimidade ao Estado e esse reconhece no povo o sujeito do nacional. Investigar, desse ponto de vista, desde a formação do discurso político, o rádio ou a imprensa, o cinema ou a educação, redirecionaram os eixos do projeto crítico, introduzindo novas questões e cenários, nos quais o que estava em jogo não era apenas a função dos meios, mas também a comunicação entre as classes, e entre estado e povo.

Na compreensão do cenário *político-cultural* da comunicação, tem desempenhado um papel decisivo “As Ideias Fora do Lugar”, texto de Roberto Schwarz (1981) que inaugurou na América Latina o estudo das relações interculturais modernas: ou seja, o modo como esses países se apropriam de discursos e formas políticas, como o liberalismo, que entravam em conflito com uma sociedade ainda escravocrata e não poderiam se apropriar deles sem modificá-la. É por meio desse deslocamento que esses discursos deixam de ser estrangeiros e começam a moldar a vida nacional do país. Além do espaço literário em que o texto de Roberto Schwarz se move, nele se tornam inteligíveis as formas estranhas como as culturas se comunicam, tudo o que há de mal-entendidos, decepções e verdades na comunicação entre os diferentes tempos e mapas mentais contidos nas culturas e como essa interação se mobiliza e complexifica na troca e apropriação de qualquer traço ou elemento cultural.

Acredito que essa perspectiva inovadora foi possível no Brasil pela densidade com que têm sido pensadas as contradições históricas de sua formação como *nação* e, portanto, a trama de cumplicidades e seduções de que sua cultura nacional é feita. Esse é o debate brasileiro sobre a *cultura nacional-popular*. Essa que Mario de Andrade vislumbrou em seu projeto nacionalista de “sintetizar e estabilizar uma expressão musical de base popular, como forma de conquistar uma linguagem que concilia o país na horizontalidade do território e na verticalidade das classes” (Squeff & Wisnik, 1983, p. 148), mas que, no início dos anos 1980, é vista por Aduino Novaes como uma expressão de um ideal sem realidade objetiva, que, no entanto,

transforma a multiplicidade de desejos das diversas culturas em um único desejo: o de participar do sentimento nacional. Operação diabólica e eficiente que faz com que o desejo não caia em um objeto real – a própria cultura – mas em um sentimento externo e abstrato. (Novaes, 1983, p. 8)

Esse debate me parece crucial para os estudos de comunicação, e com exceção do México, nenhum outro país tem tido a densidade teórica e política do Brasil. Um bom resumo do que esse debate mobiliza são os seminários coordenados por Marilena Chaui (1983, 1990). Após rever os diferentes manifestos e momentos do debate, Chaui (1983) propõe três abordagens: 1) a do nacional e do popular como “um campo de significados e práticas, teóricas, empíricas, imaginárias e simbólicas, em cujo interior aprendemos a articular a política, a cultura e a história” (p. 55); 2) em um segundo momento, assinala o dilema que até hoje continua a dividir a pesquisa: a busca que visa descobrir manifestações *em si* do nacional-popular ou a indagação em algumas áreas da produção cultural dos modos e formas como o nacional e o popular são representados; 3) finalmente, aborda a imbricação do nacional-popular nas produções da indústria cultural, e isso em três níveis: como *retrato do cotidiano*, ou seja, a forma como as pessoas comuns vivem, como revalorização crítica da vida cotidiana e seus valores e como democratização cultural que torna possível a presença do povo na televisão, obviamente submetido às exigências desse *novo populismo* que mobiliza o mercado, impondo como características a centralização e a heteronomia.

Duas das investigações mais lúcidas, nas quais se percebe empiricamente o enriquecimento introduzido por essa perspectiva, são aquelas realizadas pelo Squeff e Wisnik (1983), na música, e por Ramos (1983), no cinema. Na primeira, é traçado o caminho que, partindo da fazenda de escravocrata, permite a chegada da música negra à cidade. Desprezada como obscena pelas elites e reduzida ao folclore pelos populistas, a música negra entra na cidade pela mão de dois atores vistos como cultural e ideologicamente perigosos: a do mercado de rádio e disco, e a da vanguarda estrangeirizante. Sua incorporação à cidade gerará uma nova cultura, “que se realiza por apropriações polimorfas e pelo estabelecimento de um mercado musical onde o popular em transformação convive com elementos da música internacional e da cotidiana cidadã” (Squeff & Wisnik, 1983, p. 148). O *gesto negro torna-se popular-massivo*, ou seja, campo contraditório de afirmação do trabalho e do lazer, do sexo, do religioso e do político. Um circuito de idas e vindas, de entrelaçamentos e sobreposições conduz à passagem que a partir do *candomblé* leva essa música ao disco e ao rádio. É o circuito de estratégias e astúcias, de *táticas*, no sentido dado a elas por Michel de Certeau (1980, p. 21), de que é feita a luta dos dominados para abrir seu caminho ao reconhecimento social.

Na pesquisa de Ramos (1983) sobre cinema, também testemunhamos o traçado de um trajeto explicitamente ligado às evoluções do nacionalismo estatal e à consequente politização de um cinema que busca explicar a realidade/identidade brasileira, seja através de um “cinema de conscientização” (à

Diegues) ou de um “cinema antropológico” (à Glauber Rocha). O que acontecerá é uma relação perversa entre estado ditatorial e crescimento da indústria cinematográfica. A modernização orientada pelo Estado dará origem a uma Política Nacional de Cultura (1975) em que “conceituada a cultura como uma questão de nacionalidade”, ela será disputada pela tendência estatal de transformar o cinema em um “aparato de hegemonia” e pela busca da construção de uma identidade nacional-popular, que, por sua vez, se tornará um terreno estratégico de disputas entre a visão totalizadora do “nacionalismo defensivo” (p. 199) – de certas esquerdas e de todas as direitas diante da busca por um cinema independente que faça emergir a diversidade cultural do país: a multiplicidade de manifestações da cultura popular diante da unificação estatal ou da homogeneização do mercado.

Em 1988, Renato Ortiz, que já havia dedicado um livro a explorar as aventuras e ambivalências das ideias sobre cultura popular e identidade nacional no Brasil (Ortiz, 1985), recoloca essa discussão – “sempre foi entre nós uma forma de se tomar consciência de nosso destino, o que fez com que ela estivesse intimamente associada à temática do nacional e do popular” (Ortiz, 1988, p. 7) – no processo de emergência e formação da moderna indústria cultural. O chocante já está no título do livro, *A Moderna Tradição Brasileira*, e desde suas primeiras páginas – em que chama a atenção para o silêncio a respeito da questão da *cultura de massa* entre a maioria dos intelectuais, cujos preconceitos sobre o rádio ou a televisão os impediram de perceber a consolidação de uma cultura de mercado “que cresceu sob seus pés” – até as últimas, nas quais cunha a categoria do “internacional-popular”. Nesse trecho Ortiz (1988) percebe uma série de fenômenos que trazem à tona as peculiaridades brasileiras da indústria cultural.

Desde os anos 1950, alguns escritores, diretores e críticos de teatro começam a perceber que no Brasil, “contrariamente aos países centrais, a dramaturgia do palco se associa a uma tecnologia de massa: a televisão . . . [, permitindo] um trânsito entre esferas regidas por lógicas diferentes” (p. 29). Em outras palavras, abre novos espaços de criação para alguns grupos culturais, ao mesmo tempo que atrai certos intelectuais para atuar dentro da lógica comercial. Esse trânsito brasileiro entre lógicas diferentes e até mesmo contrárias tem a ver com uma *modernidade* cujo significado também é *fora de lugar* e se torna especialmente claro no desencaixe entre a modernidade estética de seu cinema (ou sua arquitetura) e as condições materiais de seu surgimento. Esse silêncio sobre a cultura de massa “cede lugar a uma fala que articula modernização e indústria cultural” (p. 37).

O melhor exemplo da nova ideia de nação que a indústria cultural promove será a televisão como veículo de *integração nacional*. É aí que as particularidades do local são definitivamente superadas por uma modernização que finalmente

integra os mercados regionais em um único mercado nacional: a comunidade dos consumidores é agora a base da nova identidade nacional, da qual a novela é o melhor discurso. Mas, como Walter Durst observa, a telenovela apresentava para o Brasil uma dupla contradição: veio de fora, da Argentina, e também era pura alienação: “Isso explica nosso nariz empinado quando dizíamos: puxa vida, em não fazer novela. Nós que já tínhamos conquistado, saído da alienação para chegar numa realidade brasileira, e de repente, voltou tudo pra trás” (Durst, citado por Ortiz, 1988, p. 177). Mas talvez nem tanto; para Roberto DaMatta (1985) a telenovela é, pelo contrário, a forma extrema do gênero brasileiro por excelência, o carnavalesco: esse “em que autor, leitor e personagens trocam constantemente suas posições” (p. 96). Carnavalização que encontrará sua plenitude quando, convertida em indústria cultural de ponta, a telenovela brasileira³ – de *A Escrava Isaura* a *Roque Santeiro* – substitui sua capacidade de dizer o nacional no discurso em um segundo momento de sua modernidade: o do *internacional-popular*.

Acredito que essa perspectiva brasileira, que envolve a investigação do sentido dos meios massivos na compreensão das transformações do país, vai muito além do espaço acadêmico e nos insere diretamente na política. Não poderia ser mais significativo do que é no Brasil, onde a televisão é talvez mais fortemente mediada pelas condições de mercado até se constituir em uma indústria gigantesca, na qual esse meio se tornou um espaço de cruzamentos estratégicos com sua tradição cultural, teatral, novelesca, cinematográfica e mesmo com o pensamento e a obra de não poucos intelectuais e artistas de esquerda. Enquanto na maioria dos países da América Latina os intelectuais e artistas continuam padecendo de um persistente *mau olhar* que os torna insensíveis aos desafios colocados pelos meios, e em particular pela televisão, no Brasil alguns dos mais importantes filósofos e cientistas sociais, como Décio Pignatari, Sergio Micelli, Muniz Sodré, ou escritores e artistas, como Walter Durst, Dias Gomes, Doc Comparato ou Aguinaldo Silva, são autores de pesquisas e ensaios decisivos sobre as relações da televisão com o país, ou roteiristas e diretores de séries e telenovelas bastante expressivas tanto das mestiçagens e transformações do país quanto de sua capacidade de experimentação dramática e audiovisual.

A CULTURA POPULAR COMO ESPAÇO DE CONTRA-HEGEMONIA COMUNICATIVA

A outra propriedade que me parece caracterizar como um todo a pesquisa brasileira de comunicação, e que constitui uma segunda contribuição estratégica para a investigação latino-americana, é a precoce *superação da razão dualista*,

³ A esse respeito ver: Ortiz et al. (1988); Fadul (1993); Busato e Capparelli (1990); Meyer (1996), em especial a segunda parte: “O Folhetim no Brasil”.

essa que tem nos impedido tenazmente de compreender a complexidade das relações entre o popular e o massivo, obstruindo, por sua vez, o desenho de projetos políticos capazes de assumir o que os meios têm de cultura e os diversos usos sociais que as pessoas podem fazer deles.

Foi na precoce e pioneira pesquisa de Sergio Miceli (1972) sobre os programas de auditório na televisão, em que pela primeira vez é formulada uma reflexão teórica que, por um lado, afirma a presença de “demandas simbólicas peculiares, que não coincidem inteiramente com o arbitrário cultural dominante” (p. 210), nos produtos da indústria cultural, e, por outro, questiona uma leitura dos produtos massivos que, ao ignorar e desprezar o sistema de representações e imagens com os quais os setores populares decodificam os produtos simbólicos, acaba assumindo como a única a representação que a cultura dominante oferece de si mesma e do *outro*. Ao atribuir às mensagens da indústria cultural o status de meros *indicadores ideológicos*, o pesquisador coloca como pressuposto, ou já resolvido, o que deve constituir o problema a ser investigado: qual é a posição efetiva que a indústria cultural ocupa em um *mercado material e simbólico não unificado*, ou seja, no qual se cruzam produtos, demandas e leituras heterogêneas?

Em um de seus ensaios mais recentes e expressivos, “Antropologia da Saudade”, Roberto DaMatta (1993) fala de uma antropologia capaz de pensar junto o que esse “conceito duplo” – *saudade* – tem de experiência de passo, de passagem e duração, experiência de um tempo pensando *a partir de dentro*, e dessa outra temporalidade que é a uniforme e abstrata, cronométrica e progressiva. Porque a *saudade* – “essa emoção que os brasileiros aprendemos a sentir como aprendemos a brincar carnaval e a comer feijoada” (p. 23) – é uma *categoria relacional de tempo*, ao mesmo tempo universal e marcada por uma forma peculiar de lidar com a duração: a de uma memória cuja experiência de tempo coletivo indica retornos, reversões, recursividades cíclicas. Assim, até mesmo a temporalidade *englobada pelo mercado* é atravessada por uma duração vivida, esteticamente apreendida. Essa é a mesma concepção que, dez anos antes, DaMatta (1985) havia colocado para entender as relações entre *a casa e a rua*:

o básico é estudar aquele “&” que liga a casa-grande com a senzala, aquele suposto espaço vazio e medonho, que relaciona dominantes e dominados . . . e que é capaz de reunir desejo e lei, liberdade e controle, trabalho e malandragem: sexo e casamento, descoberta e rotina, excesso e restrição, relações pessoais e leis universais, vida e morte, indivíduo e relações. (pp. 21, 106)

Entre essa heterogeneidade não unificada do mercado simbólico, de que fala Miceli, e a temporalidade relacional que para DaMatta constitui a originalidade

da *saudade*, estão as chaves de uma concepção não maniqueísta das relações entre cultura popular e indústria cultural que têm permitido o avanço de duas linhas estratégicas de pesquisa no Brasil: a da contra-hegemonia comunicativa e a da competência do sujeito receptor. A primeira é baseada em uma *concepção moderna da cultura popular*, ou seja, aquela que, em vez de rastrear os traços da pureza original, do autêntico-autóctone, se pergunta, em vez disso, sobre o que continua vivo, de modo que o popular se conecta com o hoje, com os mundos da vida do povo, com suas esperanças e suas lutas. É para isso que as obras pioneiras de Luiz Beltrão (1980) apontam ao investigar a atualidade e a validade das formas de comunicação popular na riqueza cultural de seus festas e discursos, tanto rurais quanto urbanos, religiosos e cívicos, desde os discursos do messianismo até os da política, passando inclusive por grafites eróticos e mesmo pornográficos.

É muito significativo que, do Ciclo II, em 1979 (Melo, 1980), ao Ciclo IV, em 1981 (Silva, 1982), da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) – o de 1980 foi sobre comunicação e populismo –, o eixo temático dado aos pesquisadores tenha sido a comunicação nas classes subalternas e as relações entre hegemonia e contrainformação. No de 1979 há tanto uma desmistificação do popular quanto uma das primeiras leituras críticas na América Latina do elitismo pessimista dos frankfurtianos baseada na leitura de Benjamin, de Swingewood e de Enszemberger, enquanto se desenha um novo mapa dos meios como cenário das lutas pela hegemonia. Em um nível teórico, merece ser destacada uma declaração de Brandão, citado no esplêndido trabalho de Carlos Eduardo Lins da Silva:

Quando as condições de vida são transformadas e as lutas do povo tomam outro rumo, as falas de sua cultura não só mudam, devem mudar. Querer preservá-las somente porque são “do povo” ou da “nossa tradição” é fazer o jogo dos controladores do “popular” transformado em mercadoria de consumo erudito. (Brandão, citado por Silva, 1980, p. 47)

Os objetos de estudo que são esboçados não têm nada de convencionais, pois vão da história das formas de resistência da cultura popular no século XVI, ou a imprensa popular no século XIX, até a música sertaneja, canções de romaria e a literatura de cordel. A concepção brasileira da cultura e da comunicação popular é enriquecida quando, no Ciclo IV (1981), essa problemática é repensada à luz do conceito gramsciano de *hegemonia*, e da proposta, também nesse momento nativa da Itália, de uma práxis comunicativa de contrainformação. Porém chega-se ao conceito, mais do que por sua riqueza teórica, por uma jornada pela práxis

da comunicação latino-americana, na qual se destaca o surgimento das rádios mineiras na Bolívia, práxis criada nos sindicatos do altiplano por volta do ano de 1950. E é a partir daí que será possível repensar a condição especializada da pesquisa de comunicação para propor uma perspectiva interdisciplinar e um diálogo entre a teoria dos meios e as ciências sociais, com ênfase na teoria política e em questões colocados no âmbito das diversas práticas de comunicação, tanto hegemônicas quanto subalternas (Silva et al., 1982, p. 9).

O conceito de *hegemonia*, que estava apenas começando a ser trabalhado na América Latina, vai realocar o estudo da comunicação no campo da *cultura* e, especialmente, da *política cultural*. Isso permitirá a conexão precoce com a *teoria cultural*, proposta por Williams, da Escola de Estudos Culturais de Birmingham, e com a reflexão que, a partir de Bolonha, permitiu a Pio Baldelli legitimar o uso social dos meios massivos – do rádio ao teatro, passando pelo cinema e a imprensa – pelas classes subalternas. Ou seja, a inserção dos meios nos projetos políticos de *insurreição cultural* ou *guerrilha semiológica* com o objetivo de *contrainformar*, isto é, colocar em circulação uma informação a serviço dos setores populares, e ao mesmo tempo incentivar a iniciativa cultural e a criatividade popular. A reflexão teórica e o mapa das práticas brasileiras pelas quais passa a contrainformação, em que se constrói uma hegemonia popular – imprensa e teatro dos trabalhadores, cinema documental, literatura popular, práxis comunicativas nas comunidades religiosas de base –, coincidem com o que na Europa se reúne, nesses mesmos anos, no congresso coordenado por José Vidal Beneyto (1979) perto de Barcelona, em cuja introdução ele escreve:

A alternativa é popular ou se degrada em brinquedo e/ou máquina de domínio. E popular significa que possibilita a expressão das aspirações e expectativas coletivas produzidas por e a partir dos grupos sociais de base. Tanto majoritários quanto minoritários. Tanto em nível patente quanto latente. (p. XXXIX)

A criatividade comunicativa das culturas populares encontrará apoio no Brasil, por um lado, na força dos movimentos sociais e sua lucidez em assumir os meios como um palco de luta política e cultural, quando a maioria dos sindicatos e movimentos da América Latina ainda sofria de uma grande miopia instrumental e moralista a esse respeito; e, por outro, na *teoria* das *brechas* que as próprias contradições políticas abrem nas indústrias culturais. No que diz respeito à relação entre os movimentos sociais e os meios, o trabalho de Regina Festa e Luiz Fernando Santoro (1991) será crucial: não apenas por sua longa experiência como comunicadores nos grandes sindicatos de São Paulo e sua animação de projetos comunicacionais em diversos movimentos pelo Brasil e

América Latina, mas também por seu acompanhamento reflexivo dos diversos momentos pelos que o país e os movimentos sociais vêm passando (Festa & Santoro, 1991; Festa & Silva, 1986).

A *teoria das brechas* – que deu não pouca esperança aos latino-americanos nos anos difíceis da repressão ditatorial, que devastou a maioria dos nossos países entre os anos 1970 e meados dos anos 1980 – é gestada no Brasil a partir do encontro entre algumas ciências sociais abertas às transformações da indústria cultural, que eles olham não como “um todo monolítico e impenetrável, instrumento utilizado pelas classes dominantes para impor sua ideologia a toda a população”, mas como um espaço “de atividade cultural em que há uma autonomia relativa” (Silva, 1986, p. 31). Esta é expressa nas contradições de conteúdo e sentido que os consumidores lhes dão, com a experiência múltipla das comunidades cristãs de base, e com o *jogo da cintura*⁴, do futebol à política, que tem permitido aos setores populares driblar o adverso. Referindo-se à cultura negra, Muniz Sodré (1983) nos dá um antecedente fundamental para entender o significado que os brasileiros dão às *brechas*: são espaços considerados *inofensivos*, não cumulativos da perspectiva branca, e nos quais “os negros revividos clandestinamente seus ritos, cultivaram seus deuses e retomavam a linha da relação comunitária” (p. 124).

Esse é especialmente o caso do rádio, meio desprezado pelos estratos cultos, justamente por ser o território do oral e, portanto, ele mesmo espaço de experimentações populares, como as apontadas por um grupo de pesquisadores sobre o programa de Gil Gomes⁵, que, diante do discurso do noticiário – com sua ocultação do sujeito narrador e do enredo narrativo –, exalta o narrador, transformando a enunciação, a própria experiência do narrador, em um *relato de experiência* que torna presente *o lado corporal da arte de narrar*. Corpo que é voz, que carrega a história com efeitos sensoriais e explora a partir do tom e ritmo – que acelera, desacelera, muda, altera, grita, sussurra – o universo das emoções e a experiência de escuta. E se, como bem assinala Maria Immacolata Vassallo de Lopes (1988), a voz de Gil Gomes “é o testemunho envolvido em sua inserção no poder” (p. 139) e na manutenção da ordem, contudo talvez essa voz não seja inteiramente plana e seja feita de inflexões e dobras que, quando *dramatiza o real*, dota os personagens anônimos da crônica policial com um rosto, situação e vida cotidiana, e através dessa descrição permite sentir os pobres desenraizados, habitantes da cidade, como pessoas.

Foi no mesmo movimento que resgatava a criatividade comunicativa das culturas populares que *pesquisadores* brasileiros detectaram a presença da *voz do ouvinte*, a face oculta do sujeito receptor. Ao lado das minhas leituras de Michel de Certeau (1980), bem no início dos anos 1980, tenho que colocar o texto em fotocópia da investigação *Sobre a Recepção Crítica dos Meios de Comunicação de*

⁴A aplicação dessa expressão às táticas da cultura popular é de Alves (1987).

⁵No original, o autor faz aqui uma referência a “VV.AA. *A narrativa popular de Gil Gomes*. São Paulo, 1984”. Tentamos obter os nomes dos autores e da editora, conforme os parâmetros da norma utilizada na revista, mas não tivemos sucesso (N. do E.).

Massa no Brasil, de Anamaria Fadul (1983), uma investigação, se bem me lembro, encomendada pela União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC). Também em fotocópia, recebi o manuscrito de *A Rosa Púrpura de Cada Dia: Trajetória de Vida e Cotidiano de Receptores de Telenovela*, de Mauro Wilton de Sousa (1986). Se no texto de Anamaria a recepção é explorada principalmente na diversidade de sua capacidade de *leitura questionadora* das mensagens dos meios massivos, no de Mauro Wilton a investigação já se concentra nas modalidades de inserção da telenovela na vida cotidiana dos jovens trabalhadores.

Penso que, na precoce atenção prestada pelos pesquisadores brasileiros à competência de leitura do receptor e na inserção dela no mundo do cotidiano, tem desempenhado um papel importante a presença pioneira – em relação ao resto da América Latina – de uma antropologia urbana que consegue passar de uma antropologia *na cidade* para uma *antropologia da cidade* (Cardoso, 1986), exploradora dos mundos da vida popular, do circo (Magnani, 1984) à cultura política do bairro (Caldeira, 1984), e da cultura da classe média (Velho, 1981) às representações e imaginações dos educadores (Rocha et al., 1984). É justamente uma antropóloga, Ondina Fachel Leal (1990), que sistematicamente introduz o trabalho etnográfico em pesquisa sobre recepção televisiva, o que terá amplo eco em investigações em outros países latino-americanos, especialmente por sua indagação sobre o espaço e o tempo de assistir à telenovela, e a comparação dos processos de leitura, ou seja, da produção e da reformulação simbólica que duas classes sociais de espectadores realizam com a telenovela.

Do ponto de vista sociológico, Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) investiga pioneiramente a recepção do noticiário nacional da Rede Globo em duas comunidades da classe trabalhadora, questionando especialmente as mediações críticas que a Igreja, o movimento sindical, os partidos políticos, o movimento feminista e os demais meios de comunicação introduzem na leitura do telejornal. Junto com esses trabalhos pioneiros, não posso deixar de destacar o seminário que um grupo de pesquisadores da Universidade de São Paulo realizou em 1991, do qual participaram sociólogos, antropólogos, comunicadores, psicólogos e historiadores, cujo mero título, *Sujeito, o Lado Oculto do Receptor* (Sousa, 1995), é muito revelador das peculiaridades que, além da moda acadêmica, caracterizam os estudos de recepção no Brasil.

GLOBALIZAÇÃO COMUNICACIONAL E MODERNIDADE-MUNDO

Um fantasma percorre as ciências sociais e a pesquisa de comunicação latino-americana nos últimos anos: o fantasma se chama *globalização*. Confundida por muitos com o *velho* e persistente imperialismo – assimilado à transnacionalização,

ou melhor, à expansão acelerada de empresas e lógicas transnacionais – e identificada por outros com a *revolução* tecnológica e mesmo com o impulso secreto da pós-modernidade, a *globalização* não parece se deixar capturar por esquemas acadêmicos nem por paradigmas científicos tradicionais. Os artigos e antologias proliferam infinitamente, mas a grande maioria do que está escrito na América Latina a esse respeito decepciona. Curiosamente, é no país que mais ampla e polemicamente tem debatido as vicissitudes de sua formação nacional, o Brasil, que começa a ser traçado um horizonte de compreensão da novidade que os processos de globalização introduzem na economia, na cultura e na sensibilidade, isto é, na percepção de espaço e tempo.

Três brasileiros se destacam hoje como pensadores da globalização na América Latina. A partir da geografia, Milton Santos (1993) reflete sobre as transformações do espaço, afirmando que, devido à falta de categorias analíticas e da história do presente, ainda estamos mentalmente ancorados no tempo das relações internacionais, quando o que precisamos pensar hoje é o *mundo*: a passagem da internacionalização para a *mundialização*. São precisamente as tecnologias de comunicação – satélites, informática, televisão – que, ao transformar o *sentido de lugar no mundo*, tornam opacas as relações que o estruturam, fazendo de um mundo tão interconectado algo opaco. Essa opacidade coloca em primeiro plano a materialidade da qual é feito o *espaço* e a *velocidade* que nos torna perceptível um mundo que, na medida em que transforma a cultura no grande veículo da economia e da política, torna-se a chave para a mudança epistemológica que todas as disciplinas sofrem.

No entanto, essa *avaliação* do mundo não impede Milton Santos (1995) de fazer uma análise fortemente crítica de uma *globalização enferma* (pp. 22-42), porque busca *unificar*, mais do que unir, e

o que hoje é unificado em todo o mundo não é um desejo de liberdade, mas de dominação, não é o desejo de cooperação, mas de competição. . . . O espaço se globaliza, mas não é mundial como um todo, mas como uma metáfora. A dimensão mundial é o mercado. (Santos, 1995, p. 33)

Há então um relógio universal e abstrato, hegemônico, cujas temporalidades são os vetores da economia e da cultura. Mas não há *tempo mundial*. E se é verdade que são as *redes* mundiais que regulam uma ordem a serviço dos atores hegemônicos em escala planetária, no nível *local* essas mesmas redes são portadoras de *desordem*. A indagação a respeito da globalização se torna, assim, uma questão sobre o sentido da diversidade: “A diversificação contribui para a unidade ou a unificação?” (Santos, 1995, p. 41).

A partir da sociologia, Renato Ortiz (1994) introduz a necessidade de diferenciar as lógicas unificantes da globalização econômica daquelas que mundializam a cultura. Pois a mundialização cultural não funciona de fora, em esferas dotadas de autonomia, como a nacional ou a local. A mundialização é um

processo que se reproduz e se desfaz incessantemente . . . Neste sentido seria impróprio falar de uma “cultura-mundo”, cujo nível hierárquico se situaria fora e acima das culturas nacionais ou locais. . . . O processo de mundialização é um fenômeno social total que permeia o conjunto das manifestações culturais. Para existir, ele deve se localizar, enraizar-se nas práticas cotidianas dos homens. (Ortiz, 1994, p. 30)

A mundialização não pode, então, ser confundida com a *padronização* dos diferentes âmbitos da vida, que foi o produto da industrialização, incluindo o âmbito da cultura, essa *indústria cultural* que foi objeto de análise dos frankfurtianos. Agora estamos diante de outro tipo de processo, que se expressa na cultura da *modernidade-mundo* como “uma nova maneira de ‘estar no mundo’” (Ortiz, 1994, p. 33), que diz respeito às profundas mudanças produzidas no mundo da vida: no trabalho, no casamento, na comida, no lazer. É porque a jornada de trabalho integral tornou impossível para milhões de pessoas almoçarem em casa, e porque a cada dia mais mulheres trabalham fora dela, e porque as crianças se autonomizam dos pais muito cedo, e porque a figura patriarcal tem sido desvalorizada tanto quanto o trabalho das mulheres tem sido valorizado, que a alimentação diária deixou de ser um ritual que reúne a família, e, dessimbolizada, encontrou sua forma no fast food.

Assim, o sucesso do McDonald’s ou do Pizza Hut fala menos da imposição da comida estadunidense do que das profundas mudanças na vida cotidiana das pessoas, mudanças que esses produtos, sem dúvida, expressam e monetizam. Dessincronizados dos tempos rituais do passado e dos lugares que simbolizavam o convívio familiar e o respeito à autoridade patriarcal, os novos modos e produtos alimentares “perdem a fixidez dos territórios e dos costumes . . . são informações ajustadas à polissemia dos contextos” (Ortiz, 1994, p. 87)⁶. Reconhecer isso não significa ignorar a crescente monopolização da distribuição, ou a descentralização que concentra o poder e a desenraização empurrando a hibridização das culturas. Estruturalmente ligados à globalização econômica, mas sem se esgotar nela, há fenômenos de mundialização de imaginários ligados a músicas, imagens e personagens que representam estilos e valores desterritorializados aos quais também correspondem novas figuras da memória.

Também a partir da sociologia, Octavio Ianni (1996) tem sido um dos poucos latino-americanos a se atrever a assumir os desafios teóricos envolvidos em pensar

⁶ Ver também Ortiz (1996).

“que o globo deixou de ser uma figura astronômica para adquirir plenamente um significado histórico” (p. 3). Não se pode derivar essa significação mais do que até agora foi a categoria central nas ciências sociais, a do estado-nação, a globalização não pode ser considerada como mera extensão quantitativa ou qualitativa da sociedade nacional. Não porque essa categoria e essa sociedade não continuem a ter validade – a exasperação dos nacionalismos, dos regionalismos e localismos atesta isso –, mas porque o conhecimento acumulado sobre o nacional responde a um paradigma que não pode mais prestar contas “nem metodológica, nem histórica nem teoricamente a toda a realidade em que indivíduos e classes, nações e nacionalidades, culturas e civilizações estão inseridos hoje” (p. 160). A resistência nas ciências sociais em aceitar que se trata de um *novo objeto* é muito forte. Daí, por um lado, a tendência de subsumir esse objeto nos paradigmas clássicos do evolucionismo, do funcionalismo etc., e, por outro, priorizar aspectos parciais – econômicos, tecnológicos, ecológicos etc. – que parecem ser capazes de permanecer compreensíveis a partir de uma continuidade sem trauma com a ideia de nacional.

Essa continuidade, da qual falam noções como dependência, interdependência e imperialismo, está encobrindo a necessidade de submeter essas noções a uma profunda reformulação à luz das mudanças radicais que atravessam tanto a ideia de soberania quanto a de hegemonia. O fato de ainda haver dependências e imperialismos hoje não significa que o cenário não tenha mudado, mas que os velhos tipos de vínculos são subsumidos e atravessados por novos, que não se permitem ser pensados a partir da transferência de categorias e noções como Estado, partido, sindicato, movimento social, território, tradição etc., isto é, sem que essas categorias e noções sejam previamente reformuladas. As condições de desigualdade entre nações, regiões e estados continuam e até pioram, mas não podem mais ser pensadas à margem do surgimento de redes e alianças que reorganizam e compreendem tanto as estruturas estatais quanto os regimes políticos e projetos nacionais. O desafio às ciências sociais, que Octavio Ianni aborda, torna-se ainda mais decisivo no campo da comunicação, cujas transformações desempenham um papel de protagonismo nos processos de globalização e na modernidade-mundo. E não apenas em termos da dimensão tecnológica, mas também no horizonte epistemológico a partir do qual os novos sentidos de comunicar se tornam visíveis.

APROPRIAÇÃO CRÍTICA DA PESQUISA LATINO-AMERICANA

Se o aporte do Brasil para a pesquisa de comunicação latino-americana tem sido tão fecundo, isso se deve, em grande medida, ao diálogo que a Intercom

possibilitou. Com clara vocação latino-americanista desde sua criação, a Intercom vem dando corpo ao ritmo de sua consolidação como associação nacional e à institucionalização de seus contatos com os demais países da região: por meio de pesquisas comparadas, do intercâmbio ativo de pesquisadores e professores e da publicação de seus ciclos anuais de estudo e seu boletim, já convertido em *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. Devemos adicionar, ainda, essas outras duas revistas, próximas à Intercom, que também mantêm um diálogo permanente com os pesquisadores latino-americanos: *Comunicação & Sociedade* e *Comunicação & Política*.

Explicitando esse desejo de diálogo, o Ciclo V, realizado em São Paulo, em 1982, tem como tema “Impasses e Desafios da Pesquisa em Comunicação”, em um claro indicador da internacionalização, que se torna realidade, por um lado, nos trabalhos de pesquisadores brasileiros que refletem sobre as tendências da pesquisa de comunicação nos países metropolitanos e, de outro, na abertura à participação de pesquisadores de outros países, dos quais a maioria era latino-americana. A relevância dessa presença latino-americana será testemunhada no título da publicação que, com a coordenação de José Marques de Melo, reúne os trabalhos: *Teoria e Pesquisa em Comunicação: Panorama Latino-Americano* (Melo, 1983). A partir desse ciclo, a relação da Intercom com a pesquisa latino-americana se tornará cada vez mais forte. O Ciclo IX tem como tema central “Comunicação na América Latina: Desenvolvimento e Crise” e o Ciclo XII é dedicado às “Indústrias Culturais e os Desafios da Integração Latino-Americana”.

Especialmente decisivo será o compromisso do Intercom na reconstituição da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic), alcançada em 1989, dentro das sessões do Ciclo IX, realizado em Florianópolis. Retomando a proposta feita por vários ex-presidentes e membros da Alaic presentes no Congresso da Association Internationale des Études et Recherches sur l'Information et la Communication (Aieri) realizado no mesmo ano em Barcelona, Marques de Melo impulsiona a reconstituição da Alaic, que vinha passando por um longo período de crise, e assume sua presidência. Isso culminará na realização, em 1992, em São Paulo, do I Congresso Latino-Americano de Pesquisadores da Comunicação, no qual foi realizada uma avaliação das principais tendências de pesquisa nos anos 1980 e uma proposta de linhas prioritárias para os anos 1990 (Melo, 1992).

O diálogo com pesquisadores brasileiros da comunicação tornou-se particularmente fecundo nos últimos anos através dos debates introduzidos no Brasil, tanto sobre o sentido e o alcance da teoria e da pesquisa no ensino da comunicação quanto sobre a bagagem teórica com que a pesquisa é realizada

e as estratégias metodológicas utilizadas. A esse respeito, me parecem particularmente relevantes as críticas elaboradas por Maria Immacolata Vassallo de Lopes (1993, 1994) a certas tendências culturalistas na investigação de processos de recepção que, ao substituir o conceito de classe social pelo da estratificação social, esquecem o sentido estrutural dos grupos sociais, retirando-os do caráter conflitivo que reveste a sua relação com as diversas formas de organização e expressão do poder. Reduzida à relação dos diversos grupos – de idade e de gênero – com o meio, e substituídas as instâncias de mediação estrutural por parte da família, da escola ou do bairro, a recepção acaba se convertendo em um processo circular, que dificilmente pode escapar do círculo que introduz a fragmentação dos consumidores proposta pelo mercado. A autora dessa crítica precisa também escreveu um dos poucos livros que na América Latina tiveram a coragem de assumir o desafio metodológico implícito pelos novos objetos e novas propostas de investigação (Lopes, 1990).

Mesmo se mais controversas, as críticas de José Marques de Melo aos modelos de ensino de comunicação (Melo, 1987, 1991) distanciados das demandas que vêm de um mercado de trabalho cada vez mais especializado e com uma proposta de perfil polivalente, que condenaria a maioria dos graduados ao desemprego ou ao campo do alternativo, também produziram um importante debate sobre o significado da teoria e da pesquisa no ensino de graduandos e pós-graduandos. Por um lado, é preciso repensar a presença puramente formal de cursos teóricos distanciados do trabalho criativo e produtor do comunicador e, por outro, revelar as armadilhas de um tipo de pesquisa cuja combinação de formalismo e denunciamento a torna incapaz de contribuir para o conhecimento das transformações pelas quais o campo da comunicação está passando. Esse debate, ao mesmo tempo, tornou imprescindível considerar formas de lidar com as tendências predominantemente mercadológicas no crescimento da pós-graduação, que, embora reflitam as demandas de especialização no campo laboral, ameaçam liquidar a presença das ciências sociais e qualquer caráter crítico dos estudos e da pesquisa acadêmica de comunicação. Esses traços são parte constitutiva dessa *escola latino-americana de comunicação* que o próprio Marques de Melo (1996) se propôs investigar e reivindicar.

Concluirei assumindo a voz dos meus colegas latino-americanos para reconhecer a presença decisiva da pesquisa brasileira no desenvolvimento de um pensamento latino-americano sobre a comunicação, que, ao mesmo tempo que nos permite uma compreensão mais profunda das peculiaridades e dinâmicas do nosso mundo, está nos possibilitando, no plano internacional, passar do ofício de *informantes nativos* para o de verdadeiros produtores de pensamento e de conhecimento.

REFERÊNCIAS

- Alves, L. R. (1987). A fábula forjando-se história. Aspectos da memória dos movimentos populares de ABC. In J. Martín-Barbero (Ed.), *Comunicação e culturas populares na América Latina* (pp. 230-237). Felafacs; G. Gili.
- Austin, J. L. (1970). *Quand dire, c'est faire*. Threshold.
- Beltrão, L. (1980). *Folkcomunicação: A comunicação dos marginalizados*. Cortez.
- Beneyto, J. V. (Ed.). (1979). *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*. CIS.
- Busato, L., & Caparelli, S. (1990). A novela vista de fora. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 13(62-63), 57-60.
- Caldeira, T. P. R. (1984). *A política dos outros*. Brasiliense.
- Cardoso, R. (Org.). (1986). *A aventura antropológica*. Paz e Terra.
- Chauí, M. (1983). *O nacional e o popular na cultura brasileira: Seminários*. Brasiliense.
- Chauí, M. (1990). *Cultura e democracia*. Cortez.
- DaMatta, R. (1985). *A casa e a rua: Espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*. Brasiliense.
- DaMatta, R. (1993). *Conta de mentiroso*. Rocco.
- de Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien*. UGE.
- Fadul, A. (1983). *Sobre a recepção dos meios de comunicação de massa no Brasil*. Orealc.
- Fadul, A. (Ed.). (1993). *Ficção seriada na TV: As telenovelas latino-americanas*. ECA-USP.
- Festa, R., & Santoro, L. F. (1991). A terceira idade da TV: O local e o internacional. In A. Novaes (Org.), *Rede imaginária: Televisão e democracia* (pp. 179-195). Companhia das Letras.
- Festa, R., & Silva, C. E. L. (Orgs.). (1986). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. Paulinas.
- Freire, P. (1969). *Educación como práctica de la libertad*. Nuevo Orden.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Tierra Nueva.
- Gramsci, A. (1977). *Cultura y literatura*. Península.
- Ianni, O. (1996). *Teorías de la globalización*. Siglo Veintiuno.
- Leal, O. F. (1990). *A leitura social da telenovela das oito*. Vozes.
- Lopes, M. I. V. (1988). *O rádio dos pobres*. Loyola.
- Lopes, M. I. V. (1990). *Pesquisa em comunicação: Formulação de um modelo metodológico*. Loyola.
- Lopes, M. I. V. (1993). Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção. *Intercom: Revista Brasileira de Comunicação*, 16(2), 7-12. <https://bit.ly/3eF691H>

- Lopes, M. I. V. (1994). *Recepção dos meios de comunicação: classes, poder, estrutura* [Artigo apresentado]. VIII Encontro da Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Cali, Colômbia.
- Magnani, J. G. C. (1984). *Festa no pedaço: Cultura popular e lazer na cidade*. Brasiliense.
- Martín-Barbero, J. (1972). *La palabra y la acción: Por una dialéctica de la liberación* [Tese de doutorado não publicada]. Université Catholique de Louvain.
- Melo, J. M. (Coord.). (1980). *Comunicação e classes subalternas*. Cortez.
- Melo, J. M. (Coord.). (1981). *Populismo e comunicação*. Cortez; Intercom.
- Melo, J. M. (Coord.). (1983). *Teoria e pesquisa em comunicação: Panorama latino-americano*. Cortez; Intercom; CNPq.
- Melo, J. M. (Org.). (1987). *Ensino de comunicação no Brasil: Impasses e desafios*. ECA-USP.
- Melo, J. M. (1991). *Comunicação e modernidade: O ensino e a pesquisa nas escolas de comunicação*. Loyola.
- Melo, J. M. (Coord.). (1992). *Comunicação latino-americana: Desafios da pesquisa para o século XXI*. ALAIC/ECA-USP.
- Melo, J. M. (Coord.). (1996). O pensamento latino-americano em comunicação [Número especial]. *Comunicação & Sociedade*, (25).
- Meyer, M. (1996). *Folhetim: Uma história*. Companhia das Letras.
- Miceli, S. (1972). *A noite da madrinha*. Perspectiva.
- Novaes, A. (1983). *O nacional e o popular na cultura brasileira: Teatro*. Brasiliense.
- Ortiz, R. (1985). *Cultura brasileira e identidade nacional*. Brasiliense.
- Ortiz, R. (1988). *A moderna tradição brasileira: Cultura e indústria cultural*. Brasiliense.
- Ortiz, R. (1994). *Mundialização e cultura*. Brasiliense.
- Ortiz, R. (1996). *Otro territorio*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Ortiz, R., Borelli, S. H. S., & Ramos, J. M. O. (1988). *Telenovela: História e produção*. Brasiliense.
- Piccini, M. (1987). Industrias culturais: Transversalidades y regímenes interdiscursivos. *Diálogos de la Comunicación*, (17), 12-19.
- Ramos, J. M. O. (1983). *Cinema, estado e lutas culturais*. Paz e Terra.
- Rocha, E. P., Veiga, R. M., Quintella, M. M. D., Waitzfelder, D. A., & Pereira, C. A. M. (1984). *Testemunha ocular: Textos de antropologia social do cotidiano*. Brasiliense.
- Santos, M. (1993). Espaço, mundo globalizado, pós-modernidade. *Margem*, 2, 9-21.
- Santos, M. (1995). La aceleración contemporánea: Tiempo, mundo y espacio-mundo. *Revista Universidad del Valle*, 10, 30-35.

- Schwarz, R. (1981). *Ao vencedor as batatas*. Duas Cidades.
- Silva, C. E. L. (1980). Cultura de massa e cultura popular: Questões para um debate. In J. M. Melo (Coord.), *Comunicação e classes subalternas* (pp. 41-48). Cortez.
- Silva, C. E. L. (Coord.). (1982). *Comunicação, hegemonia e contra-informação*. Cortez; Intercom.
- Silva, C. E. L. (1985). *Muito além do Jardim Botânico: Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional entre trabalhadores*. Summus.
- Silva, C. E. L. (1986). As brechas da indústria cultural brasileira. In R. Festa & C. E. L. da Silva (Orgs.), *Comunicação popular e alternativa no Brasil* (pp. 31-52). Paulinas.
- Silva, C. E. L., Fadul, A., & Santoro, L. F. (1982). Documento básico. In C. E. L. da Silva (Coord.), *Comunicação, hegemonia e contra-informação* (pp. 9-16). Cortez; Intercom.
- Sodré, M. (1983). *A verdade seduzida*. Codecri.
- Sousa, M. W. (1986). *A rosa púrpura de cada dia: Trajetória de vida e cotidiano de receptores de telenovela* [Tese de doutorado não publicada]. Universidade de São Paulo.
- Sousa, M. W. (Org.). (1995). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. Brasiliense; ECA-USP.
- Squeff, E., & Wisnik, J. (1983). *O nacional e o popular na cultura brasileira: Música*. Brasiliense.
- Velho, G. (1981). *Individualismo e cultura: Notas para uma antropologia da sociedade contemporânea*. Zahar.

Testemunhos brasileiros que fazem memória de Jesús Martín-Barbero

Brazilian testimonies remembering Jesús Martín-Barbero

ANA CAROLINA DAMBORIARENA ESCOSTEGUY^a

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre – RS, Brasil

NO BRASIL, NÃO somente a obra de Jesús Martín-Barbero exerceu notória influência na pesquisa em comunicação, mas sua pessoa deixou indeléveis impressões, bem como laços de amizade e afinidades pelas mais diversas universidades, espalhadas pelo país, onde exerceu, nas suas inúmeras visitas, seu papel de contumaz falante, mas também de atento ouvinte de questões e dúvidas. Para homenageá-lo, **MATRIZES** convidou pesquisadoras e pesquisadores – muito poucos dentre os inúmeros de seus interlocutores brasileiros – para que contassem algo que habitasse suas memórias sobre a relação afetiva e/ou intelectual que mantiveram com essa figura ímpar. A intenção era fazer jus à ideia de que praticar a memória significa lembrar intersubjetivamente, assumindo o papel de testemunha de quem lembra – o que o próprio Martín-Barbero exercitou em algumas ocasiões. Uma delas é a versão em português de “Lo que la Investigación Latinoamericana de Comunicación Debe al Brasil: Relato Personal de una Experiencia Intercultural” (1999/2021), publicada neste número de **MATRIZES**.

Ele nos ofereceu, a partir do relato rememorativo sobre marcas de sedução e impacto de diversas obras produzidas por intelectuais brasileiros no seu programa de pesquisa que propunha pensar *a comunicação a partir da cultura*, uma ampla lista de estudiosos que se debruçaram, mais do que na análise crítica dos meios de comunicação, no “pensar o Brasil: sua complexa formação como país, suas densas e conflituosas mestiçagens tanto culturais quanto políticas” (Martín-Barbero, 1999/2021, p. 130). Daí nosso convite a dois deles, Muniz Sodré (UFRJ) e Renato Ortiz (Unicamp), para que cada um, à sua moda, ativasse a memória e refizesse seu trajeto de encontro intelectual e de amizade com Martín-Barbero.

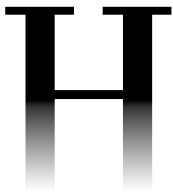
Porém, passados vinte anos daquela narração de Martín-Barbero sobre as marcas do pensamento brasileiro na pesquisa latino-americana da comunicação, também consideramos imprescindível assumir uma perspectiva de atualização, estendendo o convite para outras estudiosas que tiveram suas trajetórias de pesquisa afetadas,

^a Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, professora visitante da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e pesquisadora do CNPq. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-0361-6404>. E-mail: carolad2017@gmail.com

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i2p147-153>

V.15-Nº2 mai./ago. 2021 São Paulo - Brasil ANA CAROLINA DAMBORIARENA ESCOSTEGUY p. 147-153

MATRIZES



sobretudo, por sua obra. Devido à limitação do espaço disponível, solicitamos os testemunhos de Nilda Jacks (UFRGS) e Simone Maria Rocha (UFMG), que permitem imprimir ao tributo de **MATRIZES** a Jesús Martín-Barbero um horizonte histórico em que o trabalho de rememoração por distintas gerações atualiza e visibiliza distintas facetas da potência de sua obra, mantendo viva a lembrança da sua ausência.

UMA VOZ DE INOVAÇÃO

MUNIZ SODRÉ^b

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura.
Rio de Janeiro – RJ, Brasil

^b Professor Emérito da
Escola de Comunicação da
Universidade Federal do Rio de
Janeiro. Pesquisador do CNPq.
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6060-9673>. E-mail:
sodremuniz@hotmail.com

Por um verso do *Fausto* (na cena “Vor dem Tor”), Goethe nos assegura que “em tudo há formação e vida ativa”. É forte a tentação de uma paráfrase para um ponto de vista particular sobre Jesús Martín-Barbero: “no povo há formação e vida ativa”.

Décadas atrás, antes de conhecê-lo em pessoa, ele fez em livro a crítica de que seria preciso liberar-me de meu “vezo apocalíptico” (Martín-Barbero, 1987). Uma crítica justa e bem-humorada. Referia-se à hipótese do monopólio da fala, em que eu esticava a corda da suspeita de que a televisão fosse uma goetheana cozinha da bruxa, atentatória à liberdade do discurso e à criação cultural.

Com a Escola de Frankfurt como referência teórica, era inquietante o temor de neutralização do diálogo da dimensão sensível da vida comum por meio da comunicação eletrônica. A manipulação das massas seria possível mesmo sem um manipulador visível.

Mas havia também, claro, a ideia de comunicação como um sistema dinâmico, aberto aos jogos de influência mútua entre os seus diferentes elementos constitutivos. Jesús Martín partilhava esse posicionamento e atribuía às massas receptoras o lugar de *povo* apto à mediação cultural. Entre os meios e as mediações haveria um espaço político para a resposta social.

Aí está implicado um deslocamento teórico dos estudos europeus e norte-americanos para a situação latino-americana, dando margem a estudos e esboços metodológicos que procuram confrontar a diversidade cultural com a hegemonia dos modelos circulantes.

Isso é também o que podemos designar como *contramovimentações* sociais. Nessa abertura, a comunicação aproxima-se do conceito grego de *pharmakon*, que se compreende ambigualmente como *veneno* e *cura*. Em outras palavras, aquilo que envenena a corporeidade clássica das instituições dispõe ao mesmo tempo de *produtivas* possibilidades quanto a outras formas de ação social.

Entrevê-se então “a vida ativa do povo”.

Jesús Martín-Barbero seguiu essa trilha em suas várias décadas de análises lúcidas e instigantes sobre a cultura, a educação e a comunicação na América Latina. De muitos de seus epígonos surgiram trabalhos valiosos – teóricos e práticos – sobre as relações das massas com o mundo da comunicação.

Da última vez em que nos encontramos eu estava em Bogotá para uma semana de palestras sobre comunicação e cultura na Universidad Javeriana. Generosamente, ele compareceu, mesmo adoentado, para escutar e partilhar uma mesa de debates. Estou convicto de que muito lhe deve a teoria da comunicação latino-americana.

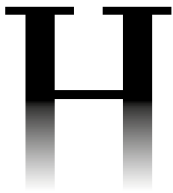
MIS AMIGOS LATINOAMERICANOS

RENATO ORTIZ ^c

Universidade Estadual de Campinas, Departamento de Sociologia. Campinas – SP, Brasil

Conheci Jesús Martín-Barbero no dia 6 de fevereiro de 1987. Uma data precisa, eu a encontrei nos cadernos que escrevo à mão, com caneta tinteiro, e ali dizia que Néstor García-Canclini tinha nos levado para jantar no restaurante Opera, na Cidade do México. Eu vinha de Nova Iorque e meus planos eram, depois do México, visitar Cuba, em busca das origens das radionovelas. Na época desenvolvia uma pesquisa sobre a telenovela brasileira, e Néstor tinha me convidado para dar um curso na Escuela de Antropología. Talvez o tema tenha nos aproximado, não sei, mas ele começava a se interessar pelo folhetim eletrônico que tanto o encantava. A partir de aí nos tornamos amigos e cúmplices. O revi em Cali no ano seguinte (1988) e nos cruzamos inúmeras vezes nos mais diferentes lugares da América Latina (Bogotá, Buenos Aires, Antigua, Cartagena das Índias, Havana), da Espanha (Almagro, Madri, Barcelona, Sevilha), e da França (Paris); não me recordo de nos termos visto nos Estados Unidos. Jesús Martín me evoca as viagens e para mim a viagem é uma forte metáfora do trabalho intelectual. Era um viajante no sentido pleno do termo, não pertencia a *nenhum lugar*, um espanhol que se tornara colombiano, alguém que habitava a fresta desse território fraturado. Creio que isso lhe foi de grande valia, a dimensão de ser estrangeiro (no sentido em que Simmel utiliza a palavra) permitiu ver o mundo de outra maneira. Sua sagacidade intelectual aninhava-se nesta condição contraditória e fértil. Algo sempre me chamou a atenção em sua personalidade, a insatisfação com o mundo e com as ideias. Não suportava o franquismo, o populismo latino-americano, as desigualdades sociais e, com a mesma força – talvez inconformismo seja a palavra correta – investia contra as verdades

^c Professor titular do Departamento de Sociologia da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0246-5576>. E-mail: ortiz@terra.com.br



estabelecidas, teorias, conceitos, noções. Lembro, a insatisfação é um potente motor do pensamento e Jesús Martín sabia cultivar sua potencialidade.

O que nos aproximava em nossas diferenças? Havia certamente uma conjunção de fatores. O ponto inicial se fez através dos meios de comunicação e das indústrias culturais, ele me colocou em contato com toda uma rede latino-americana de estudos em comunicação. Os congressos da Federación Latinoamericana de Asociaciones de Faculdades de Comunicación (Felafacs) que frequentei introduziram-me num mundo pouco familiar, que conhecia apenas de forma livresca (tinha sido *lector* das cadeiras de Antropologia Urbana e da Religião na América Latina na Université de Louvain), e a partir de então alguns de meus textos começaram a ser traduzidos em língua espanhola (o primeiro deles publicado em *Dia-Logos de la Comunicación*, editado pela Felafacs). As portas do continente se abriam para mim, introduzindo-me num círculo de pessoas que carinhosamente denominei *mis amigos latinoamericanos* (Néstor García-Canclini, Aníbal Ford, Germán Rey, Rossana Reguillo, Carlos Altamirano, e muitos outros). Creio que duas coisas nos congregavam, e com isso já não me refiro apenas a temas ou objetos de pesquisa, era uma espécie de compromisso tácito, solo comum de nossa cumplicidade. Isso surgia reiteradamente em nossas conversas, de maneira espontânea, algo que se encontrava aquém de qualquer ato consciente. Contrariamente a toda uma tradição intelectual latino-americana *desconfiávamos* da categoria nação, ela nos parecia insatisfatória para se compreender a realidade da América Latina e do mundo contemporâneo. Nos afastávamos, assim, do cânone consagrado: o debate sobre a identidade nacional. Queríamos olhar para além de suas fronteiras. Mas tínhamos ainda outra *afinidade eletiva*, e recorro, o termo se aplica às diferenças que convergem para uma mesma direção: era possível pensar de maneira criativa e profícua, independentemente das exigências teóricas da *metrópole*. Para Jesús Martín, a vida inteligente não era uma prerrogativa do eurocentrismo ou do americano-centrismo dominante nas discussões conceituais das diversas disciplinas. Neste sentido, sempre foi um inquieto cosmopolita na *periferia*.

JESÚS MARTÍN-BARBERO E MINHA FORMAÇÃO ACADÊMICA

NILDA JACKS^d

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação.
Porto Alegre – RS, Brasil

As primeiras vezes que ouvi falar em Jesús Martín-Barbero foi no decorrer de 1985: no VIII Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e no curso

^dDocente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS. Bolsista de Produtividade/CNPq. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1625-2619>. E-mail: jacks@ufrgs.br

“Sociedade, Cultura e Comunicação no Brasil (1979-1985)”, ministrado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP) por Anamaria Fadul.

Sua proposta para pensar a comunicação no âmbito da cultura deu fôlego para o tema de minha dissertação, *Mídia Nativa. Indústria Cultural e Cultura Regional* (Jacks, 1998), defendida em 1987, na qual analiso a publicidade gaúcha sob o influxo do Movimento Nativista. Ele segue com mais presença na tese – *Querência: Cultura Regional como Mediação Simbólica. Um estudo de recepção* (Jacks, 1999) – defendida cinco anos mais tarde. Nesse caso, sua discussão sobre a importância dos receptores e das mediações foi fundamental para construir o objeto de estudo e os procedimentos metodológicos para uma pesquisa empírica sobre a relação de famílias gaúchas com uma telenovela *global*.

A partir dessas pesquisas, que fundaram minha formação, ele nunca mais saiu do meu horizonte teórico, mesmo quando outros autores foram sendo descobertos.

Um dos primeiros artigos que publiquei – “Repensando a Pesquisa em Comunicação” (Jacks, 1997) – foi uma tentativa de dar um panorama sobre o que eu considerava na época os pontos fortes de sua proposta teórica. Com o tempo descobri que sua obra é muito vasta e complexa para esse tipo de pretensão.

Em 2006 tive o privilégio de fazer um estágio pós-doutoral sob sua supervisão, na Universidade Javeriana, de Bogotá, no qual preparei o material para o livro *Meios e Audiências. A Emergência dos Estudos de Recepção no Brasil* (Jacks, 2008), cujo prefácio o ressaltou como um meio de conhecer as audiências brasileiras.

Em 2011 participei de *Análisis de Recepción en América Latina: Un Recuento Histórico con Perspectivas al Futuro* (Jacks, 2011), apresentando uma agenda de pesquisa.

O ponto alto dessa longa relação aconteceu em 2017, quando me disse, em seu escritório em Bogotá, que, se havia um país em que gostaria que *Memoria y Promesa. Conversaciones con Jesús Martín-Barbero* (Huergo & Morawicki, 2016), publicado na Argentina, fosse traduzido, seria no Brasil. E me deu a missão, que dividi com Ana Carolina Escosteguy e Veneza Mayora!¹

Em 2019 tive a honra de entregar o livro traduzido e publicado (Huergo & Morawicki, 2018). Ele exultou. Foi a última vez que o encontrei!

¹ Os livros citados a partir de 2006 têm coautorias.

MARTÍN-BARBERO: O SEMEADOR DE PERGUNTAS

SIMONE MARIA ROCHA [✉]

Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Belo Horizonte – MG, Brasil

Jesús Martín-Barbero e sua obra, com destaque para o magistral *Dos Meios às Mediações* (Martín-Barbero, 1987), são considerados um marco que assinala

[✉] Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura em Televisualidades (Comcult) do PPGCOM/UFGM. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4415-8745>. E-mail: rochasimonemaria@gmail.com

um antes e um depois nos estudos de comunicação na América Latina. Antes de mais nada porque ele era um semeador de perguntas. Para ele, era necessário questionar o olhar o óbvio, o conhecido, tornar-se *míope* para ver melhor, para descobrir outra forma de ver. Essa inquietação intelectual o levou a cartografar epistemologias e hermenêuticas cujo ponto de partida envolvia, essencialmente, *mudar as perguntas de lugar*.

Para mim, duas dimensões dos mapas noturnos traçados por ele chamam atenção: a mediação da temporalidade e a matriz cultural da oralidade. Com elas, nas primeiras décadas de seu trabalho, Jesús conseguiu evitar o *mal olhado* que os intelectuais dispensavam à televisão para nela ver o país por meio da relação que o popular urbano mantinha com o melodrama. E assim ele pôde explorar Colômbia, América Latina e nossa geografia sentimental de outra maneira e se preocupar, desde seu lugar teórico, com os modos de ver telenovela. Posteriormente, ao largo de suas preocupações mais recentes com a noção de tempo-agora e a oralidade secundária, teceu uma importante crítica ao campo da educação por não ter em conta o sensorio, a percepção e a epistemologia que cerca os jovens, estes seres viventes em uma encruzilhada entre o palimpsesto e o hipertexto. O primeiro como uma espécie de volta ao passado que resiste a desaparecer e vem à tona nas formas de opressão exercida sobre esses jovens a partir de modelos familiares e institucionais. E o hipertexto como o que conforma a sequencialidade e se montam novas escrituras e novas leituras. Para Jesús, sem ter em conta a oralidade e as novas formas de audiovisualidade, por onde passam o conhecimento e a experiência dos jovens, a educação não os alcança.

Sou muito grata a Jesús. Meu encontro com ele e com sua obra marcou pessoalmente minha trajetória, meu trabalho e minha relação com Colômbia. Das muitas vezes que estive nesse país (e no qual estou no momento em que escrevo este texto), pude explorar suas regiões, seus muitos tons de verde, seus diversos (e maravilhosos) sabores, um pouco de sua gente, sua televisão, sua cultura política e entender a violência que o atravessa historicamente, de maneiras diversas, e que jamais dele sairia. Dessa Colômbia que Jesús sempre adotou como sua, embora o medo e a tristeza o levassem a viver no exterior por algum tempo.

Sou grata porque, desde o diálogo com sua obra, o seminário que realizamos em Bogotá, a Cátedra em Cali, as oportunidades que tive de estar em seu estúdio com conversas longas e muito instigantes, quando ele transformava perguntas simples ou complexas em um verdadeiro panorama social contemporâneo, aprendi muito.

Sua morte certamente me afetou como a muitos e muitas. Ao mesmo tempo, me conformo com o lado paradoxal e generoso da vida que, depois de décadas

e antes de seu falecimento, o levou de volta a Cali, cidade que ele tanto amou e na qual havia começado sua aventura com a comunicação. A Jesús devo grande parte da relação afetiva e efetiva que mantenho com esse fato cultural chamado América Latina. ■

REFERÊNCIAS

- Huergo, J., & Morawicki, K. (2016). *Memoria y promesa. Conversaciones con Jesús Martín Barbero*. Universidad Nacional de La Plata.
- Huergo, J., & Morawicki, K. (2018). *Memória e promessa. Conversas com Jesús Martín-Barbero*. Sulina.
- Jacks, N. A. (1997). Repensando a pesquisa em comunicação. *Revista Ecos*, 1(1), 5-14.
- Jacks, N. A. (1998). *Mídia nativa. Indústria cultural e cultura regional*. Ed. UFRGS.
- Jacks, N. A. (1999). *Querência: Cultura regional como mediação simbólica. Um estudo de recepção*. Ed. UFRGS.
- Jacks, N. (Coord.). (2008). *Meios e audiências. A emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Sulina.
- Jacks, N. (Coord.). (2011). *Análisis de recepción en América Latina: Un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Ciespal.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (2021). O que a pesquisa latino-americana de comunicação deve ao Brasil: Relato pessoal de uma experiência intercultural. *MATRIZES*, 15(2), 127-146. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i2p127-146> (Trabalho original publicado em 1999)

Testemunhos latino-americanos em memória de Jesús Martín-Barbero

Latin-American Testimonials in Memory of Jesús Martín-Barbero

RAÚL FUENTES NAVARRO^a

Universidad de Guadalajara, Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Guadalajara – Jalisco, México

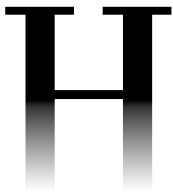
Universidad Jesuita de Guadalajara (Iteso), Departamento de Estudios Socioculturales. Guadalajara – Jalisco, México

POUQUÍSSIMOS PESQUISADORES SOCIAIS latino-americanos, e menos ainda acadêmicos da comunicação, alcançaram um reconhecimento tão amplo, dentro e fora da região, como o cultivado por Jesús Martín-Barbero ao longo de sua longa e destacada carreira. Espanhol de nascimento, mas latino-americano por opção, viveu e trabalhou a maior parte de sua vida na Colômbia, e de lá participou de inúmeras viagens pelo mundo, de publicações em diferentes idiomas e nos debates (e *combates*) fundamentais do campo da comunicação durante as últimas cinco décadas. A sua obra científica, fecunda e polêmica, é uma referência indispensável no estudo da comunicação e um legado que transcende a sua presença e amplia a sua influência, apesar de “os tempos não serem [ainda] de síntese”, “no campo da mediação de massa, de seus dispositivos de produção e seus rituais de consumo, seus aparatos tecnológicos e suas encenações espetaculares, seus códigos de montagem, de percepção e reconhecimento” (Martín-Barbero, 1987, p. 9).

Os quatro testemunhos apresentados a seguir foram escritos por acadêmicos latino-americanos que, como tantos outros, gozaram da estreita amizade de Jesús Martín-Barbero e valorizam seu trabalho e seu legado com contribuições de grande valor, dignas de continuarem a ser discutidas e adotadas no campo, porque “investigar a comunicação tornou-se um ‘lugar’ estratégico para reimaginar o sentido e o alcance do pensamento crítico tanto em sua relação epistemológica quanto em sua inserção política em nossas sociedades” (Martín-Barbero, 2002, p. 455).

Muitos outros testemunhos a respeito da partida de Jesús, que foram expressos em diferentes meios de comunicação, poderiam ter sido incorporados aqui

^a Professor-investigador Titular do Departamento de Estudios de la Comunicación Social da Universidad de Guadalajara e Professor Emérito do Iteso (Universidad Jesuita de Guadalajara). Membro da Academia Mexicana de Ciencias e Pesquisador Emérito do Sistema Nacional de Investigadores. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6494-8122>. E-mail: raul@iteso.mx



como evidência da forte marca de seu impacto em várias gerações de estudiosos latino-americanos. Por razões de espaço, incluem-se como exemplos os testemunhos de Eduardo Gutiérrez, Carlos Alberto Scolari, Omar Rincón e Néstor García Canclini.

PENSAR EM MOVIMENTO: RELER *OFÍCIO DE CARTÓGRAFO*

EDUARDO GUTIÉRREZ ^b

Pontificia Universidad Javeriana, Departamento de Comunicación. Bogotá – Distrito Capital, Colômbia

^b Doutor em educação, professor do Departamento de Comunicación da Pontificia Universidad Javeriana. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5116-676X>. E-mail: gilberto.gutierrez@javeriana

Como se lê o texto do cartógrafo que narra a sua própria viagem? O território sofreu muitas mudanças e é lido como um velho mapa da cidade destruída com fragmentos e ruínas visíveis? É explorado arqueologicamente para captar os sinais e vestígios de lugares que outrora foram territórios habitados? É interpretado a partir do presente para encontrar os sinais antecipados de alguma catástrofe ou os indicadores de um futuro previsto nunca realizado? Percebe-se uma genealogia então imprevisível a partir das rachaduras e vazios, é então e hoje difundida como uma premonição das geografias emergentes?

Voltar ao *Ofício de Cartógrafo* (Martín-Barbero, 2002) quase 20 anos após sua publicação é sobretudo habitar o modo de pensar em movimento de Jesús Martín-Barbero. Acompanhá-lo na viagem. Se *De los Medios a las Mediaciones* (Martín-Barbero, 1987) nos convidou a entender o próprio mapa, aqui se tem a oportunidade de perder o objeto – o mapa – para ganhar o processo: a jornada. Não é à toa que já na introdução ele nos faz ver sua dupla condição de cartógrafo e cronista: de pensador envolvido.

Pensar em movimento é, em primeiro lugar, poder retomar os próprios trajetos e passar, no presente, do debate que se deu nos anos 1970 e 1980 a partir das questões do discurso e do poder a um modo de reconstruir historicamente os próprios debates numa conjuntura a 30 anos de distância e verificar os aspectos, que apesar da longa batalha, ainda são tensões constitutivas no campo da comunicação: os pragmatismos utilitaristas e os ideologismos deterministas. A partir de aí indicar a saída: a superação dos dualismos a partir da cultura e nesta pelo popular.

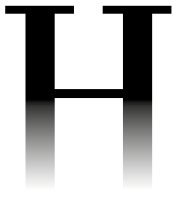
Isto é, o traçado da travessia confirma algumas das marcas profundas da geografia e, ao mesmo tempo, revela o peso que sobrevive na forma como continua a pensar e a agir hoje. É pensar em si mesmo e na mudança no campo do saber emergente. Talvez o motivo específico que o leva a concluir esse balanço na perspectiva dos anos 1980 seja a tensão entre tecnologias e apropriações, entre

determinismos e usos, que conclui a seção, deixando em aberto o debate que, sem dúvida, sugere a forma como a modernização e as modernidades divergentes vão configurando as décadas seguintes no contexto latino-americano.

Sob o mesmo signo, na seção dedicada aos anos 1990, o pensamento em movimento de Jesús Martín-Barbero retoma um passado mais recente, seleciona e monta peças de diferentes quebra-cabeças e compõe um quadro provocativo em que, à maneira da montagem cinematográfica, coloca diversas formas e densidades em tensão. Ao contrapor planos, três tópicos são delineados: um balanço da formação do campo acadêmico naquela década; uma nova síntese conceitual; e uma agenda para o final do século. Todos os três pontos merecem desenvolvimento.

O primeiro é, sobretudo, o relato contraditório de uma década que consolida a centralidade da comunicação como questão fundamental da sociedade e ao mesmo tempo vê seu sentido político e transformador se diluir em meio às burocracias, ao mercado e à asfixia da voraz institucionalidade. O segundo, que constitui o próprio cerne do livro, em breves vinte páginas apresenta um esboço do que pode ser o modo de pensar as mutações de fim de século e a atualização do modo martín-barberiano de pensar as mediações: as relações entre regimes de tecnicidades, institucionalidades, ritualidades e socialidades. O terceiro é traçar uma agenda que seja o desenho do conjunto de cenários no quais, nas duas primeiras décadas do século XXI, Martín-Barbero continuou trabalhando para pensar o presente e compreender e agir no sentido daquilo que se vive no próprio momento da experiência. A saber: as globalizações em relação aos modos de ver, as desterritorializações e os mundos emergentes que habitamos; a mutação da experiência, do sensorium e da vida urbana em meio a fluxos e redes; a mediatização da política em contraste e conexão com as políticas de comunicação; os desafios para a educação a partir da comunicação; e a ainda pendente construção e reconhecimento do espaço cultural latino-americano.

Lá, a cartografia que não define territórios absolutos, mas é o registro ao pé do chão da vivência nos relevos, ousando pensar em lugares mutáveis e expor uma agenda atravessada pelos debates do contemporâneo. Acompanhar as mudanças. Por isso, possui força reflexiva e até poética a opção de finalizar o livro com um espaço de diálogo no qual se reúne a coleção de prólogos escritos desde os anos 1980. É, ao mesmo tempo, uma viagem por uma antologia de textos e autores fundamentais para a cartografia habitada da comunicação-cultura na América Latina. Placas de sinalização, pontos de encontro que também se traçam no mapa e falam do percurso da comunicação na cultura. Comparado com outras peças da bibliografia martín-barberiana, este é um livro para pensar com o autor, para acompanhá-lo no trajeto, para ser testemunha e abraçar



contradições e dúvidas, sem receio. Contemplar a paisagem ou descobrir o vestígio. Acolher um modo de ver.

É assim que o *Ofício de Cartógrafo* (Martín-Barbero, 2002), expressão do pensamento em movimento que marca o legado de Jesús Martín-Barbero, tem essa característica de trabalho em progresso, que não significa apenas assumir, avaliar e examinar a mudança no próprio pensamento – temática valiosa em si mesma –, mas é sobretudo a disposição de entrar na dialética entre os fatos teimosos e os modos de pensar. Chaves para ver com os outros, sair dos dualismos ou reler, desterritorializar e atender às mutações estão vivas e são evidenciadas em uma obra que não é um atlas, mas uma forma de explorar e exercitar a cartografia como saber artesanal, precário e mutante. Palimpsesto polifônico de mapas em construção constante.

LER JM-B

CARLOS A. SCOLARI[◊]

Universitat Pompeu Fabra, Departamento de Comunicació, MEDIUM Research Group. Barcelona – Catalunha, Espanha

[◊] Professor da Universitat Pompeu Fabra, em Barcelona. Coordenador do Programa de Doutorado em Comunicação. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7792-0345>. E-mail: carlosalberto.scolari@upf.edu

Como abordar a obra de Jesús Martín-Barbero (JM-B)? Como interpretar um corpus textual rico tanto em sua forma quanto em seu conteúdo, que passou por diferentes momentos e conheceu diferentes interlocutores a cada etapa? Quando JM-B começou a delinear seu pensamento no fim dos anos 1970, muitos investigadores da escola crítico-reprodutivista então hegemônica no continente franziram a testa diante de uma proposta que deslocava a discussão da dupla qualidade dos meios/ideologia para o eixo cultura de massa/cultura popular. Alguns investigadores, entretanto, preferem citar o JM-B anterior ao *calafrio epistemológico*, ou seja, o que continuava a transmitir na frequência de onda da tradicional crítica ideológica de matriz francesa. Não se deve se enganar: JM-B não é AM.

Se alguns o leem como se fosse a nova encarnação da denúncia ao poder monopolista dos meios, convém lembrar que foi precisamente JM-B quem nos ensinou a escapar da *razão dualista* e a não cair em abordagens maniqueístas. Se aprendemos algo de (com) JM-B é a olhar os interstícios, a investigar as zonas de fronteira (NGC *dixit*) e a nos inserirmos sem medo nesses territórios culturais que não são sólidos nem líquidos, mas turvos e lodosos. Conhecendo a sua devoção pelos jogos de palavras e seu DNA anarquista, não tenho dúvidas em afirmar que Jesús nos ensinou a nos mantermos à distância das religiões teóricas.

No meu caso, o olhar de JM-B serviu para repensar a relação entre os (novos) meios e as culturas colaborativas que emergem nas redes digitais; ao mesmo tempo, me permitiu escapar do culto aos *new media* tão em voga desde o início da revolução do silício. Traduzido na linguagem de JM-B, tratava-se de perder o objeto (*new media*) para recuperar o processo (*hipermediações*). Como escrevi em um livro publicado em 2008, “sem mediações não haveria hipermediações” (Scolari, 2008, p. 113). E, sem a obra de JM-B, hoje estaríamos muito mais perdidos e desprovidos de categorias analíticas fundamentais para compreender o que está ocorrendo no mundo dos meios, da comunicação e da cultura.

O ESTILO MARTÍN-BARBERIANO

OMAR RINCÓN^d

Universidad de los Andes, Maestría en Periodismo y en Humanidades Digitales. Bogotá – Distrito Capital, Colômbia

Há um modo de pensar *martín-barberiano*. Um estilo que se revela em suas formas de nomear, escrever, imaginar e se apaixonar. Seu modo é a partir do sul, mas em diálogo com o norte, o leste, os diversos suís.

Esse estilo é enunciado em mantras que se convertem em um tutorial para intervir no campo da comunicação e da cultura: é preciso perder o objeto para ganhar *o processo*; investigar a comunicação é *ver com os outros*; requer passar dos meios *às mediações*; não se deve buscar os efeitos nem as audiências, mas os *reconhecimentos*; precisamos passar do raciocinar e ilustrar para o *narrar*; enquanto a televisão comercial é feita para o consumidor, a televisão pública dirige-se *ao cidadão*; a internet não é uma revolução da distribuição (à Gutemberg), mas da escrita, é por isso que estamos escrevendo de maneira *oralvisual*...

Mantras da comunicação que repetimos, mas não sabemos muito bem o que significam. E não sabemos por que o modo *martín-barberiano* consistia em provocar, explodir, incomodar, mas não definir: deixar os sentidos na aventura, no fluxo, no ensaio. O estilo *martín-barberiano* se concretiza em cinco campos de experimentação:

Habitar a contradição da modernidade. Filho da modernidade e de seu iluminismo, de seu pensamento crítico, de sua perspectiva de direitos, sua luta original é ser moderno, lutando contra seus sentidos e hipocrisias, explodindo-o para torná-lo menos branco, menos ocidental, menos masculino. Estourando com a modernidade para produzir uma *jodernidad*¹, algo mais saboroso e bonito nos sabores femininos, afros, indígenas, gays, trans, jovens...

Aprender do popular. O popular, o dos territórios da identidade e da política, mas também o dos meios massivos e das músicas para dançar, foi a sua tática

^d Professor associado da Universidade de Los Andes e diretor do Centro de Estudios en Periodismo e do Mestrado em Periodismo da mesma universidade. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-8690-2253>. E-mail: orincon@uniandes.edu.co

¹ Em outro texto, Rincón (2018) define assim esse termo: “algo como a modernidade que se ferrou [jodió], rompeu, explodiu... e também a maneira lúdica, com humor, irônica, paradoxal com que a América Latina assume e pratica a modernidade” (p. 224) (N. do T.).

para intervir na Cultura Moderna e Ocidental, mas também para questionar a cultura pop, a indústria cultural e a obsessão que têm pelo mercado. É sua proposta para pensar e produzir conhecimento em histórias, para entender que as pessoas das classes baixas têm uma experiência sem discurso que se deixa dizer apenas no relato.

Escutar a diversidade. Sua luta permanente é contra os dualismos morais (isso de Deus e família) e os maniqueísmos ideológicos (isso de esquerdas e direitas). Sua busca permanente é habitar a ambiguidade e a diversidade, não estar de acordo nem consigo mesmo, desafiando-se a sair daquele conforto moral e superior que é a academia e a teoria.

Ver com os outros. Manter as perguntas habituais, mas sempre mudando o lugar delas. Olhar a partir do outro lado, ouvir os jovens, ser fã dos experimentos e ter a crença de que, a partir de baixo, das comunidades, dos outros, se pensa/imagina mais bonito. E é por isso que sua proposta de ir do raciocínio e do ilustrar ao narrar (contar-enunciar, contar-narrar, dar atenção e ser levado em conta).

Propor as mediações como a articulação entre os movimentos do industrial, do popular e do político.

O estilo *martín-barberiano*, por fim, propõe que todo comunicador deve fazer três coisas: *pensar com a própria cabeça, ter o que dizer e conseguir escutar.*

“DEVEMOS DAR MUITOS ECOS AO QUE JESÚS NOS DISSE...”²

NÉSTOR GARCÍA CANCLINI *

Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa. Cidade do México, DF, México

² Extrato de uma conversa com Omar Rincón, realizada na Cidade do México, em 1º de julho de 2021.

* Professor emérito da Universidad Autónoma Metropolitana de México e pesquisador emérito do Sistema Nacional de Investigadores desse país. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5777-8230>. E-mail: drngc197@hotmail.com

Omar Rincón: Que coisas deixavam Jesús incomodado?

Néstor García Canclini: Poderia falar de mal-entendidos e alguns que enfadavam um pouco Jesús. Por exemplo, quando ele escreveu uma introdução para uma reedição de *De los Medios a las Mediaciones* (Martín-Barbero, 1987), ele me disse que muitas pessoas que haviam lido o livro não queriam comprar a nova edição, porque pensavam que já o conheciam, e então continuaram questionando-o sobre posições que ele havia modificado ou esclarecido na introdução. Sim, escrever um livro como esse deixa uma marca e, mesmo entre aqueles que irão ler outras obras depois, sobre temas diversos, por exemplo, a transnacionalização da cultura e as tecnologias mais recentes, as audiências e os públicos, poucos captaram as mudanças. Jesús, por sua vez, percebia claramente que era preciso repensar para entender a contemporaneidade.

OR: Entre esses mal-entendidos, creio que Jesús é muito citado, ele é como um *popstar*, mas é pouco lido. Todo mundo fala sobre ele, mas poucas pessoas o leram...

NGC: Isso acontece muito. A desgraça de um autor ter prematuramente a ressonância que Jesús teve com *De los Medios a las Mediaciones* (Martín-Barbero, 1987) é que, ainda que muitos o leiam, eles também o transformam em uma marca. Num encontro que assistimos juntos, faz muito tempo, em Montevideu, convivemos muito, mas Jesús ficou muito chateado porque o obrigavam a ir a duas ou três entrevistas por dia na televisão e com jornalistas da mídia impressa, e depois tinha que dar uma conferência massiva de duas horas e meia. Ele me disse “Não vou mais aceitar ser tratado assim. Levaram-me a um programa de televisão onde o entrevistador não tinha lido nada meu e depois levaram-me a jornalistas que, sim, me haviam lido e eu já estava cansado”.

OR: Tanto você quanto Jesús são intelectuais. Acho que há uma diferença com outros acadêmicos, porque os intelectuais pensam o mundo politicamente. Nisso, Jesús e você são semelhantes.

NGC: E isso tem crescido à medida que aumenta o número de acadêmicos, embora poucos alunos consigam trabalhar mais tarde na universidade, porque não são criadas vagas novas. Mas, parece-me que há várias décadas, mesmo em países onde os intelectuais eram ouvidos como vozes públicas, e era possível fantasiarem que podiam orientar a direção da opinião, como na França, hoje não temos mais essa possibilidade. Desde a difusão massiva da televisão, quase ninguém se deixa guiar pelo que dizem os intelectuais. No entanto, em alguns países latino-americanos, alguns ainda acreditam que podem ser interlocutores influentes para mudar o rumo da votação no próximo domingo. É curioso que isso aconteça quando menos jovens ingressam nas universidades, quando a maioria de nós que continua investigando são vozes que vêm de outra época. Acredito que Jesús não se iludiu com esse poder de influência. Soube perceber situações em que poderia falar e dizer algo que ia ser ouvido, por exemplo, sobre a nova constituição colombiana, a de 1991. Mas ele não estava interessado em ser convidado para ir à televisão esta semana. Ele também fez contribuições para o campo político ajudando a entender a relação entre cultura e educação. Ele estava muito atento ao que os meios diziam sobre essas questões, mas não estava ansioso para ser visto na televisão ou nas redes. Em vez disso, ele aparecia pelos discípulos e leitores que o citaram. ■



REFERÊNCIAS

- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Rincón, O. (2018). Ensayo en forma de tuits: Sentidos y relatos de Martín-Barbero. *Intexto*, (43), 223-236. <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201843.223-236>

Testemunhos ibéricos e norte-americanos

Iberian and North American testimonies

ISABEL FERIN CUNHA^a

Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, Centro de Investigação. Coimbra, Portugal

OS TESTEMUNHOS DE Margarita Ledo Andión, da Universidad de Santiago de Compostela, e de Manuel Pinto, da Universidade do Minho, refletem duas vivências distintas da proximidade intelectual a Jesús Martín-Barbero (JMB) na Península Ibérica. Em Espanha, mais especificamente na Galiza, Margarita Ledo conviveu de perto com o mestre Martín-Barbero, a partir do trabalho académico partilhado em reuniões e mesas de congressos, conferências e seminários no Brasil, Espanha e em numerosos países da América Latina.

Em Portugal, JMB, embora conhecido e lido em algumas universidades e escolas superiores de Comunicação e Educação, nunca teve impacto teórico e conceitual significativo, o que se deve a diferentes razões, mas causa surpresa, dada a proximidade entre pesquisadores brasileiros e portugueses. Tentei, com Fernanda Castilho, explicar e entender este fenómeno num artigo publicado nesta revista (Cunha & Castilho, 2018). Cruzei com o mestre em diversos momentos académicos e privados, e sempre me impressionou o seu raciocínio acutilante, o seu olhar treinado em *exercícios de ver* e o trabalho, constante, de desconstruir o mediacentrismo, insistindo na cultura e nas relações entre e no interior das comunidades. No entanto, na academia portuguesa evitou-se, quase sempre, a sua bibliografia, substituída por anglo-saxónicos mais *valorizados* pelas políticas académicas vigentes. Assim, o testemunho de Manuel Pinto é, sem dúvida, importante enquanto registo de memória pessoal e intelectual.

O texto da professora e pesquisadora galega reflete uma linha de pensamento contínua no tempo, que perpassa a filosofia europeia e espanhola e se cruza, em diferentes momentos da sua trajetória profissional e de pesquisa, com o aparato teórico e metodológico proposto como desafio por Martín-Barbero. Sublinha, ainda, Margarita Ledo, a capacidade do mestre em dar sentidos quotidianos à emancipação do pensamento e às experiências latino-americanas, ao apropriar-se de parâmetros teóricos e conceituais de disciplinas como a sociologia, a história

^a Professora associada da Universidade de Coimbra. Foi vice-presidente do Centro de Investigação Media e Jornalismo (2004-2006) e coordena projetos aprovados pela Fundação Ciência e Tecnologia de Portugal. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8701-527X>. E-mail: barone.ferin@gmail.com

e a economia. Esse percurso levou, segundo a investigadora, à produção criativa de uma teoria valorizadora das experiências, da memória e dos processos comunicativos na América Latina.

Manuel Pinto, professor da Universidade do Minho e investigador do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, apresenta um testemunho em que retoma a elaboração da sua tese de doutoramento, no início da década de 1990. Quando pesquisava bibliografia sobre a relação entre crianças e televisão – e nessa época, a internet e as redes sociais ainda não estavam ativas –, encontrou um texto de Martín-Barbero. O texto fora publicado na revista *Nómadas*, da Universidad Central de Bogotá, Colômbia, e intitulava-se “Heredando el Futuro. Pensar la Educación desde la Comunicación” (Martín-Barbero, 1996). A proposta de JMB, que articulava antropologia cultural, processos de comunicação, meios eletrônicos e educação, abriu, ao investigador, horizontes alternativos à literatura anglo-saxônica, focada nos efeitos da televisão. Para Manuel Pinto, a leitura desse texto não só acentuou a sua busca por novas formas de olhar os aparatos tecnológicos da comunicação e a sua inter-relação com a cultura, como incentivou a repensar os processos de comunicação em educação, chamando a atenção para a necessidade de desenvolver uma investigação-ação em literacias mediáticas, vocacionada, preferencialmente, para as crianças e jovens.

Numa interpretação norte-americana singular, é particularmente relevante o testemunho de Joseph Straubhaar, professor da The University of Texas, Austin, e pesquisador especializado em estudos do espaço geográfico da Lusofonia e da América Latina. Com grande conhecimento do terreno sobre o qual trabalha e sendo um viajante incansável, cruzou inúmeras vezes, na sua vida pessoal e profissional, com JMB, tendo partilhado mesas em congressos, conferências e seminários. Por outro lado, tem um excelente conhecimento de muitas instituições e pesquisadores na área, o que o leva a desenhar um retrato interpretativo do pensamento comunicacional de Martín-Barbero e da forma como este se expandiu e foi apropriado nos diferentes países da América Latina. Como refere, logo no início do texto que se transcreve, o seu percurso de pesquisador, no Brasil e na América Latina, deu-lhe a oportunidade de observar, ao vivo e em progresso, como se desenvolveu uma teoria original, da comunicação e dos media, na América Latina. Para essa realidade, muito contribuiu Martín-Barbero, mas também a capacidade dos pesquisadores e das instituições acadêmicas e de pesquisa latino-americanas, que persistiram na investigação colaborativa e no diálogo constante, desenvolvidos em projetos, conferências, seminários e outros intercâmbios acadêmicos.

EM TORNO DE JESÚS MARTÍN-BARBERO: MAPA PARA VOOS NOTURNOS

MARGARITA LEDO ANDIÓN^b

Universidade de Santiago de Compostela. Departamento de Ciencias da Comunicación. Santiago de Compostela – Coruña, Espanha

No prefácio de *Vol de Nuit*, de Saint-Exupéry, André Gide (1931) fala da “superação de si mesmo” e do “sentido do dever”, e talvez seja por isso que é comum encontrar nos escritos do próprio Martín-Barbero, bem como em seus analistas, esse topos que nos colocam na noite de forma “lenta e bela”, como quando Fabien, o piloto do voo postal entre a Patagônia e Buenos Aires, contempla como cada casa ilumina sua estrela, seu santo e sinal de casa habitada.

“Para mim é mais importante de onde penso, do que o que penso”, disse, na segunda-feira, 22 de maio de 2017, Jesús Martín-Barbero para Omar Rincón. E o professor Rincón repetiu isso na conferência inaugural do congresso da International Association for Media and Communication Research (IAMCR), em Cartagena das Índias, um lugar onde esperávamos encontrar o *passador* Martín-Barbero, o piloto que expande e às vezes remenda seu mapa noturno para explorar um novo campo e, como diz a nota três em um de seus cadernos, encontrar o cartógrafo mestiço que, sem cessar, tasteia.

Superação de seu próprio limite e busca daquele lugar, nesse caso a América Latina, a partir do qual decide se relacionar com os outros. Esse é o giro que vamos homenagear no pensamento da pessoa que nos convoca, do intelectual-intérprete ou daquele que vai para a praça porque sente, na justa observação de Blanchot, “a preocupação com o outro” (“*le souci de l'autre*”). E vamos fazê-lo nos apoiando em algumas das referências que ele mesmo cita e em aspectos como a dimensão constitutiva das línguas na percepção do mundo ou em sua posição a respeito de um tema múltiplo, tão abordado quanto a *diversidade*, porque ele foi capaz de explicá-la como aquilo “que está aqui, que nos toca de perto”, insistiu na conferência enunciada em 29 de abril de 2010, em Santiago de Compostela.

Pouco antes, em seu segundo congresso e na cidade de Málaga, a Asociación Española de Investigación de la Comunicación (Aeic) reconheceu em Martín-Barbero uma de suas referências orgânicas. E quando, em seu discurso, ele declarou que uma das marcas do século emerge nas palavras de ordem performáticas “o pessoal é político”, compreendi por que tinha recorrido tantas vezes à obra *De los Medios a las Mediaciones* (Martín-Barbero, 1987) que, nesse momento, pessoas tão díspares liam juntas.

^bDoutora em Ciências da Informação pela Universitat Autònoma de Barcelona e Catedrática de Comunicação Audiovisual na Universidade de Santiago de Compostela. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2001-1498>. E-mail: margarita.ledo@usc.es

Entrelaçar política, cultura e comunicação representou uma mudança que nos trouxe o surgimento do outro, da outra, como *rosto* em que reconhecemos a marca de Levinas; como essa alteridade que dá sentido à ação de olhar e que nos leva à espessura, em direção ao que os outros veem e nós não vemos – no cinema ou na telenovela, seu campo de testes –, enquanto as asas do artefato técnico passam a ser uma possibilidade que nos permite celebrar, mais uma vez, a perda do objeto em favor do processo. Operação realizada para superar o evento e tocar o tecido áspero dos procedimentos da verdade, produzindo uma das *iluminações profanas* que Martín-Barbero, com seu amado Benjamin como autor-fonte, desenvolve e compartilha, sob o signo da interculturalidade e da sustentabilidade cultural, com autoras e autores da América Latina e do mundo.

“Toda identidade se gera e se constitui no ato de narrar-se como história, no processo e na prática de *contar-se aos outros*” (Martín-Barbero, 2014, p. 20), escreve em texto para a revista **MATRIZes**, uma ideia que, seguindo na esteira de sua mecânica de trabalho, vem nutrindo e examinando, de forma visível e latente, desde o início até o momento, a obra que nos convoca.

Ao fundo, o “entrelaçamento das radiações” que Paul Ricoeur (2004) localiza na *tradução* por entender que é aqui que aprendemos – cito – as possibilidades reais e também os limites de qualquer troca entre culturas. E essa ideia de limite, de que “as culturas conheçam umas às outras e se reconheçam como tal nas possibilidades e nos limites do intercâmbio entre elas” (Martín-Barbero, 2014, p. 20), é seminal na política da diversidade. Como exemplo, olho para trás, bem ao meu alcance, e me vejo animando vários projetos de pesquisa nesse sentido, o último com o título “Para um Programa Europeu de Legendagem em Línguas Não Hegemônicas”, com o selo *2018, Ano Europeu do Patrimônio Cultural Material, Imaterial e Digital*, articulado a partir de uma ideia muito simples à qual Martín-Barbero chama a atenção: as declarações e tributos permanentes à diversidade cultural são inversamente proporcionais ao que acontece no campo das políticas de proteção e incentivo a ela, núcleo de sua intervenção em Santiago de Compostela, cidade para a qual viajou na companhia de Elvira Maldonado e que serviu para reunir a Asociación Galega de Investigadores e Investigadoras en Comunicación (Agacom) em torno dele.

A linguagem não é exterior à ação. Essa capacidade performática é sempre, para ele, o anúncio de um programa de transformação – alfabetizar, libertar a palavra – que já está em sua tese de doutorado (Martín-Barbero, 1972) e que Thomas Tufte recupera com o autor em uma entrevista no ano de 2010, a partir da leitura que nosso intérprete intelectual faz do linguista dinamarquês Hjelmslev (Martín-Barbero, 2017). São questões que nos acostumamos a encontrar em seus textos, enriquecidas de um para outro com observações singulares, com

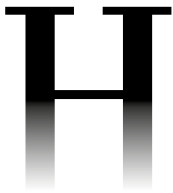
empréstimos de múltiplas origens e que nos tiram o receio de pensar e estabelecer novas relações e outras hipóteses.

E talvez devido aos ecos de um sistema linguístico compartilhado entre galego e português, o geógrafo brasileiro Milton Santos tem sua perspectiva sobre a globalização como *perversidade e possibilidade*, como geradora de desigualdade e precariedade abismal, mas, ao mesmo tempo, como um imenso horizonte utópico que ele chama de *universalidade empírica*. Milton Santos, como dizíamos, essa “presença de uma ausência” que costumávamos chamar de *saudade*, foi um convidado muito especial naquela sessão memorável em Compostela, enquanto aprendemos a olhar de outro lugar para os piores sintomas do neoliberalismo e a pensar na “centralidade da periferia’ não só no nível dos países, mas do social marginalizado” (Martín-Barbero, 2009, p. 82) para o qual o retorno da política é um elemento nodal, que não deve causar estranheza nos estudos de jornalismo e comunicação. O professor-organizador nos disse dessa forma: numa época em que a teoria da dependência estava possibilitando a apropriação latino-americana da sociologia, história e economia, quisemos fazer um currículo que assumisse, sem qualquer chauvinismo ou provincianismo, a tarefa de trabalhar criativamente na produção de uma teoria que tivesse como eixos as experiências e memórias culturais e comunicativas dos povos latino-americanos.

Centralidade da periferia que Maria Immacolata Vassallo de Lopes (2018) também converte em uma proposta bastante recente do que denomina *teoria barberiana da comunicação*, na qual entrelaça epistemologia, conceitos e métodos, lembrando-nos daquele *calafrio epistemológico* que Martín-Barbero (2002) sempre dá como exemplo para tornar visível o momento em que se conscientiza do “deslocamento metodológico indispensável, feito ao mesmo tempo de *abordagem etnográfica e distanciamento cultural*, que permite ao pesquisador *ver com as pessoas, e às pessoas contarem o que elas veem*” (p. 29), até dialogar, nessa última etapa, segundo a pesquisadora brasileira, assim como faz Jacques Rancière, com os múltiplos regimes de sensibilidade.

Quanto a mim, toda vez que leio os ensaios de Beatriz Sarlo (2000) sobre aquele Benjamin cuja sinédoque é o que ela chama de “método poético em ação”, com “a citação [que] viaja de uma escrita para outra, é arrancada de sua escritura original, de sua aura, para fundir-se em outra escrita e cercar-se de outras marcas e outros sentidos” (p. 29), penso em Martín-Barbero. E como Benjamin, o vejo acompanhando Hélène Cixous (citada por van Rossum-Guyon, 1997), que comenta:

sempre tive uma espécie de visão panorâmica do nosso tempo: estando na varanda do nosso apartamento em Oran, estava na varanda do século, e o vi se desenvolver



incansavelmente atrás de mim, na minha frente, ao meu redor, no futuro, e eu estava dentro. (p. 236)

O texto, que nesse momento é coberto com a névoa da ausência, me leva a finalizar com uma citação que também viaja a partir de um filósofo e teólogo da Galícia, Andrés Torres Queiruga (2018), em que localizo tantas coincidências com o professor da Javeriana de Bogotá – a fenomenologia, Ricoeur, a posição contra a dependência e a favor da libertação –, que, durante um congresso galego-português em torno da saudade, usou como material, entre outros, o poema “Campanas de Bastabales” de Rosalía de Castro, autora que desde meados do século XIX

recuperou o carácter cognoscitivo do sentimento. E recuperou justamente revelando a cumplicidade e aproximação entre o sujeito e o mundo. De sorte que a clarevidência do sentimento possui carácter polar: revela a realidade objetiva ao afetar o sujeito, e revela sobretudo o sujeito ao refletir o seu acordo ou desacordo com a realidade. (Torres Queiruga, 2018, p. 219)

Acordo ou discordância com a realidade que, voltando a Gide (1931), nos leva a essa *superação de si*, a essa superação de seu próprio limite que define o mestre Jesús Martín-Barbero.

UM TESTEMUNHO

MANUEL PINTO^c

Universidade do Minho, Departamento de Ciências da Comunicação. Braga, Portugal

^c Professor Catedrático (aposentado) do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, e investigador do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4964-8778>. E-mail: mpinto@ics.uminho.pt

Não sendo um estudioso de Jesús Martín-Barbero, resta-me o registo do testemunho.

Eu tinha lido *A Invenção do Quotidiano*, de Michel de Certeau (1980) e pretendia estudar o modo como as crianças pequenas se apropriam da televisão no seu dia a dia. Curiosamente, a literatura que encontrava, sobretudo norte-americana – a internet estava ainda para chegar – quase toda me encaminhava para onde eu não queria ir: para os efeitos da televisão nas crianças.

Buscando mais fui encontrando, mesmo por essas paragens anglo-saxônicas, outras sensibilidades e agendas mais inovadoras, como as pesquisas de W. Schramm ou H. Himmelweit, na década de 1950. Eram mais valorizadoras, por exemplo, da diversidade de conteúdos, de quem são as crianças e de quais são os contextos

de uso da televisão. Mas a corrente hegemônica da pesquisa num ápice se impôs, condicionada em muitos casos pelos interesses das agências financiadoras.

Dediquei algum tempo também aos autores da escola de Frankfurt. Foi então que me surgiu, na biblioteca da Universidade, *De los Medios a las Mediaciones* (Martín-Barbero, 1987). O que descobri naquela obra, cuja projeção só mais tarde consciencializei, abriu-me o caminho que buscava desde a leitura de de Certeau. Fez-me acreditar que seria possível edificar o projeto de tese rompendo com a orientação mediocêntrica e simultaneamente explorando uma perspectiva crítica sobre quotidianos infantis socialmente diferenciados e diversamente pautados pela relação com o meio televisivo.

Encontrei Martín-Barbero no congresso da International Association for Media and Communication Research (IAMCR), na Cidade do México, em 2017, e pude participar numa singela evocação que ali foi feita a *De los Medios...*, celebrando os 30 anos do livro, tão marcante não apenas na América Latina, mas também internacionalmente, sobretudo com as traduções. Nas notas que então tomei, e que fui agora recuperar, ouvi-o dizer: “la propuesta de la mediación rompe un montón de dicotomias, las supera”.

Na sua quarta década de percurso, o contributo do livro continua vivo e inspirador. Superar dialética e criticamente as dicotomias e as simplificações permanece hoje um importante desafio. Nas ciências da comunicação e, em geral, nas ciências sociais.

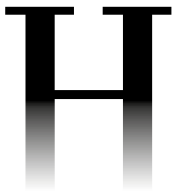
O PAPEL DE JESÚS MARTÍN-BARBERO NA AMÉRICA LATINA E NO MUNDO

JOSEPH STRAUBHAAR^d

The University of Texas at Austin, Department of Radio-Television-Film. Austin – Texas, EUA

Tem sido bastante impressionante para mim observar o crescimento de uma esfera de teoria e pesquisa em comunicação e mídia com notável independência na América Latina. Com isso, quero dizer uma comunidade de acadêmicos que se referem aos trabalhos uns dos outros, participam dos mesmos eventos, trabalham em projetos coletivos e citam um cânone de literatura teórica e analítica até certo ponto comum. José Marques de Melo, Raúl Fuentes Navarro, Maria Cristina Gobbi, entre outros, fizeram um excelente trabalho ao olhar a história intelectual desse crescimento de uma esfera intelectual destacadamente autônoma. Isso inspirou a teorização fora da América Latina também. John Sinclair, com suas ideias de regiões geoculturais, e o meu trabalho sobre regiões cultural-linguísticas, baseados

^dProfessor Centenário Amon G. Carter de Comunicações no Department of Radio-Television-Film da University of Texas at Austin. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8285-1498>. E-mail: jdstraubhaar@austin.utexas.edu



no desenvolvimento aparentado de uma área de pesquisa de comunicação lusófona, foram inspirados pelo pensamento da e sobre a América Latina.

Uma vez que essa esfera de pesquisa de comunicação latino-americana se dá em grande parte em espanhol e português, ela também cresceu incluindo Espanha e Portugal, como se reflete nas publicações desses países, das quais fazem parte, com destaque, o trabalho latino-americano e vice-versa. Também compreende uma série de eventos acadêmicos, como o Congresso Ibero-americano de Comunicação (Ibercom), que se voltam a toda a esfera acadêmica linguística cultural dos países ibéricos e da América Latina. Embora o Brasil tenha o sistema acadêmico mais bem desenvolvido em termos de instituições de doutorado, a Espanha reemergiu como uma potência editorial e educacional na área, juntamente com Portugal, em menor grau. Também diria que o Brasil e o México acrescentaram o maior número de pesquisadores inovadores, embora a Espanha também tenha alguns. Ainda é interessante notar como Martín-Barbero e outros estudiosos inovadores de toda a região ajudaram a criar um espaço acadêmico no qual as antigas metrópoles coloniais são atores importantes, mas de forma alguma dominantes e certamente não hegemônicos.

Tanto a esfera latino-americana de pesquisa de comunicação quanto seu acréscimo ibérico produziram esforços atuais muito produtivos, como o Observatório Latino-Americano da Ficção Televisiva (Obitel), liderado por Maria Immacolata Vassallo de Lopes, do Brasil, e Guillermo Orozco-Gómez, do México, com equipes em vários países, estendendo-se para incluir os EUA hispânicos, que têm uma presença crescente não apenas como um mercado de importação, mas produtor de mídia para a América Latina, com a Telemundo, a Univision e suas parcerias na região.

Houve uma onda inicial de pesquisas pioneiras em uma perspectiva crítica de economia política, desenvolvida por alguns dos primeiros grandes autores, como Antonio Pasquali e Luis Ramiro Beltrán. Houve outra onda de pensadores um pouco mais abrangentes que se baseou nos elementos clássicos da economia política, mas sem deixar de incluir elementos dos estudos culturais, da antropologia, da sociologia cultural, da *mass communications research* dos EUA e teorias sociais francesas. Nesta geração, incluiria Muniz Sodré, José Marques de Melo, Jorge González, Guillermo Orozco-Gómez, Maria Immacolata Vassallo de Lopes e outros acadêmicos excelentes e inovadores¹. Olhando para a América Latina e o mundo como um todo, porém, diria que os dois pesquisadores com o maior impacto como teóricos são Jesús Martín-Barbero e Nestor García Canclini.

Canclini é mais conhecido no mundo de língua inglesa por uma série de excelentes traduções de algumas de suas obras, como *Transforming Modernity* (García Canclini, 1993), *Hybrid Cultures* (García Canclini, 1995) e *Consumers*

¹ Em uma revisão muito abrangente, Maria Cristina Gobbi (1999) divide essa geração em dois grupos: Primeiro, Inovadores: Eliseo Verón (Argentina), Armand Mattelart (Chile), Mario Kaplún (Uruguai), Juan Díaz Bordenave (Paraguai), Javier Esteinou Madrid (México), Jesús Martín-Barbero (Colômbia), Muniz Sodré, José Salomão, David Amorim e José Marques de Melo (Brasil). Em segundo lugar, Renovadores: Jorge González (México), Jesús María Aguirre (Venezuela), Daniel Prieto (Argentina), Luciano Álvarez (Uruguai), Valerio Fuenzalida (Chile), Carlos Eduardo Lins da Silva, Venício Artur de Lima, Nilson Lage e Sérgio Capparelli (Brasil).

and Citizens (García Canclini, 2001). Ele tem sido considerado muito importante, particularmente, na definição de uma grande tendência de teoria pós-colonial sobre o hibridismo que toca fortemente os estudos da mídia, mas também a antropologia, a sociologia e a literatura. Ele comunica bem a visão diferente sobre o conceito a partir da América Latina, que muitas vezes é mais sobre a mestiçagem racial e o sincretismo religioso que o hibridismo literário destacado em muitos outros trabalhos pós-coloniais.

No entanto, na abrangência da história dos estudos de mídia e comunicações latino-americanos, Martín-Barbero emergiu como o teórico talvez mais citado e centralmente situado, até mais do que Canclini. Seu livro *De los Medios a las Mediaciones* (Martín-Barbero, 1987) contém uma riqueza de insights sobre o desenvolvimento das teorias de comunicação e mídia que contribui para a sua inclusão em turmas teóricas avançadas – incluindo as minhas na Michigan State University e na The University of Texas at Austin. O fato de que esse livro tem sido tão amplamente ensinado em toda a América Latina – e insuficientemente no resto do mundo – é uma das razões pelas quais seu pensamento tende a ser tão central.

Ele analisa com muita perspicácia uma ampla gama de ideias fundamentais para a pesquisa em comunicação. Ele começa em um espaço-chave que a maioria dessas histórias não contempla – concepções históricas fundamentais, geralmente nacionais, de como pensamos sobre as pessoas como sujeitos. Por exemplo, no primeiro capítulo, aborda os termos do Romantismo e do Romantismo nacional que estão por trás de muitas ideias populares e até hegemônicas sobre a identidade nacional, seguidas e depois criticadas por ideias de classe. Martín-Barbero também faz um trabalho muito melhor do que a maioria ao analisar a importância de forma de pensar as pessoas como massas, que foi um predicado crucial para o medo da e o foco na propaganda no começo do século XX, que produziu o início da pesquisa de efeitos estadunidense, que tem sido ostensivamente rejeitada na maioria das tradições latino-americanas de pesquisa em comunicação, mas que ainda está por trás de muitas pesquisas sobre a persuasão, as campanhas, a publicidade, as relações públicas etc., que tiveram um ressurgimento como campos de pesquisa de comunicação acadêmica profissionalizada, particularmente no Brasil.

Talvez mais central e influente tenha sido seu conceito de mediação da própria mídia. Ele pergunta essencialmente quais forças ajudam a mediar os impactos dos meios de comunicação na audiência. Essa ideia de que a mídia não era inerentemente toda poderosa, mas era, na verdade, mediada por uma variedade de forças sociais foi um dos insights centrais da pesquisa norte-americana sobre propaganda e persuasão que começou na Segunda Guerra Mundial e se expandiu na década de 1950-60. Esse é um excelente contrapeso às teorizações que dão à mídia centralidade e poder extremamente fortes, como as da pesquisa da Escola

de Frankfurt nos anos de 1940-50. Martín-Barbero oferece uma das leituras mais sofisticadas e críticas que conheço a esse conjunto de teorias, o que foi um corretivo útil para a forte sustentação que a Escola de Frankfurt tinha sobre a teoria e a pesquisa na América Latina por décadas, pelo menos até os anos de 1970-80, levando ao sábio comentário mordaz de Anamaria Fadul (2005) de que a pesquisa de comunicação latino-americana estava sofrendo da “maldição frankfurtiana”.

Ele segue sua crítica à Escola de Frankfurt com um foco interessante na cultura como o ponto mais importante para a pesquisa de comunicação. Isso é bastante paralelo à *virada cultural* que estava sendo tomada pelos estudos culturais nos estudos de mídia na Grã-Bretanha, nos EUA e na Europa, mas sempre pensei que sua avaliação, do ponto de vista da América Latina, era um excelente complemento ao que meus alunos e eu tínhamos aprendido com essas outras fontes. O esforço global – incluindo especialmente seu trabalho – para definir como os estudos culturais latino-americanos poderiam se delinear tinha sido muito interessante. Só desejaria que houvesse ainda maior trabalho nessa área, e que mais membros da comunidade mundial de pesquisa estivessem cientes disso, assim como tomam conhecimento dos estudos culturais no leste da Ásia, Austrália e outras partes do mundo.

Como Martín-Barbero, em *De los Medios a las Mediaciones*, interessado nas condições históricas iniciais da mídia massiva, sempre fiquei intrigado com sua ideia de “o longo processo de enculturação”, no quinto capítulo. Ele percebe maior complexidade cultural e política do que a maioria dos autores, examinando a interação entre o estado-nação e sua hegemonia e o desenvolvimento de uma cultura popular de resistência. Isso possui grande ressonância global como ideia teórica, mas, para os meus interesses, também ganha muito por sua expressão como obra latino-americana em termos da maneira particular como a região desenvolveu culturas populares que resistem ou se hibridizam com forças externas, como Canclini enfatizaria.

É interessante para mim que seu próximo passo, em *De los Medios...*, se concentre na interação entre a cultura folclórica e a cultura popular, que ele forneça algumas ideias germinadoras fundamentais para o desenvolvimento do que os estudiosos brasileiros agora veem como folkcomunicação e que, com maior impacto, exponha grande parte da terminologia e conceitos para o enfoque de toda a região no melodrama e sua expressão televisiva como telenovela. Martín-Barbero também continua um movimento teoricamente interessante, conectando a mais antiga ideia de massas com a nova ideia de comunicação massiva por meio da mídia.

Em *De los Medios...*, Martín-Barbero levou mais estudiosos latino-americanos a se concentrarem na maior complexidade de uma variedade de possíveis

mediações dos meios de comunicação. Creio que isso ajudou a desenvolver outra grande força da pesquisa latino-americana, contribuindo para a forte onda de estudos teóricos de recepção em toda a América Latina por autores como Orozco-Gómez e Nilda Jacks. Essa onda, inspirada pelo menos parcialmente por Martín-Barbero, é outro dos aspectos distintos da pesquisa latino-americana, já que a pesquisa de recepção na região compartilhou algumas trajetórias com a América do Norte e a Europa, mas desenvolveu suas próprias especificidades, em parte devido ao foco teórico nas mediações.

Também avalio que Martín-Barbero tem sido importante na literatura global das comunicações. Sei que solicitei a gerações de estudantes de teoria da comunicação que lessem *Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations* (Martín-Barbero, 1993). Aprecio muito a ampla mirada histórica do livro e de como desenvolve a história de um amplo conjunto de teorias antes de chegar às suas ideias específicas sobre as teorias mais relevantes para a América Latina. No entanto, também sei, pelas queixas dos estudantes de pós-graduação, que a tradução da obra de Martín-Barbero não foi tão boa quanto a do trabalho de Canclini, que conseqüentemente acharam de leitura mais fácil.

Seus dois capítulos finais em *De los Medios...* focam menos em questões abrangentes relevantes para preocupações teóricas amplas e mais nas questões específicas dos estudos de comunicação latino-americanos. Sua já interessante análise do nacionalismo fica ainda mais fascinante quando aplicada à América Latina como um todo, onde há também a tensão com os processos transnacionais. Sua obra magna foi escrita antes da virada para se concentrar em muitas dessas questões ligadas à globalização.

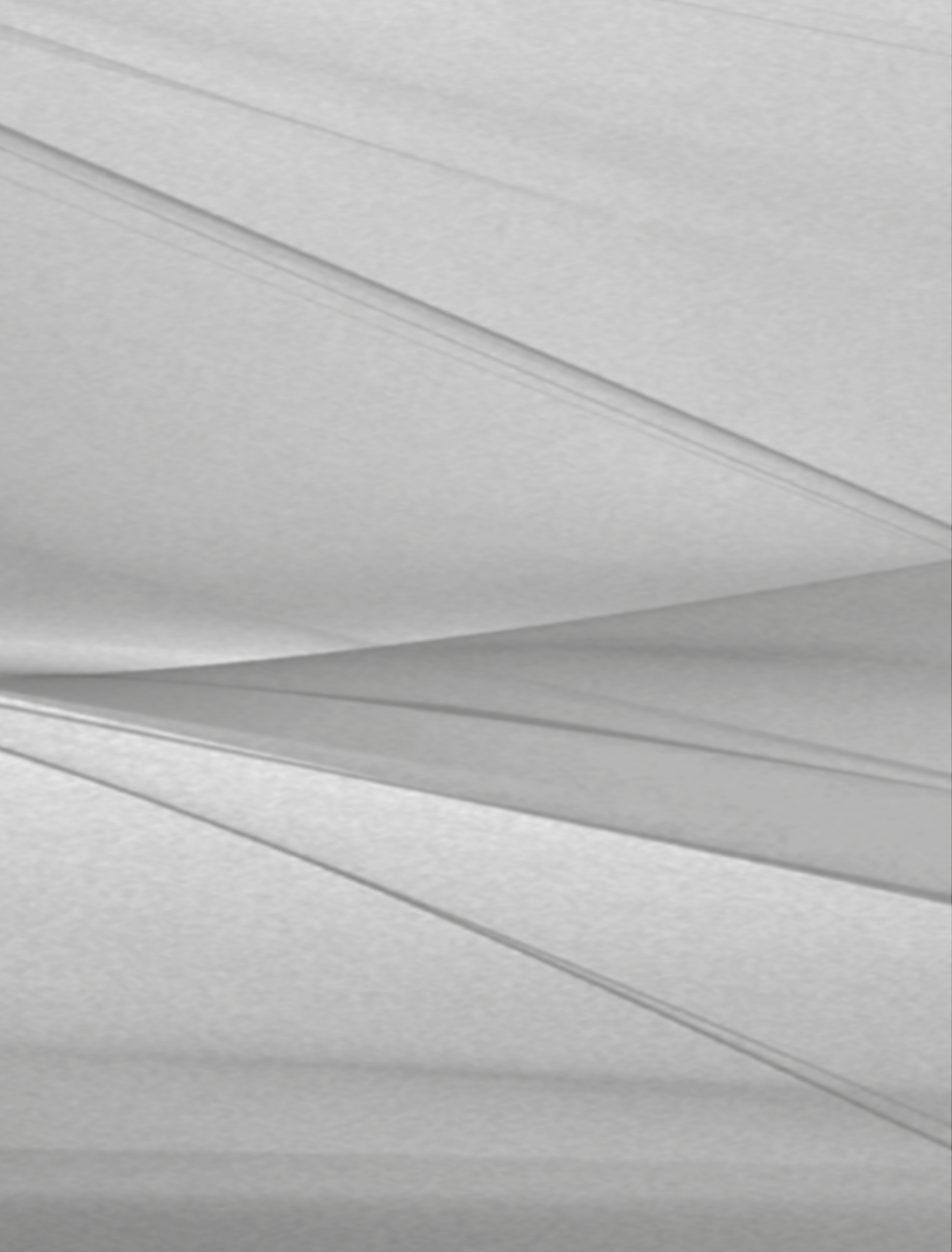
Adoraria tê-lo visto produzir um livro que abordasse totalmente essa tendência de ver as coisas no contexto de uma fase supostamente nova da globalização. Ele aborda isso em “Comunicación y Cultura Mundo: Nuevas Dinámicas Mundiales de lo Cultural” (Martín-Barbero, 2010), observando que a mudança da era moderna dos estados-nação para a era global é tão profunda quanto a da sociedade tradicional para o estado-nação. Faz também uma distinção teórica entre sistemas e fluxos de mídia globais e mundiais, refletindo algumas teorizações francesas que entendo como muito úteis – a ponto de dar ao meu livro de 2007 o título *World Television...* (Straubhaar, 2007) em vez de televisão global.

No último capítulo de *De los Medios...*, Martín-Barbero preferiu a ideia latino-americana de *mestizaje* ao foco global mais comum no hibridismo. Ao fazer isso, enfatiza o que a pesquisa latino-americana adicionou ao conceito geral ao se voltar ao tema, mas isso pode ter tornado seu trabalho um pouco mais difícil de ser absorvido pelos estudiosos globais. ■

REFERÊNCIAS

- Cunha, I. F., & Castilho, F. (2018). A ausência de Jesús Martín-Barbero nos estudos de Comunicação em Portugal. *MATRIZES*, 12(1), 79-98. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p79-98>
- de Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien*. Union Générale D'éditions.
- Fadul, A. (2005, 10 de dezembro). *Descobrimos vocações e reconhecendo o mérito acadêmico* [Apresentação de artigo]. IV Simpósio Nacional de Ciências da Comunicação. Bauru, SP, Brasil.
- García Canclini, N. (1993). *Transforming modernity: Popular culture in Mexico*. University of Texas Press.
- García Canclini, N. (1995). *Hybrid cultures: Strategies for entering and leaving modernity*. University of Minnesota Press.
- García Canclini, N. (2001). *Consumers and citizens: Globalization and multicultural conflicts* (G. Yudice, Trad.). University of Minnesota Press.
- Gide, A. (1931). Préface. In A. de Saint-Exupéry, *Vol de nuit* (pp. 9-15). Gallimard.
- Gobbi, M. C. (1999). Acervo do pensamento comunicacional latino-americano: Origem, desenvolvimento e perspectivas. *Revista do Cogeme*, (14), 125-130.
- Lopes, M. I. V. (2018). A teoria barberiana da comunicação. *MATRIZES*, 12(1), 39-63. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p39-63>
- Martín Barbero, J. (2010). Comunicación y cultura mundo: Nuevas dinámicas mundiales de lo cultural. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 20-34.
- Martín-Barbero, J. (1972). *La palabra y la acción: Por una dialéctica de la liberación* [Tese de doutorado não publicada]. Université de Louvain.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonia*. Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, J. (1993). *Communication, culture and hegemony: From the media to mediations* (E. Fox & R. A. White, Trans.). Sage.
- Martín-Barbero, J. (1996). Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación. *Nómadas*, (5), 10-22.
- Martín-Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, J. (2009). Tecnología, comunicación y cultura. Un estratégico lugar de la comunicación iberoamericana. *Telos*, (81), 80-82.
- Martín-Barbero, J. (2014). Diversidad en convergencia. *MATRIZES*, 8(2), 15-33. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i2p15-33>
- Martín-Barbero, J. (2017). Jesús Martín Barbero de visita en las tierras de Hjelmlev (2010) [Entrevista]. In M. de Moragas, J. L. Terrón & O. Rincón (Eds.), *De los medios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero, 30 años después* (pp. 88-94). InCom-UAB Publicacions. <https://bit.ly/3eT9dY4>

- Ricoeur, P. (2004, 24 de maio). Cultures, du deuil à la traduction. *Le Monde*.
<https://bit.ly/3eQthKT>
- Sarlo, B. (2000). *Siete ensayos sobre Walter Benjamin*. Fondo de Cultura Económica.
- Straubhaar, J. (2007). *World television from global to local*. Sage.
- Torres Queiruga, A. (2018). De camiño na Saudade: *Itinerarium cordis in Deum*.
Boletín da Real Academia Galega, (379), 217-239. <https://doi.org/10.32766/brag.379.733>
- van Rossum-Guyon, F. (1997). *Le coeur critique : Butor, Simon, Kristeva, Cixous*.
Rodopi B. V.



EM PAUTA

NAS PESQUISAS DE COMUNICAÇÃO





Desinformação sobre gênero e sexualidade e as disputas pelos limites da moralidade¹

Disinformation about gender and sexuality and the disputes over the limits of morality

THALES VILELA LELO^a

Universidade de São Paulo, Departamento de Comunicações e Artes. São Paulo – SP, Brasil

LORENA CAMINHAS^b

Universidade de São Paulo. Departamento de Antropologia. São Paulo – SP, Brasil

RESUMO

O artigo analisa a circulação da desinformação no Brasil considerando seu substrato sociocultural. Investiga histórias falsas sobre gênero e sexualidade compartilhadas em 2019, argumentando que elas se inscrevem em um terreno de disputas morais. A pesquisa coletou *fake news* e boatos sobre esses dois marcadores nos bancos de dados de agências de *fact-checking*. As características narrativas das histórias falsas foram averiguadas via análise textual qualitativa e as fontes de publicação foram identificadas por pesquisa reversa em motores de busca. Dentre os principais resultados, constata-se que ao menos 65 peças de desinformação abordaram gênero e sexualidade, a maioria delas referindo-se a eventos que pautaram a agenda pública.

Palavras-chave: Desinformação, gênero, sexualidade, moralidade

ABSTRACT

The article analyses the disinformation circulation in Brazil from its socio-cultural ground. It examines the false stories about gender and sexuality shared in 2019, arguing that they take part in a field of moral disputes. The research involved mapping fake news and rumors regarding these two markers through fact-checking agencies' databases. Narratives' characteristics of false stories were examined by qualitative textual analysis, and their publication sources were identified by reverse search in search engines. Among the main findings, it is stated that at least 65 disinformation pieces addressed gender and sexuality, most of them referring to events that guided the public agenda.

Keywords: Disinformation, gender, sexuality, morality

¹ Versão inicial do trabalho apresentada ao Grupo de Trabalho Comunicação, Gêneros e Sexualidades, do XXIX Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande -MS, 23 a 25 de junho de 2020.

^a Pesquisador de pós-doutorado no Departamento de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (CCA-USP), com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), processo nº 2019/01330-0. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6070-9332>. E-mail: thales.lelo@gmail.com

^b Pesquisadora de pós-doutorado no Departamento de Antropologia da Universidade de São Paulo (USP), com bolsa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), processo nº 2020/02268-4. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1009-3880>. E-mail: lorenarubiapereira@gmail.com

INTRODUÇÃO

NOS ÚLTIMOS ANOS, constata-se franca ascensão da literatura centrada em apreender as características, a infraestrutura de produção e os modos de circulação da desinformação (Egelhofer & Lecheler, 2019; Tandoc et al., 2018). Há certo consenso de que a recente guinada nesse campo de pesquisa deriva do resultado inesperado das eleições estadunidenses de 2016 e do referendo em favor do *Brexit*, votado no mesmo ano no Reino Unido (Gelfert, 2018; Humprecht, 2018). As suspeitas de que esses processos decisórios foram gravemente afetados pela profusão de histórias falsas, que teriam comprometido as competências racionais dos cidadãos de tomarem decisões bem informadas (Allcott & Gentzkow, 2017; Nelson & Taneja, 2018), estimularam considerável atenção sobre o tema na esfera pública. Em aspecto global, desde aquele ano governos de diversos países prepararam projetos de lei e produziram campanhas coordenadas para supostamente conter os efeitos deletérios da desinformação (Tenove, 2020).

De 2018 em diante, relatórios globais anuais como o *Digital News Report* e o *Edelman Trust Barometer* passaram a incluir questões referentes à preocupação dos cidadãos com a circulação de boatos e narrativas infundadas. Desde os primeiros levantamentos sobre o tema, o Brasil vem ocupando a liderança no ranking das nações em que a população mais se diz apreensiva por não saber discernir o que é real e o que é falso na internet. Conforme a última publicação do Reuters Institute (2020), 84% dos brasileiros se revelam aflitos com essa possibilidade (a média global é de 56%); e, segundo o relatório mais recente da Edelman (2020), 80% da população tem receio de que notícias falsas (*fake news*) sejam utilizadas como arma política. Não obstante, o relatório de 2019 do Barômetro Global da Corrupção (Pring & Vrushi, 2019) apontou que quatro em cada cinco brasileiros disseram acreditar que conteúdos desinformativos foram disseminados para influenciar os resultados das eleições de 2018, que elegeram à Presidência da República o ex-deputado federal Jair Bolsonaro, à época membro do Partido Social Liberal (PSL).

É fato que as denúncias de instrumentalização das plataformas digitais para fins políticos ampliaram os questionamentos em torno da influência da desinformação no resultado no pleito de 2018². Tais desconfiças se intensificaram ao se considerar, por exemplo, um estudo da consultoria Ideia Big Data/Avaaz (Avaaz, 2018) divulgado após o segundo turno das eleições: 74% dos entrevistados disseram ter ouvido a história de que Fernando Haddad, candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), iria implementar um *kit gay*³ nas escolas caso fosse eleito. Além disso, 46% tiveram acesso ao rumor de que o ex-prefeito de São Paulo havia convidado o então deputado federal Jean Wyllys para ser Ministro

² Cumpre destacar que os próprios representantes do aplicativo de mensagens WhatsApp reconheceram, em evento de jornalismo do Festival Gabo, na Colômbia (ocorrido em outubro de 2019), que na eleição brasileira de 2018 sistemas automatizados contratados por empresas fizeram disparos massivos para grupos públicos, distribuindo conteúdos políticos amiúde favoráveis ao então candidato Jair Bolsonaro – e potencialmente ferindo a legislação eleitoral vigente no Brasil (Mello, 2019).

³ Pejorativamente apelidado dessa forma por críticos reacionários, o *kit gay* se refere a um conjunto de materiais educativos que seriam voltados à discussão da homofobia em escolas públicas, resultado de projeto de cooperação público-governamental proposto pelo Plano Nacional de Promoção da Cidadania e dos Direitos Humanos LGBT, de 2009 (Romancini, 2018).
 Todavia, diante da reação conservadora ao projeto no ano seguinte (2010), os materiais educativos nunca chegaram a ser implementados pelo Ministério da Educação. Nas eleições de 2018, o tema voltou à pauta pública como parte da estratégia difamatória de campanha de Jair Bolsonaro contra o seu principal concorrente na disputa, Fernando Haddad.

da Educação em seu eventual governo; e outros 44% ouviram o boato de que o presidenciável teria defendido a pedofilia e o incesto em um de seus livros. Dentre os eleitores de Bolsonaro, os índices de circulação destas histórias falsas são ainda mais elevados: 85% relataram ter recebido a história do *kit gay*; 60% ouviram sobre o falso convite de Haddad para o Ministério da Educação; e 55% leram as denúncias sobre as fictícias publicações criminosas do candidato do PT.

Por fim, cabe pontuar que, no caso brasileiro, assim como ocorre em outros países governados por líderes populistas da extrema-direita (Bennett & Livingston, 2018), o próprio Bolsonaro qualifica-se como difusor sistemático de desinformações, não sendo meramente beneficiado ou vitimado por rumores compartilhados por usuários ou grupos de interesse nas mídias digitais. A título de ilustração, em entrevista para o Jornal Nacional, em 27 de agosto de 2018, ainda como candidato à Presidência, Bolsonaro mostrou às câmeras um livro intitulado *Aparelho Sexual e Cia* que, segundo ele, seria componente de um *kit gay* distribuído em bibliotecas do ensino público no país⁴. Já em 2019, em seu primeiro ano de mandato, um levantamento da agência de *fact-checking* Aos Fatos indicou que Bolsonaro fez 607 afirmações falsas ou distorcidas, que correspondem a uma média de 1,66 declarações insustentáveis por dia (Ribeiro, 2020).

Diante dessa conjuntura, este artigo pretende se debruçar sobre um aspecto até o momento menos discutido nos estudos a respeito da circulação da desinformação, a saber, o seu substrato sociocultural (Cabañes, 2020; Humprecht, 2018). Concomitantemente à profusão de pesquisas que têm retratado o Brasil como um país duramente afetado por histórias falsas e rumores (Baptista et al., 2019; Bastos dos Santos et al., 2019), há também um grande volume de trabalhos dedicados a discutir a emergência de uma guinada liberal-conservadora na América Latina (que conciliaria um pensamento neoliberal globalizado com valores autoritários), traçando inclusive suas raízes sócio-históricas (Gentile, 2018; Messenberg, 2017; Sanahuja, 2019).

Nesse sentido, busca-se argumentar que a profusão de desinformações em determinado país também decorre da afinação destas às moralidades vigentes, e não exclusivamente do descrédito da população para com as instituições que compõem o sistema democrático ou da manipulação das crenças dos cidadãos por agentes externos. Em particular, esse argumento será desenvolvido à luz da recorrência de desinformações sobre questões de gênero e sexualidade no Brasil em 2019 (primeiro ano de mandato de Bolsonaro como presidente da república), dada a sua relevância no contexto nacional ao menos desde as eleições presidenciais.

Não obstante o recrudescimento das desigualdades no período mencionado – segundo dados da Gênero e Número (Bulgarelli & Fontgaland, 2019),

⁴Em outubro de 2018, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) proibiu Bolsonaro de reproduzir o conteúdo inverídico "TSE Diz que 'Kit Gay' Não Existiu", 2018.

no decorrer das eleições de 2018, mais de 50% dos LGBT+ dizem ter sofrido algum tipo de intimidação –, constata-se a histórica persistência das assimetrias de gênero e sexualidade no Brasil. O país ocupa atualmente o 92º lugar no ranking da igualdade de gênero de acordo com o Fórum Econômico Mundial (Carvalho, 2019) e figura em 68º lugar na lista de nações seguras para a comunidade LGBT+, segundo o site Spartacus (2019), que elenca 197 países. Além disso, o Brasil ainda é o país que mais mata travestis e transexuais no mundo, conforme dados da Associação Nacional de Travestis e Transexuais (Benevides & Nogueira, 2020).

Investigar a expressividade e a configuração narrativa da desinformação sobre gênero e sexualidade no Brasil permitirá, portanto, discutir as sensibilidades morais acionadas por meio das histórias falsas que incidiram nessas questões. Aventa-se a hipótese de que o potencial de circulação dessas narrativas infundadas decorre de sua vinculação ao contexto sociocultural do país, o que amplificaria, portanto, sua reverberação junto à opinião pública. Para tanto, o estudo se delinea como uma pesquisa qualitativa exploratória que intenciona, primeiramente, realizar um levantamento das desinformações sobre gênero e sexualidade que circularam no Brasil em 2019. Por meio desse mapeamento, realizar-se-á uma análise textual das narrativas coletadas (abrangendo seus temas centrais, formato de divulgação e espaços privilegiados de circulação).

O próximo tópico parte da efervescente literatura (Bennett & Livingston, 2018; Egelhofer & Lecheler, 2019; Tandoc et al., 2018) sobre o fenômeno da desinformação para problematizar a carência de estudos dedicados a apreender seu enraizamento sociocultural e os valores morais acionados em histórias infundadas de elevado apelo entre os cidadãos. Considera-se que esse redirecionamento epistemológico é fundamental para conter certa tendência *midia-cêntrica* e tecnicista nessa bibliografia, restaurando a dimensão propriamente comunicativa do fenômeno. Na sequência, são apresentadas conceituações operacionais para dois dos principais subgêneros de desinformação, os boatos e as *fake news*. O tópico subsequente revisita o conceito de moralidade, investindo em uma contextualização das disputas morais em curso no Brasil e nas normatividades hegemônicas reiteradas por representações negativas de minorias de gênero e sexualidade. Em seguida, a operacionalização metodológica do estudo e a composição de seu corpus analítico são apresentadas. Os resultados e as principais inferências obtidas pela pesquisa são discutidos logo após. Por fim, nas considerações finais, salienta-se a pertinência de examinar a produção e a circulação de desinformação em perspectiva situada, bem como indicam-se possíveis limitações e desdobramentos do artigo.

REVISÃO DE LITERATURA

O contexto sociocultural da desinformação

Em meio à recente guinada nos estudos em desinformação, diversos autores e autoras (Anderson, 2020; Andersen & Søe, 2019; Cabañes, 2020; Marres, 2018) passaram a questionar a retomada de um paradigma de efeitos fortes da mídia subjacente à hipótese de que a desinformação seria o *mal do século*, capaz de prejudicar as formas de aquisição de conhecimento humano (Levy, 2017) e poluir o ambiente epistêmico (Blake-Turner, 2020). Suas consequências deletérias iriam da corrosão das competências cognitivas dos cidadãos (Brown, 2019; McKay & Tenove, 2020) à produção de vícios intelectuais (Meyer, 2019) e ao reforço de cosmovisões extremistas e sectárias (Rini, 2017). Alguns trabalhos inclusive têm sugerido aproximações entre a difusão de histórias falsas e o contágio viral, propondo soluções ao problema que agiriam como antídotos à desinformação (Roozenbek & Linden, 2018), a exemplo de correções promovidas por agências de *fact-checking* (Morris et al., 2020) e campanhas de educação para os meios (*media literacy*) (Jones-Jang et al., 2019).

Conforme Anderson (2020), a efervescência dessa literatura repercute uma mitologia midiacêntrica⁵ na qual as mídias sociais de propriedade das *big techs*⁶ assumiriam o lugar outrora atribuído ao rádio ou à televisão de distribuir em larga escala mensagens que agem sobre uma massa atomizada de indivíduos. Para o autor, a dominância de pesquisas orientadas em rastrear os efeitos coletivos dos conteúdos que circulam predominantemente nas plataformas digitais se fundamenta em uma compreensão da ação humana proposta pelas próprias plataformas. Em suas palavras, “o Facebook categoriza os usuários como sujeitos que agem, e cujas ações são influenciadas por estímulos comunicativos de curto-prazo”⁷ (p. 16). Nesse sentido, o endosso a essa abordagem comportamental e anti-interpretativa do processo comunicativo na bibliografia sobre desinformação estaria motivando uma desconsideração do seu necessário enraizamento sociocultural (Andersen & Søe, 2019; Cabañes, 2020), subsumido por seus rastros digitais quantificáveis.

Restituir o componente interacional na circulação da desinformação é passo importante para reconhecer que o fenômeno em questão não se restringe a um problema de ordem meramente instrumental solucionável pelas supracitadas táticas de *inoculação*, ou mesmo por uma atualização nas políticas de moderação de conteúdo das plataformas (Andersen & Søe, 2019; Cabañes, 2020; Marres, 2018). Em contraponto a um tratamento *tecnicista* da desinformação (que equaciona o fenômeno a um *ruído* que desorienta a cognição e deteriora o funcionamento da democracia), argumenta-se que a força persuasiva de histórias fraudulentas e falsos rumores decorre dos juízos morais que neles ressoam (Andersen & Søe, 2019; Cabañes, 2020; Humprecht, 2018).

⁵ Por midiacêntrico aqui se subentende uma tentativa de hipertrofiar o papel das mídias como único fator explicativo para quaisquer transformações sociais em curso na contemporaneidade.

⁶ O termo se refere às companhias de tecnologia do Vale do Silício, que atualmente controlam o mercado digital, com destaque para Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft, também identificadas pelo acrônimo Gafam.

⁷ No original: “Facebook categorizes its human users as subjects who act, and whose acts are influenced by short-term communicative stimuli”. Esta e demais traduções, dos autores.

⁸ A título de ilustração, pelo prisma da epistemologia social, Levy (2017) pontuou que boatos que discorrem sobre minorias sociais poderiam reforçar representações preconceituosas sobre seus membros.

⁹ No original: “aspirations that ordinary Filipinos had about discipline brought about by their fears about the country’s rampant disorder and criminality”.

¹⁰ Conforme corretamente observado por um dos pareceristas anônimos deste artigo, não foram as eleições presidenciais de 2018 a inaugurar um período de acentuada circulação de desinformações alicerçadas em gênero e sexualidade no Brasil. A título de ilustração, o processo de impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff, ocorrido em 2016, foi amparado por uma campanha de desinformação na qual o gênero foi acionado para desqualificar moralmente a mandatária (Piaia, 2018). Dito isso, sustentamos que, distintamente das outras eleições presidenciais do período pós-redemocratização, o pleito de 2018 foi fortemente marcado pela produção de pânico morais (Miskolci & Campana, 2017) que reivindicavam, via desinformação, a restauração de uma moralidade conservadora em declínio. Levando em consideração que essa formação discursiva saiu vitoriosa das eleições, considerou-se pertinente observar seus desdobramentos no ano imediatamente seguinte à disputa eleitoral.

Embora a pesquisa empírica sobre o tema só recentemente esteja redirecionando suas lentes analíticas rumo a uma fundamentação axiológica e contextual da desinformação⁸, trabalhos como os de Humprecht (2018) e Cabañes (2020) atestam a pertinência desta abordagem. Em perspectiva internacional comparada, Humprecht (2018) detectou como na Áustria e na Alemanha os principais promotores de desinformação são sites alternativos de autoria anônima, ligados a grupos fascistas que veiculam *fake news* referentes aos imigrantes que residem nesses países, ao passo que nos Estados Unidos e no Reino Unido os principais assuntos das histórias falsas são as elites políticas. Já Cabañes (2020) se acercou dos imaginários antielitistas, misóginos e racistas que emanam das desinformações que circulam nas Filipinas, robustecendo a retórica populista do presidente Rodrigo Duterte. Em suas palavras, a tração dessas histórias se articula “às aspirações que os filipinos comuns tinham sobre a disciplina provocada por seus temores sobre a desordem e a criminalidade galopantes do país”⁹ (p. 11).

Em face do exposto, este artigo pretende averiguar a incidência de uma moralidade conservantista, especificamente ligada às questões de gênero e sexualidade, no ecossistema de desinformação brasileiro pós-eleições de 2018¹⁰. Compreendendo a desinformação como um tipo de informação que configura representações de mundo deliberadamente distorcidas capazes de reverberar nos valores partilhados por um estrato ou conjunto social (isto é, não se trata de falsificações completamente desconectadas do contexto de vida de seus interlocutores) (Fallis, 2015), sabe-se que suas formas de manifestação no ambiente digital (objeto de estudo desta pesquisa) podem ir da fabricação de notícias à manipulação de imagens (Gelfert, 2018; Tandoc et al., 2018). Portanto, em consonância a Egelhofer e Lecheler (2019), propõe-se pensar a desinformação como um conceito guarda-chuva que se ramifica em noções operacionais à pesquisa empírica. Este trabalho se centraliza em duas delas: os boatos e as *fake news*.

Muito embora boatos não necessariamente sejam baseados em desinformação – pois podem se referir a narrativas que sustentam relações sociais e um senso de intersubjetividade em determinada comunidade (Andersen & Sør, 2019; Gelfert, 2018) –, àqueles que são objeto de verificação e eventualmente rotulados como falsos pela moderação de conteúdo das plataformas digitais ou por verificadores de fatos parceiros (Marres, 2018) frequentemente se enquadram nessa categoria. Amiúde publicados por perfis apócrifos com uma configuração narrativa que não emula os recursos estilísticos do jornalismo – aproveitando-se mais da arquitetura técnica das próprias plataformas para amplificarem sua visibilidade, sendo compartilhados inadvertida ou deliberadamente por outros usuários –, os boatos são componente central do ecossistema de desinformação brasileiro devido à sua capilaridade em aplicativos de mensagem e mídias

sociais, conforme estudos precedentes, centrados no contexto das eleições de 2018, evidenciaram (Bastos dos Santos et al., 2019; Gomes & Dourado, 2019).

Já as *fake news* correspondem às publicações com conteúdo deliberadamente falso ou enganoso que de fato mimetiza a linguagem jornalística – com os seus componentes típicos, incluindo título, lide e fotografias –, são veiculadas predominantemente em ambiente digital e produzidas para enganar diferentes públicos, seja com finalidades comerciais – como no caso dos *clickbaits* –, seja por interesses ideológicos – como nas páginas de grupos hiperpartidários que pretendem converter ou reforçar as crenças de sua audiência por meio de desinformações (Egelhofer & Lecheler, 2019; Gelfert, 2018; Tandoc et al., 2018). Não obstante alguns autores questionarem a validade heurística do conceito por julgá-lo uma arma discursiva instrumentalizada por políticos autoritários para cercear a liberdade de expressão (Coady, 2019; Habgood-Coote, 2018), há que se considerar também a operacionalidade da noção, haja vista que não se trata de um subgênero de desinformação homólogo a noções correlatas mais estabelecidas pela literatura, a exemplo da propaganda e dos erros jornalísticos¹¹ (Tandoc et al., 2018). Portanto, a caracterização proposta reserva o termo para conteúdos que tenham sido veiculados em páginas que exploram a autoridade jornalística para fins de desinformação, isto é, histórias e declarações falsas que não se valem dessa camuflagem jornalística estão excluídas dessa definição.

Dito isso, ao examinar *fake news* e boatos referentes às temáticas de gênero e sexualidade no primeiro ano do governo Bolsonaro, este trabalho não desconsidera que a arquitetura das plataformas digitais e os algoritmos de filtragem da informação e de segmentação de anúncios potencializam a confecção de conteúdos de baixo investimento, mas capazes de gerar elevadas receitas via monetização do tráfego virtual (Bakir & McStay, 2017). Não obstante, afasta-se de explicações causais para o fenômeno da desinformação, uma vez que, dadas das condições técnicas e políticas para a sua produção em ritmo industrial, sua circulação dependerá da ressonância a valores morais compartilhados em determinado contexto sociocultural. Em outras palavras, se a infraestrutura tecnológica das mídias digitais proporciona a extração de valor por meio da quantificação de acessos independentemente do tipo de conteúdo veiculado, a concentração de usuários em um “mercado de atenção” (Wu, 2016) fértil em desinformação não é fruto de um efeito de distorção cognitiva que os distanciará da verdade dos fatos (Anderson, 2020). Como será argumentado no tópico seguinte, o substrato moral no qual se assentam certas normatividades é importante fator a ser levado em consideração ao perscrutar a tração particular de histórias falsas em dada sociedade.

¹¹Em consonância com o argumento apresentado por um dos pareceristas anônimos deste artigo, é fato que, historicamente, os erros cometidos pela imprensa não podem ser integralmente classificados como acidentais, uma vez que, em diversas circunstâncias, as organizações de mídia deliberadamente ventilaram boatos visando atender a interesses econômicos e/ou políticos avessos à ética jornalística. A título de ilustração, entre meados do século XIX e início do século XX, era comum que tabloides publicassem histórias intencionalmente fictícias para aumentarem as suas tiragens (Allcott & Gentzkow, 2017; Tandoc et al., 2018). Por mais que concordemos que a distinção entre jornalismo profissional e desinformação não deva ser estabelecida por um critério de aproximação à verdade factual, defendemos que, em termos analíticos, é importante diferenciar a cobertura jornalística profissional da produção deliberada de desinformações, pois, no segundo caso, a própria construção narrativa se inspira na realidade social com o exclusivo propósito de enganar a audiência.

Vida moral, normas de gênero e sexualidade

Considera-se a dimensão moral da vida social como eminentemente constitutiva, e não somente regulatória, das práticas cotidianas (Vandenberghe, 2015). Há um horizonte normativo que fundamenta a ação humana no mundo, fornecendo “padrões de avaliação (princípios, valores e normas) pelos quais as ações (próprias e de outros) podem ser julgadas” (Vandenberghe, 2015, p. 69). Por compor “a ordem cultural compartilhada que se institucionaliza em práticas sociais estruturadas” (Vandenberghe, 2015, p. 69), a moralidade não é propriedade de indivíduos ou grupos específicos e não se confunde com cosmovisões, sejam elas conservadoras ou progressistas, ou vieses partidários, fartamente estudados pela psicologia social como variáveis que influenciam a predisposição ou não dos indivíduos de acreditarem em desinformações (Faragó et al., 2019). Simultaneamente, por ser inerente ao processo formativo dos indivíduos, fundamentando seus juízos de valor mais ou menos conscientes sobre as situações que experimentam e as reações afetivas que deles emanam, como o rancor, a ira e a indignação (Fassin, 2008), a moralidade é componente indispensável ao agir e se materializa efetivamente nas práticas.

Dentro do campo da moralidade, as normatividades que regem gênero e sexualidade têm papel central, atuando na constituição das identidades e expressões dos sujeitos sexualizados e generificados. Elas são responsáveis por fundamentar as convenções socioculturais que perpassam esses marcadores, estabelecendo normas e princípios morais que são disputados e reiterados. Partindo da premissa de que desinformações ressoam valores morais, é de suma importância compreender como as normas em torno de gênero e sexualidade se constituem e figuram em histórias falsas acerca dessas temáticas.

Conforme Butler (1990), as normatividades em torno de gênero e sexualidade se instituem em meio ao universo contencioso da moralidade, buscando estabelecer uma coerência entre as identidades de gênero e as expressões da sexualidade que passam a ser aludidas e reiteradas no cotidiano. Nos termos da autora, essas normas socioculturais possuem um *modus operandi* particular, atuando a partir da prescrição e interdição de determinadas condutas e papéis. Por conseguinte, elas agem por meio de vetores de aprovação e valoração e de sanção e punição, estabelecendo os limites da própria moralidade. Para Butler (2004), as normatividades se constituem mediante seu polo oposto, criando um campo de abjeções que estipula as fronteiras entre o moralmente aceitável e o inaceitável. As ameaças às normas fundam seu *exterior constitutivo*, aludido e rechaçado na produção simbólica do gênero e da sexualidade.

A interseção da moralidade acerca de gênero e sexualidade institui um conjunto de valores e práticas sancionadas socialmente. Similarmente ao gênero,

a sexualidade se fundamenta em meio a um sistema de desigualdades verticais, estabelecido em uma pirâmide de valorações e sanções. Rubin (1993) apresenta a ideia de “sistema hierárquico da sexualidade”, a fim de evidenciar como funcionam os enquadramentos punitivos e de controles formais e informais que recaem sobre esse sistema. Segundo a autora, existe uma escala simbólica que determina o status e o valor sociocultural dos comportamentos e expressões erótico-sexuais, constituído de forma piramidal: no topo permanecem as práticas sancionadas, como os relacionamentos monogâmicos heterossexuais, e na base se localizam as perversões, tais como práticas homossexuais e troca de sexo por dinheiro. Na sexualidade, bem como no gênero, é o embate entre prescrições e proibições que determina os valores morais e a atribuição de status.

Tanto o sistema de estratificação de gênero quanto as hierarquias da sexualidade não são nem monolíticos, nem imutáveis. Como propõem Butler (2004) e Rubin (1993), o gênero e a sexualidade se instituem em meio a processos sócio-históricos sujeitos a mudanças. Esse campo das normatividades, que corresponde à afirmação da moralidade hegemônica, passa a ser alvo de disputa em momentos de grande estresse social e transformações sociopolíticas, reverberando em pânicos morais que tentam reinstaurar e recolocar os limites da vida social também em termos de gênero e sexualidade por meio da reconstrução de restrições e sanções (Carrara, 2015). Os pânicos morais, segundo Carrara (2015), voltam-se predominantemente a grupos ou práticas minoritárias, alargando o terreno das perversões que devem ser rechaçadas do corpo social. O autor afirma que são propriamente pessoas homossexuais e transexuais, bem como o conjunto de mulheres que não reproduzem as marcas normativas do gênero e da sexualidade, o principal alvo dessa histeria moralizante. Esses sujeitos são tomados como um exterior constitutivo abjeto que, por sua vez, ajuda a reafirmar a importância das normas para a manutenção das hierarquias morais.

O contexto brasileiro contemporâneo é marcado por esses pânicos morais (Carrara, 2015; Leite, 2019; Miskolci & Campana, 2017), sobretudo aqueles voltados ao gênero e à sexualidade. Os pânicos morais atuais são considerados fruto de dois fenômenos principais. Em primeira instância, emergem junto à expansão do neoconservadorismo no Brasil, que desponta na esfera pública com as manifestações ocorridas em 2013, conhecidas como *Jornadas de Junho*, e se assenta durante o ciclo de protestos iniciados em 2014 (Tatagiba, 2014), que culminam na eleição de Bolsonaro à Presidência da República. O neoconservadorismo tem como ideias-força a defesa da *família tradicional*, do conservantismo moral, da religião e do nacionalismo (Messenberg, 2017). Conforme Leite (2019), dentre os componentes do novo conservadorismo nacional, destaca-se a reafirmação das normas de gênero e sexualidade,

buscando reestabelecer os papéis sociais no seio da família e da nação, combatendo as identidades que supostamente estariam corroendo os *valores tradicionais*. Em segunda instância, os pânicos morais são acompanhados das disputas contra a “ideologia de gênero” (Miskolci & Campana, 2017), que afloram em concomitância com o neoconservadorismo brasileiro. Essa frente de combate simbólico advoga em favor de um modelo heteronormativo de família e contra o avanço de direitos sexuais e reprodutivos, buscando acentuar, conforme Leite (2019), a necessidade de se reestabelecer os limites do campo moral que rege gênero e sexualidade.

Tal conjuntura, que expressa um intenso processo de debate simbólico e moral, associa-se à formulação das normatividades em torno de gênero e sexualidade, revelando o pano de fundo da circulação de desinformações sobre essas temáticas no ano de 2019. Faz-se premente compreender, portanto, como as histórias falsas participam desse campo contencioso.

DESENHO METODOLÓGICO

Em consonância com investigações empíricas precedentes, que averiguaram a produção e circulação da desinformação (Allcott & Gentzkow, 2017; Humprecht, 2018), o corpus desta pesquisa foi estruturado com base em histórias falsas sobre gênero e sexualidade integralmente desmascaradas por três das principais iniciativas de *fact-checking* em atividade no Brasil, a saber, a agência Lupa¹², o núcleo Fato ou Fake¹³ e o site Boatos.org¹⁴.

A coleta e codificação dos dados foram feitas manualmente por ambos os pesquisadores a partir do arquivo de checagens referente a 2019, disponibilizado por cada iniciativa em seus respectivos sites. Foram consideradas somente publicações que se referissem às questões de gênero e sexualidade e que tivessem sido motivadas por desinformações veiculadas na web, excluindo, portanto, declarações de autoridades públicas, sujeitas a graus variados de imprecisão e não necessariamente fundamentadas em boatos e *fake news*.

A decisão de incluir ou não determinado item no corpus decorreu de discussão conjunta entre os pesquisadores. Eventuais discrepâncias no processo de codificação motivaram a sua interrupção para a devida resolução da divergência. Levando em conta que o resultado da coleta não traduz a totalidade das histórias inverídicas sobre gênero e sexualidade que circularam no primeiro ano do governo Bolsonaro, espera-se que a diversidade de veículos contemplados possibilite abranger uma quantidade mais expressiva de conteúdos a serem examinados, haja vista que o Boatos.org produziu 1.008 verificações em 2019; a agência Lupa, 497; e o Fato ou Fake, 231.

¹²Fundada em 2015, configura-se atualmente como uma das principais organizações de checagem desvinculadas dos conglomerados de mídia.

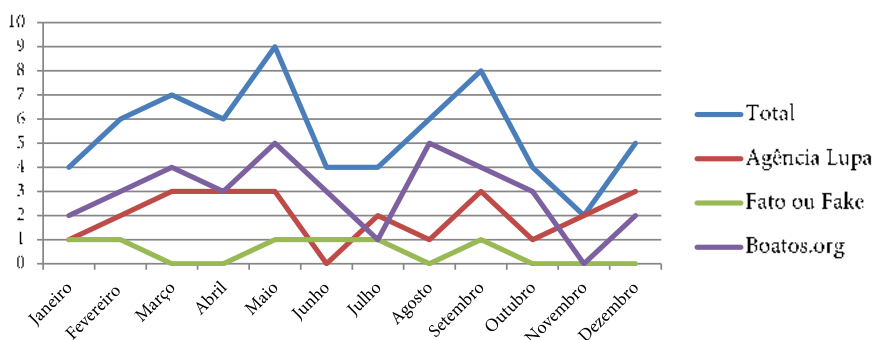
¹³Inaugurado em 2018 como uma coalizão de veículos do Grupo Globo.

¹⁴Canal independente que, desde 2013, verifica exclusivamente conteúdos suspeitos compartilhados em redes sociais e aplicativos de mensagem.

Excluídas publicações em duplicata (isto é, verificações de uma mesma história produzida por mais de uma das três agências), chegou-se a um total de 65 boatos e *fake news* sobre gênero e sexualidade verificados em 2019. Isto é, a cada mês, em média 5,41 desinformações sobre estas temáticas circularam no ambiente digital, conforme indicado na Figura 1.

Figura 1

Desinformações sobre gênero e sexualidade em 2019



Nota. Elaborada pelos autores.

Os dados coletados foram tratados via análise textual qualitativa aberta em duas etapas. Em um primeiro momento, buscou-se delimitar o formato de circulação da publicação. As fontes das checagens foram classificadas como boato ou *fake news* a partir de informações disponibilizadas pelas próprias agências de *fact-checking* em suas correções. Complementarmente, foram examinados dois elementos das 65 narrativas que compõem o corpus de pesquisa: os principais agentes mencionados e a vinculação ou não da história a acontecimentos sociais relevantes ao contexto sociocultural brasileiro, de forma a tecer inferências sobre as moralidades em disputa nessas tramas.

Já a segunda etapa da pesquisa consistiu em localizar fontes de publicação das *fake news* sobre gênero e sexualidade, visando rastrear alguns dos sites em que circularam. O objetivo era entender como as páginas apócrifas encontradas se autodefinem – como canais jornalísticos ou espaços de opinião e análise, por exemplo –, sua eventual filiação a determinadas posições ideológicas e o estilo jornalístico adotado na publicação – se o texto se apresentava, por exemplo, como notícia (contendo título, subtítulo, fotografia com legendas e texto principal com lide) ou como nota (acompanhada de título e fotografia somente). A pesquisa reversa pelas fontes foi realizada a partir de motores de busca digitais,

considerando títulos, palavras-chave e data de publicação das desinformações classificadas como *fake news* na primeira etapa do estudo. Complementarmente, a partir de recentes levantamentos feitos pelas agências Aos Fatos (Nalon & Ribeiro, 2020) e *Pública* (Rudnitzki & Scofield, 2020), e pelo Coletivo Bereia (Costa, 2020), realizou-se pesquisa direta em dezenove páginas rotuladas como apócrifas (Tabela 1), visando identificar quais delas publicaram as notícias falsas que compõem o corpus desta investigação.

Tabela 1

Lista de páginas de desinformação analisadas

Site	Link
Jornal da Cidade Online	https://www.jornaldacidadeonline.com.br/
Senso Incomum	https://sensoincomum.org/
Gazeta Brasil	https://gazetabrasil.com.br/
Agora Paraná	https://www.agoraparana.com.br/
Conexão Política	https://conexaopolitica.com.br/
Jornal 21 Brasil	https://www.jornal21brasil.com.br/
CPAD News	http://www.cpadnews.com.br/
Gospel +	https://gospelmais.com.br/
Gospel Prime	https://www.gospelprime.com.br/
Pleno.News	https://pleno.news/
Renova Mídia	https://renovamidia.com.br/
Terça Livre	https://tercalivre.com.br/
Revista Oeste	https://revistaoeste.com/
Estudos Nacionais	https://www.estudosnacionais.com/
Agência Caneta	http://www.caneta.org/
Brasil Sem Medo	https://brasilemmedo.com/
Conservadorismo do Brasil	https://conservadorismodobrasil.com.br/
Editorial MBC	https://editorialmbc.com.br/
Mídia Sem Máscara	https://midiasemmascara.net/

Nota. Elaborado pelos autores. Apesar de ter sido incluída na listagem inicial, a página do Notícia Brasil Online já não está mais disponível e por isto não foi possível considerá-la na análise.

Para compreender como as páginas que compartilharam histórias infundadas se autodefinem, foram consultadas as seções “Sobre nós” de cada site, portal ou blog considerado. Por fim, os dados foram sistematizados a fim de compreender quais são os formatos típicos de publicação das *fake news* sobre gênero e sexualidade que mais circularam em 2019, quais são seus canais de difusão predominantes e quais sensibilidades morais elas intencionam acionar em seu público receptor.

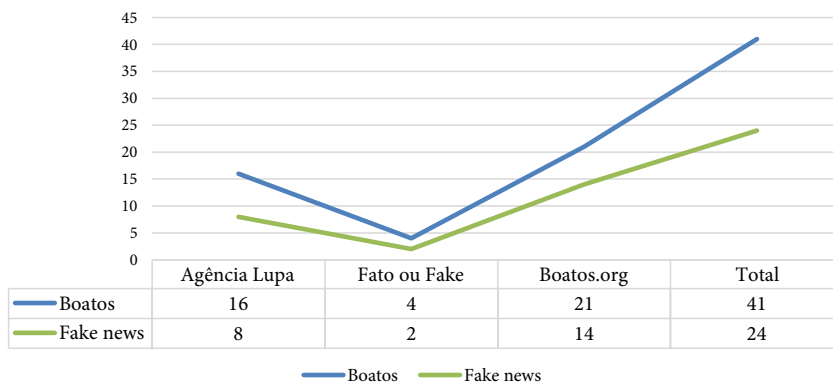
RESULTADOS

Formatos e características das desinformações sobre gênero e sexualidade

Dentre as 65 peças desinformativas sobre gênero e sexualidade compartilhadas em 2019 no Brasil, a maior parte circulou em forma de boatos (41), com configuração típica de postagens em redes sociais ou aplicativos de mensagem: publicação com discursos apaixonados, destaques em *caps lock*, imagens adulteradas de forma amadora, erros ortográficos e uso de palavras de baixo calão. Outras 24 foram difundidas como *fake news* e verificadas pelas agências e núcleos de *fact-checking* a partir de sua distribuição em páginas apócrifas (Figura 2). Segmentando os dados pelas iniciativas consideradas, constata-se que Lupa verificou oito histórias com configuração jornalística e outras dezesseis em formato de boato; Fato ou Fake examinou duas na primeira categoria e quatro na segunda; e Boatos.org analisou 14 e 21, respectivamente.

Figura 2

Formatos das desinformações sobre gênero e sexualidade em 2019



Nota. Elaborada pelos autores.

Ao examinar os conteúdos das peças de desinformação (Figura 3), percebe-se que a maior parcela deles fomentava denúncias contra políticos e partidos ligados à esquerda, acusados de corromper os valores da *família tradicional*. Dos quatorze conteúdos que se enquadram nessa categoria, cinco mencionam projetos de políticos da esquerda julgados moralmente reprováveis, a exemplo do Projeto de Lei 3.369/2015, de autoria do deputado federal Orlando Silva (PCdoB), que propunha instituir o estatuto das famílias do século XXI, reconhecendo formas de união diversas do modelo nuclear heteronormativo. Ao menos três diferentes narrativas infundadas sobre o assunto foram publicadas entre a data em que

o projeto seria discutido pela Comissão de Direitos Humanos e Minorias da Câmara dos Deputados (21 de agosto de 2019) e o início de dezembro, todas elas acusando o documento de normalizar o incesto, a poligamia e a pedofilia. À época em que seria levado à votação em plenário, o projeto inclusive foi retirado da pauta em função das histórias falsas que circularam a seu respeito, alavancadas, especificamente, por deputados do PSL (Barbosa, 2019). Há também uma repetição de conteúdos que associam membros da esquerda a práticas consideradas execráveis, contraditórias e mesmo criminosas, como em manchete que afirma que a deputada federal Maria do Rosário (PT) teria defendido a descriminalização da pedofilia, ou em publicação que sustenta que o deputado federal Glauber Braga (PSOL) teria agredido a jornalista Patrícia Lélis.

Figura 3

Assuntos das desinformações sobre gênero e sexualidade em 2019



Nota. Elaborada pelos autores.

Em segundo lugar (treze recorrências) se encontram textos que relacionam celebridades e pessoas públicas a falsos acontecimentos. Dentre eles, há histórias que insinuam um complô entre artistas e a mídia para deteriorar o cimento moral da família tradicional, a exemplo das narrativas que declaram que a cantora Pablllo Vittar apresentaria um programa infantil na TV Globo intitulado *TV Criança Gay*; que o cantor Johnny Hooker seria atração no *Criança Esperança* de 2019¹⁵; ou que o *youtuber* Felipe Neto teria incentivado crianças a acessarem fóruns de pedofilia em seu canal¹⁶. Outras publicações nessa categoria incluem materiais que legitimam formas de violência contra a mulher, inocentando os famosos envolvidos nos casos, como as insinuações de que a jovem que acusou o jogador Neymar de estupro, em maio de 2019, seria uma pessoa mal-intencionada; ou em texto que dá a entender que a ex-esposa do goleiro Jean, que atuava até dezembro de 2019 no São Paulo Futebol Clube, havia sido agredida pelo marido por ter enviado fotos íntimas para outros homens pelo WhatsApp.

¹⁵A notícia falsa assume um tom de denúncia ao se basear na defesa feita pelo cantor, em 2018, da peça *O Evangelho segundo Jesus, Rainha do Céu*.

¹⁶Essa desinformação passou a circular logo após o influenciador ter adquirido 14 mil livros com temática LGBT+ para serem distribuídos na Bienal do Livro do Rio de Janeiro, em resposta à decisão do ex-prefeito Marcelo Crivella de censurar exemplares da HQ *Vingadores: A cruzada das Crianças*, que estava sendo comercializada no evento.

Em terceiro lugar (doze conteúdos) no catálogo de peças de desinformação sobre gênero e sexualidade que circularam em mídias digitais em 2019, estão textos sobre autoridades públicas conhecidas por suas posições abertamente reacionárias. Nesse caso, há predominância de publicações que se referem, em tom recriminatório ou irônico, a falsas declarações da atual ministra da Família, Mulher e Direitos Humanos, Damares Alves. Foram seis menções à pastora evangélica, como em história que propunha que ela iria revogar a Lei Maria da Penha; em outra que dizia que ela teria visitado o “Vale dos Homossexuais” no inferno; e ainda em publicação que alegava que ela havia criado um projeto para limitar o sexo somente para procriação. O atual presidente da república e sua família também são protagonistas de cinco desinformações, como em material, veiculado logo no início de 2019, que anunciava que Bolsonaro iria decretar o fim do Carnaval e da Parada Gay.

Conteúdos falsos que repreendem o ativismo social (e especificamente de grupos à esquerda) ocuparam o quarto lugar do corpus (oito casos). Quatro dessas histórias ventilaram acusações contra as universidades públicas no mesmo período em que o ex-ministro da Educação, Abraham Weintraub, insultava tais instituições e realizava um contingenciamento de 30% em suas verbas (“MEC Mira UnB, UFF e UFBA”, 2019). Os protestos decorrentes destas ações do governo federal, protagonizados pelos estudantes, motivaram publicações que relacionavam as manifestações a atividades libidinosas e imorais conforme a cosmovisão conservantista, a exemplo de diversas montagens com imagens de alunos e alunas nus e texto que asseverava que os jovens teriam criado um “ateliê de arte anal” em uma universidade.

Nessa relação de histórias falsas ligadas às questões de gênero e sexualidade, foram identificados, em menor recorrência, materiais que denunciam práticas sexuais e expressões de gênero não normativas em outros países (seis textos), distorções de acontecimentos sociais que motivaram ações reacionárias¹⁷ (quatro ocorrências), denúncias de que outras autoridades públicas estariam estimulando formas de “perversão sexual” (três casos) e conteúdos mais difusos sobre a temática (cinco textos), que reforçam uma heterossexualidade compulsória, como no caso de falso estudo que teria assegurado que homens que apreciam sexo anal com suas parceiras teriam “inclinações” homossexuais.

Em vista dos dados supramencionados, é possível sustentar que a maior parcela das peças de desinformação sobre gênero e sexualidade consideradas neste estudo se refere a acontecimentos sociais relevantes ao contexto socio-político nacional (40 de 65, ou 69% do total). Essa predominância aponta para dois fenômenos distintos: por um lado, demonstra a relevância, para a sociedade brasileira, dessas temáticas, que se acirram como elementos de

¹⁷ A exemplo de textos que insinuavam que a Bienal do Livro do Rio de Janeiro de 2019 comercializava livros impróprios para o público infantil, justificando a decisão do ex-prefeito Marcelo Crivella de censurar determinadas obras.

tensão e inquietude nos embates sobre a “ideologia de gênero” (Miskolci & Campana, 2017); por outro lado, revela como esses assuntos passaram a compor um quadro de *pânico moral*, que indica a urgência em definir e assentar os “limites da moralidade” (Rubin, 1993). Esses dois pontos se sobressaem diante dos dados que revelam os temas mais sensíveis dentre as publicações analisadas, isto é, a suposta deterioração dos valores sustentadores da *família tradicional* e a presumida perversão das posições e expressões de gênero e sexualidade convencionais.

Acompanhando um conjunto de disputas morais que centralizaram a conjunção entre gênero e sexualidade (Carrara, 2015), as desinformações mais recorrentes no ano de 2019 contestavam a obtenção de direitos civis por pessoas LGBTQ+, a exemplo de textos que associavam o projeto de lei que propunha um alargamento da noção de união afetiva na Constituição Federal à apologia ao incesto e à pedofilia, criminalizando arranjos familiares que destoam dos padrões heteronormativos. Em consonância com isso, o perigo de sublevação da família mononuclear aparece como segundo assunto mais aludido nessas narrativas, reincidindo em histórias sobre celebridades do universo LGBTQ+ que assumiriam o posto de apresentadoras de programas infantis ou atrações em shows televisionados, reforçando as ideias de perigo e ameaça historicamente associadas à homossexualidade e à transexualidade (Rubin, 1993). Enquanto a discussão sobre o projeto de lei enfoca os riscos da subversão dos papéis compulsórios atribuídos aos homens e mulheres em relacionamentos afetivo-sexuais, os rumores envolvendo celebridades enfocam danos fictícios às crianças quando expostas à *ideologia de gênero*.

Outro destaque na análise foram as peças de desinformação que apontaram para condutas inadequadas de mulheres, utilizando casos conhecidos de violência de gênero para discernir os bons dos maus comportamentos, tal como ocorreu com a história das fotos de nudez da esposa do goleiro Jean. Como assevera Carrara (2015), essas distinções servem para a manutenção das posições sociais hegemônicas de homens e mulheres no arranjo heterossexual, reafirmando uma norma que permite sanções violentas às eventuais transgressões.

As histórias falsas enfocadas na denúncia do ativismo social se ocupavam em recriminar formas de exercício da sexualidade consideradas *libertinas* e *depravadas*, responsáveis por propagar comportamentos arriscados e contrários às moralidades hegemônicas. Esses casos convocavam uma hierarquia de valoração das expressões da sexualidade (Carrara, 2015), utilizando ações de militantes e universitários como exemplos de *imoralidades*. Trabalhando a partir da oposição, esses textos contrapunham um imaginário da *sexualidade correta* com as condutas *obscenas* de estudantes e militantes, que supostamente

empregariam a nudez e a penetração anal para se expressarem. Mais uma vez se trata de narrativas que visam estabelecer os limites da moralidade, tal como aponta Rubin (1993), definindo um conjunto de práticas possíveis e sancionadas e outro de atividades condenadas e reprimidas. O sistema da sexualidade de Rubin demonstra aqui como as normas morais heteronormativas instituem classificações desiguais da sexualidade, assinalando aquelas que devem ser perseguidas, corrigidas e penalizadas.

Inferências similares foram obtidas na análise dos materiais que hipertrofiavam o conservantismo de políticos de direita de destacada expressão pública, em especial Damares Alves e Jair Bolsonaro. Ainda que em sua maioria tenham sido caracterizados por um tom irônico e recriminatório às ações desses atores, tais textos dialogam com os códigos morais aludidos anteriormente, distinguindo o exercício da sexualidade saudável daquele perigoso. À vista desse quadro, as desinformações que mencionavam uma decisão do governo federal de interditar o Carnaval e a Parada Gay remetem à decência e cautela necessárias em relação a atos supostamente libidinosos, que estariam sendo devidamente combatidos no governo Bolsonaro.

Os eixos morais das histórias falsas demonstram como elas se instituem mediante uma cosmovisão acerca de gênero e sexualidade fundada na dinâmica da interdição que, conforme Butler (1990), diz do estabelecimento dos limites entre as normatividades e seus exteriores constitutivos, construindo um conjunto de abjeções a serem reprimidas. Tais publicações ressoam a proibição sobre determinadas formas de incorporar e experimentar gênero e sexualidade, atuando como mecanismos para demonstrar e ratificar as normas sociais. Pensados em conjunto, e considerando suas principais temáticas, os textos expressam o conteúdo normativo das convenções, enfatizando seu oposto para demonstrar os perigos e as ameaças que se impõem caso essas mesmas convenções sejam subvertidas (Butler, 2004). Assim sendo, tais narrativas repercutem tanto um temor de rompimento das moralidades hegemônicas quanto um instrumento de simbolização dessas mesmas moralidades. Diante disso, cumpre analisar a formatação discursiva das publicações identificadas como *fake news* e seus canais de publicação, percebendo os elementos que compõem sua circulação social e ajudam a assentar sua fiabilidade.

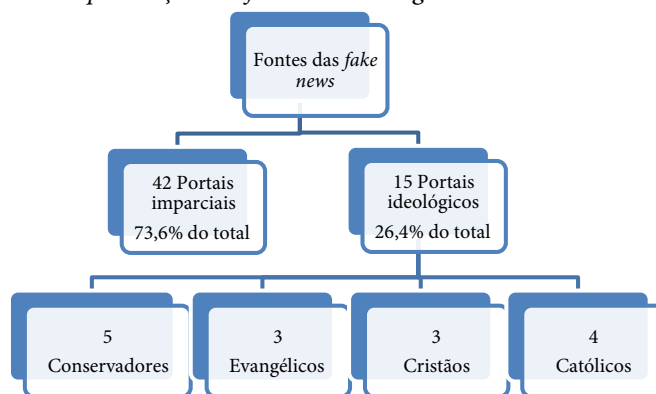
Fontes de publicação das *fake news*

No que concerne especificamente às 24 peças de desinformações classificadas como *fake news* e publicadas em sites apócrifos, identificou-se que elas circularam em formato de notícias e notas. Cinco delas apareceram em ambos

os formatos, sete exclusivamente como notícias e doze unicamente como notas, tendo todas sido publicadas em páginas que se autodefinem como informativas (Figura 4). Considerando o número de vezes em que as 24 *fake news* foram publicadas, conclui-se que elas circularam ao menos 43 vezes em formatos de notas e ao menos 32 vezes aos moldes de notícias.

Figura 4

Principais fontes de publicação das fake news sobre gênero e sexualidade em 2019



Nota. Elaborada pelos autores.

Dentre as *fake news* analisadas, vinte foram publicadas em mais de um portal ou site, ao passo que outras quatro apareceram em apenas um portal ou site. Dentre as 24 notícias falsas, aquelas que circularam no formato clássico de notícia apresentaram título factual em destaque, subtítulo explicativo e uma ou duas fotos com legenda, além de texto principal encabeçado por lide e composto de três ou mais parágrafos. Já as que foram publicadas em formato de nota apresentaram título factual em destaque, subtítulo explicativo, uma fotografia com legenda e texto de um parágrafo iniciado com lide.

Todas as *fake news* consideradas foram divulgadas em páginas na internet autointituladas informativas (57 no total), das quais 42 (ou 73,6%) se reconhecem como *imparciais*¹⁸, enquanto outras 15 (ou 26,4%) estão alinhadas a alguma posição ideológica. Dentre essas últimas, cinco se consideravam *conservadoras*, três se diziam *evangélicas*, três se assumiam como *crístãs* e outras quatro como *católicas*. As páginas que mais compartilharam as desinformações foram: Pleno News (cinco histórias), Terça Livre (três histórias), Gospel Mais (três histórias) e Top Mídia News (três histórias). O primeiro desses sites se identifica como *crístão*; o segundo como *de inclinação católica*; o terceiro como *evangélico*, e o último como *imparcial*.

¹⁸O qualificador *imparcial* é comumente empregado na seção "Sobre nós" das 42 páginas analisadas, buscando destacar seu caráter apartidário e supostamente isento. O uso de tal qualificador é um recurso discursivo que visa diferenciar páginas com viés informativo daquelas com viés ideológico.

As notícias falsas mais compartilhadas, que apareceram em cinco ou mais portais simultaneamente, foram:

1. O suposto projeto de lei do Congresso que legalizaria o casamento entre pais e filhos (pejorativamente denominado de *lei do poliamor* e publicado em dez sites). Essa história apareceu em três versões diferentes, ora apresentada como uma proposta do deputado federal Orlando Silva, ora como um projeto da ex-deputada Manuela D'Ávila, e ora como uma proposição do deputado federal Túlio Gadêlha;
2. O aparente descaso da imprensa e grupos de esquerda com as agressões sofridas por Karol Eller, *youtuber* bolsonarista vítima de possível ataque homofóbico (divulgado em cinco sites);
3. O rumor de que o cantor Johnny Hooker, que teria chamado Jesus de “bicha e travesti”, iria se apresentar no *Criança Esperança* (publicado em cinco sites);
4. O caso de uma “jovem” que teria dito “estar feliz por estar grávida do pai” (veiculado em cinco portais);
5. Uma presumida cartilha distribuída pela Prefeitura de Fortaleza, que defenderia a masturbação infantil como meio de acalmar crianças (divulgada em cinco sites).

Dentre essas histórias falsas, as três primeiras foram formatadas como notícias. Já as duas últimas foram veiculadas como notas, acompanhadas de imagens e de um único parágrafo de texto.

Destaca-se que as fontes de publicação das *fake news* mais compartilhadas são sites autodeclarados informativos. As notícias falsas por eles veiculadas trataram exclusivamente de acontecimentos sensíveis ao universo moral nacional. Tais narrativas buscavam tecer denúncias infundadas à suposta apologia às práticas incestuosas e à pedofilia por autoridades públicas do Brasil, bem como às celebridades que divergem dos padrões normativos de gênero e sexualidade – e que, por esta razão, iriam fomentar, com a anuência de emissoras de TV, a *ideologia de gênero* em cadeia nacional. Ademais, uma dessas histórias procurou salientar uma atitude *hipócrita* da imprensa e dos movimentos de esquerda, que teriam ignorado uma violência homofóbica cometida contra uma mulher lésbica de extrema-direita. Nas entrelinhas, esta história reforçaria a tese de que a militância por direitos civis não estaria de fato preocupada em combater injustiças, mas sim em impor a *ideologia de gênero*. Todas as *fake news* apelavam à corrupção dos valores morais e à alegada degradação da instituição da família, responsabilizando atores sociais identificados como pertencentes à esquerda ou

às minorias sociais (centralmente pessoas LGBT+) por essa situação, interpellando a audiência a se opor e enfrentar tais iniciativas.

Conclui-se que o potencial público visado por estas notícias falsas coaduna com uma cosmovisão conservantista, uma vez que tais textos visam acionar sensibilidades morais para um fim ideológico, isto é, a promoção de ideais reacionários, mobilizados discursivamente nas narrativas. Sua credibilidade fica a cargo de uma roupagem jornalística, cuidadosamente emulada com um intuito mais político (de mobilização de ações) do que econômico (de monetização pela ampliação do tráfego nos sites). Todavia, dado o fato de que as *fake news* sobre gênero e sexualidade contempladas neste estudo expõem frontalmente os perigos associados a uma presumida subversão da heteronormatividade – visando restituir convenções que alicerçam seu sistema axiológico (como a idealidade da família mononuclear calcada na complementaridade entre os gêneros masculino e feminino (Messenberg, 2017) – não se pode desconsiderar o fato de que elas subentendem uma partilha prévia de sentidos com seus públicos.

Por essa perspectiva, o cenário de pânico moral conformado pelos materiais aqui analisados atua menos como vetor de conversão ideológica pela via da desinformação do que como reforço de sensibilidades morais enraizadas na audiência. Em outras palavras, e levando em consideração a especificidade temática de muitos dos portais identificados na análise, as *fake news* observadas assumem a função de ressoar as bases de uma moral heteronormativa para um público idealmente já inclinado a ela, afirmando convenções que se supõem enfraquecidas por meio de narrativas socialmente reconhecidas e dignas de credibilidade (Rubin, 1993). Tais notícias falsas atuam como dispositivos discursivos e morais do gênero e da sexualidade, mobilizando e edificando normatividades por meio de seu conteúdo, formatação e meios de divulgação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo permitiu constatar que as peças de desinformação ligadas ao gênero e à sexualidade no Brasil se referem, em sua maioria, a temas sensíveis à sociedade brasileira, apontando como alvo preferencial supostas perversões sexuais (como o incesto e a pedofilia) e a subversão das identidades normativas de gênero (como nos casos envolvendo celebridades do universo LGBT+). Nesse sentido, sustenta-se a pertinência de examinar a produção e a circulação de desinformações tomando por referência o contexto sociocultural em que se arvoram e as disputas morais que mobilizam, transcendendo uma abordagem midiacêntrica do fenômeno. À vista disso, esse estudo destaca o campo moral em que se inscrevem as notícias falsas analisadas, concentrando-se especialmente nos limites e nas

fronteiras desenhadas para gênero e sexualidade nessas desinformações. Salienta o reforço de moralidades compartilhadas entre *fake news* e sua audiência, ressoando uma cosmovisão conservantista que pretende ser ratificada e endossada¹⁹.

Apesar de os resultados obtidos oferecerem contribuições substanciais para a observação crítica da relação entre a desinformação e moralidade (em específico, ligada às questões de gênero e sexualidade), a investigação apresenta algumas limitações que merecem ser apontadas. A principal se refere ao fato de o estudo ter se baseado somente em histórias falsas detectadas por iniciativas de *fact-checking*, que não necessariamente correspondem a todo o volume de desinformação digital que circulou em 2019. Ainda que tal escolha metodológica tenha se inspirado na literatura sobre o tema, considera-se que esforços complementares de mapeamento (via análise de redes, por exemplo) possam ser benéficos a este tipo de investigação. Igualmente, a busca pelas fontes de publicação de histórias falsas em motores de busca é certamente prejudicada pela efemeridade desses conteúdos, que frequentemente são apagados ou modificados pelos seus criadores após terem sido desmascarados. Esse fenômeno pode impactar negativamente análises longitudinais, gerando uma defasagem na contabilização das fontes propagadoras de desinformação.

Visando impulsionar investigações afins, apontam-se como possíveis desdobramentos deste trabalho estudos focados em identificar falsas narrativas baseadas em outros marcadores sociais da diferença – como classe, raça e etnia, por exemplo –, bem como estudos de recepção capazes de perscrutar os públicos concretamente convocados e mobilizados por desinformações assentadas em disputas morais em curso em determinado contexto socio-cultural. Tais investimentos possibilitariam ir além da tendência de redução da ação humana aos seus rastros digitais (Livingstone, 2018), contemplando os processos interpretativos adotados pelos sujeitos para apreenderem esse tipo de desinformações e simbolizá-las no tecido social. Por fim, também auxiliariam na compreensão das moralidades acionadas por essas narrativas inverídicas, revelando de qual maneira e por meio de quais mecanismos elas tornam as normatividades explícitas para os seus leitores. ■

REFERÊNCIAS

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). *Social media and fake news in the 2016 election*. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://dx.doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Andersen, J., & Søe, S. (2019). *Communicative actions we live by: The problem with fact-checking, tagging or flagging fake news: The case of Facebook*.

¹⁹ Ainda que os resultados apontem grupos centrais na circulação de histórias falsas sobre gênero e sexualidade, com destaque para coletivos religiosos, este estudo não objetivou analisar os interesses ou os métodos empregados por esses coletivos para produzir e compartilhar as *fake news*. Limitou-se à discussão da delimitação e do reforço de fronteiras morais, discussão essa que pode se beneficiar de investigações futuras que considerem a formação de grupos e redes de compartilhamento de desinformação.

- European Journal of Communication*, 35(2), 126-139. <http://dx.doi.org/10.1177/0267323119894489>
- Anderson, C. (2020). Fake news is not a virus: On platforms and their effects. *Communication Theory*, 31(1), 42-61. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa008>
- Avaaz. (2018). *Eleições e fake news*. IDEIA Big Data. <https://bitly.com/mezMI>
- Bakir, V., & McStay, A. (2017). *Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions*. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175. <https://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Baptista, E., Rossini, P., Oliveira, V., & Stromer-Galley, J. (2019). A circulação da (des)informação política no WhatsApp e no Facebook. *Lumina*, 13(3), 29-46. <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2019.v13.28667>
- Barbosa, M. (2019, 21 de agosto). Estatuto das Famílias é questionado e sai da pauta para ganhar novo parecer. *Congresso em Foco*. <https://bit.ly/2Tmauzw>
- Bastos dos Santos, J., Freitas, M., Aldé, A., Santos, K., & Cunha, V. (2019). WhatsApp, política mobile e desinformação: A hidra nas eleições presidenciais de 2018. *Comunicação & Sociedade*, 41(2), 307-334. <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v41n2p307-334>
- Benevides, B., & Nogueira, S. (2020). *Dossiê dos assassinatos e da violência contra travestis e transexuais brasileiras em 2019*. Expressão Popular. <https://bit.ly/2TgqFOW>
- Bennett, W., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Blake-Turner, C. (2020). *Fake news, relevant alternatives, and the degradation of our epistemic environment*. *Inquiry*. <https://doi.org/10.1080/0020174X.2020.1725623>
- Brown, E. (2019). *Propaganda, misinformation, and the epistemic value of democracy*. *Critical Review*, 30(3-4), 194-218. <https://doi.org/10.1080/08913811.2018.1575007>
- Bulgarelli, L., & Fontgaland, A. (2019). *Violência contra LGBTs+ nos contextos eleitoral e pós-eleitoral*. Gênero e Número. <https://bit.ly/3yaHBoQ>
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and subversion of identity*. Routledge.
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Routledge.
- Cabañes, J. (2020). Digital disinformation and the imaginative dimension of communication. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(2), 435-452. <https://doi.org/10.1177/1077699020913799>
- Carrara, S. (2015). Moralidades, racionalidades e políticas sexuais no Brasil contemporâneo. *Mana*, 21(2), 323-345. <https://doi.org/10.1590/0104-93132015v21n2p323>

- Carvalho, M. (2019, 16 de dezembro). Brasil sobe em ranking de igualdade de gênero, mas ainda ocupa a 92ª posição. *Estadão*. <https://bit.ly/3x7dSNq>
- Coady, D. (2019). The trouble with 'Fake News'. *Social Epistemology Review and Reply Collective*, 8(10), 40-52. <https://wp.me/p1Bfg0-4w5>
- Costa, S. (2020, 14 de novembro). *1 ano: Sites religiosos e ativistas digitais que propagam desinformação*. Bereia. <https://bit.ly/3jCcI8M>
- Edelman. (2020). *Edelman Trust Barometer 2020*. <https://bit.ly/3hJAFsf>
- Egelhofer, J., & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: A framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>
- Fallis, D. (2015). What is disinformation? *Library Trends*, 63(3), 401-426. <https://doi.org/10.1353/lib.2015.0014>
- Faragó, L., Kende, A., & Krekó, P. (2019). We only believe in news that we doctored ourselves: The connection between partisanship and political fake news. *Social Psychology*, 51(2), 77-90. <https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000391>
- Fassin, D. (2008). Beyond good and evil? Questioning the anthropological discomfort with morals. *Anthropological Theory*, 8(4), 333-344. <https://doi.org/10.1177/1463499608096642>
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. *Informal Logic*, 38(1), 84-117. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>
- Gentile, F. (2018). A direita brasileira em perspectiva histórica. *Plural*, 25(1), 92-110. <https://doi.org/10.11606/issn.2176-8099.pcco.2018.149017>
- Gomes, W., & Dourado, T. (2019). Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 16(2), 33-45. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p33>
- Habgood-Coote, J. (2018). Stop talking about fake news! *Inquiry*, 62(9-10), 1033-1065. <https://doi.org/10.1080/0020174X.2018.1508363>
- Humphrecht, E. (2018). Where fake news flourishes: A comparison across four Western democracies. *Information, Communication & Society*, 22(13), 1973-1988. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1474241>
- Jones-Jang, S., Mortensen, T., & Liu, J. (2019). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371-388. <https://doi.org/10.1177/0002764219869406>
- Leite, V. (2019). "Em defesa das crianças e da família": Refletindo sobre discursos acionados por atores religiosos "conservadores" em controvérsias públicas envolvendo gênero e sexualidade. *Sexualidad, Salud y Sociedad*, (32), 119-142. <https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2019.32.07.a>

- Levy, N. (2017). The bad news about fake news. *Social Epistemology Review and Reply Collective*, 6(8), 20-36. <http://wp.me/p1Bfg0-3GV>
- Livingstone, S. (2018). Audiences in an age of datafication: Critical questions for media research. *Television & New Media*, 20(2), 170-183. <https://doi.org/10.1177/1527476418811118>
- Marres, N. (2018). Why we can't have our facts back. *Engaging Science, Technology, and Society*, 4, 423-443. <https://doi.org/10.17351/ests2018.188>
- McKay, S., & Tenove, C. (2020). Disinformation as a threat to deliberative democracy. *Political Research Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/1065912920938143>
- MEC mira UnB, UFF e UFBA e anuncia corte de 30% da verba por “balbúrdia”. (2019, 30 de abril). *Exame*. <https://bit.ly/2Txu37X>
- Mello, P. (2019, 8 de outubro). WhatsApp admite envio maciço ilegal de mensagens nas eleições de 2018. *Folha de S.Paulo*. <https://bit.ly/3hbVld0>
- Messenberg, D. (2017). A direita que saiu do armário: A cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. *Sociedade e Estado*, 32(3), 621-647. <https://doi.org/10.1590/s0102-69922017.3203004>
- Meyer, M. (2019). Fake news, conspiracy, and intellectual vice. *Social Epistemology Review and Reply Collective*, 8(10), 9-19. <https://wp.me/p1Bfg0-4tp>
- Miskolci, R., & Campana, M. (2017). “Ideologia de gênero”: Notas para a genealogia de um pânico moral contemporâneo. *Sociedade e Estado*, 32(3), 725-747. <https://doi.org/10.1590/s0102-69922017.3203008>
- Morris, D., Morris, J., & Francia, P. (2020). A fake news inoculation? Fact checkers, partisan identification, and the power of misinformation. *Politics, Groups, and Identities*, 8(5), 986-1005. <https://doi.org/10.1080/21565503.2020.1803935>
- Nalon, T., & Ribeiro, A. (2020, 21 de maio). *Como sete sites lucraram com anúncios no Google ao publicar desinformação sobre a pandemia*. Aos Fatos. <https://bit.ly/36fm2Yc>
- Nelson, J., & Taneja, H. (2018). The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption. *New Media & Society*, 20(10), 3720-3737. <https://doi.org/10.1177/1461444818758715>
- Piaia, V. (2018). Rumores, fake news e o impeachment de Dilma Rousseff. *Teoria e Cultura*, 13(2), 22-39. <https://doi.org/10.34019/2318-101X.2018.v13.12427>
- Pring, C., & Vrushi, J. (2019). *Barômetro global da corrupção: América Latina e Caribe 2019*. Transparência Internacional. <https://bit.ly/369bQk4>
- Reuters Institute. (2020). *Digital news report*. <https://bit.ly/3jBfXNz>
- Ribeiro, A. (2020, 7 de dezembro). *Em dois anos de governo, Bolsonaro deu ao menos três declarações falsas ou distorcidas por dia*. Aos Fatos. <https://bit.ly/3hn4kqQ>
- Rini, R. (2017). Fake news and partisan epistemology. *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 27(2), 43-64. <https://bit.ly/3phGMr7>

- Romancini, R. (2018). Do “Kit Gay” ao “Monitor da Doutrinação”: A reação conservadora no Brasil. *Contracampo*, 37(2), 1-22. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i0.1102>
- Roozenbeek, J., & Linden, S. (2018). The fake news game: Actively inoculating against the risk of misinformation. *Journal of Risk Research*, 22(5), 570-580. <https://doi.org/10.1080/13669877.2018.1443491>
- Rubin, G. (1993). Thinking sex: Notes for a radical theory of the politics of sexuality. In M. Barale & D. Halpern (Eds.), *The lesbian and gay studies reader* (pp. 143-179). Routledge.
- Rudnitzki, E., & Scofield, L. (2020, 16 de novembro). *Página do Exército e sites governamentais ajudam desempenho de portais bolsonaristas no Google*. Agência Pública. <https://bit.ly/3xwthal>
- Sanahuja, J. (2019). La crisis de integración y el regionalismo en América Latina: Giro liberal-conservador y contestación normativa. In M. Mesa (Ed.), *Ascenso del nacionalismo y el autoritarismo en el sistema internacional: anuario 2018-2019* (pp. 107-216). Ceipaz. <https://bit.ly/2RSAnX5>
- Spartacus. (2019). *Spartacus gay travel index 2019*. <https://bit.ly/3AvTRlR>
- Tandoc, E., Jr., Lim, Z., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tatagiba, L. (2014). 1984, 1992 e 2013. Sobre ciclos de protesto e democracia no Brasil. *Política e Sociedade*, 13(28), 35-62. <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2014v13n28p35>
- Tenove, C. (2020). Protecting democracy from disinformation: Normative threats and policy responses. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 517-537. <https://doi.org/10.1177/1940161220918740>
- TSE diz que “kit gay” não existiu e proíbe Bolsonaro de disseminar notícia falsa. (2018, 16 de outubro). *Congresso em Foco*. <https://bit.ly/3h8FNHf>
- Vandenbergh, F. (2015). A sociologia como uma filosofia prática e moral (e vice-versa). *Sociologias*, 17(39), 60-109. <https://doi.org/10.1590/15174522-017003903>
- Wu, T. (2016). *The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads*. Vintage.

Artigo recebido em 11 de dezembro de 2020 e aprovado em 27 de abril de 2021.

O capital financeiro vai ao paraíso: Bitcoin, fintech 3.0 e a massificação do homem endividado

*Financial capital goes to heaven: Bitcoin, fintech
3.0 and the massification of the indebted man*

LEONARDO DE MARCHI^a

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação. Rio de Janeiro – RJ, Brasil

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Rio de Janeiro – RJ, Brasil

RESUMO

O artigo analisa a criptomoeda Bitcoin como parte de um novo setor do mercado financeiro, a fintech 3.0. Subscrevendo a tese de Maurizio Lazzarato de que a categoria do *homem endividado* seria a forma de governamentalidade do capitalismo contemporâneo, discute-se de que modo a Bitcoin funciona como um vetor de expansão a uma parcela da população da lógica social do endividamento. A princípio, proponho pensar a criptomoeda como mídia. A seguir, apresento uma genealogia das ideologias que animaram a criação do Bitcoin, a fim de demonstrar os valores libertários que nortearam o desenho dessa nova tecnologia. Por fim, discuto como a fintech 3.0 difunde a lógica social do homem endividado por meio de dispositivos digitais pessoais.

Palavras-chave: Bitcoin, fintech 3.0, moeda como mídia, financeirização da vida cotidiana, homem endividado

ABSTRACT

The article analyzes Bitcoin cryptocurrency as part of a new sector of the financial market, fintech 3.0. Subscribing to Maurizio Lazzarato's thesis that the category of the *indebted man* would be the form of governmentality of contemporary capitalism, it is discussed how Bitcoin works as a vector of expansion of the social logic of indebtedness to a portion of the population. At first, I propose to think of cryptocurrency as media. Below, I present a genealogy of the ideologies that animated the creation of Bitcoin, in order to demonstrate the libertarian values that guided the design of this new technology. Finally, I discuss how fintech 3.0 spreads the social logic of the indebted man through personal digital devices.

Keywords: Bitcoin, fintech 3.0, currency as media, financialization of everyday life, indebted man

^a Professor adjunto da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Membro permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-5654-8938>. E-mail: leonardodemarchi@gmail.com

INTRODUÇÃO

¹ Criptomoedas são um ativo digital de código aberto, projetado para funcionar como sistema de pagamento entre usuários de uma rede distribuída (*peer-to-peer*). Os registros de propriedade de moedas são armazenados em um livro-razão digital, a *blockchain* (cadeia de blocos de informação, numa tradução livre), que usa criptografia para proteger os registros de transações, controlar a criação de moedas adicionais e verificar a transferência da propriedade das moedas.

² Conjunto de princípios e técnicas empregadas para cifrar uma escrita, tornando-a ininteligível para os que não tenham acesso às convenções técnicas estipuladas.

³ O problema do endividamento dos indivíduos (notadamente, o endividamento dos estudantes universitários nos Estados Unidos) assumiu protagonismo na agenda trazida pelo movimento Occupy Wall Street. Desde então, o endividamento como forma de governamentalidade passou a ser objeto de reflexão acadêmica entre intelectuais de distintas correntes teóricas (Graeber, 2011; Lazzarato, 2017).

AS CRIPTOMOEDAS¹, OU moedas digitais criptografadas², ganharam destaque como um dos ativos financeiros mais inovadores dos últimos anos. Lançada no ano de 2008 a partir da publicação de um artigo de um desenvolvedor cuja identidade é desconhecida, mas que se apresentou sob o pseudônimo de Satoshi Nakamoto (2008), a Bitcoin parecia ser um ponto de inflexão na trajetória do mercado financeiro. Ao contrário de experiências anteriores (como a Bit-Gold ou a B-Money), seu sistema de registro, a *blockchain*, promete garantir a confiança necessária para o uso desse meio de troca por uma comunidade descentralizada, prescindindo de qualquer autoridade política para certificar seu valor. Além disso, as bitcoins eram oferecidas não por grandes instituições do setor financeiro, mas por desenvolvedores individuais e/ou pequenas empresas de informática (*startups*), revelando a emergência de novos agentes econômicos que poderiam reestruturar o mercado financeiro. Não surpreende, portanto, que a Bitcoin tenha sido saudada como o futuro da tecnologia financeira ou *fintech* (aglutinação da expressão em inglês *financial technology*).

A data de lançamento da Bitcoin é emblemática. A crise financeira causada pelo estouro da bolha do setor imobiliário (chamada crise das hipotecas ou, em inglês, *subprimes*) em 2007, que se iniciou nos Estados Unidos e logo se tornou global, marca um ponto de inflexão no capitalismo contemporâneo. Ao contrário das crises anteriores, que puderam ser contornadas com a criação de novas bolhas de especulação, a das hipotecas evidenciou o esgotamento da capacidade do neoliberalismo de gerar crescimento do capital (Streeck, 2018; Varoufakis, 2016). À época, emergiram revoltas populares que exigiam a regulação do capital financeiro e o fim das políticas neoliberais, as quais resultaram em crescente endividamento da população³. O movimento Occupy Wall Street foi o mais emblemático esforço nesse sentido (Harvey et al., 2012). Entre intelectuais e analistas de conjuntura política e econômica, chegou-se mesmo a declarar o fim do neoliberalismo e o retorno às políticas econômicas que têm como pressuposto a maior participação do Estado na distribuição de renda como forma de alcançar a justiça social.

O que ocorreu na sequência da intervenção estatal para sanar a crise econômica foi, contudo, justamente o contrário. Ao invés de fazer *mea culpa* pela especulação desenfreada, grandes bancos e agências financeiras passaram a requerer que os estados nacionais estivessem mais aptos a socorrer o setor financeiro em caso de necessidade. Porém, como os estados emprestaram dinheiro (a fundo perdido) ao setor financeiro a fim de dar liquidez à economia, a dívida pública desses países aumentou notavelmente. Na leitura do capital financeiro, isso significava que os estados não estariam mais aptos a pagar (ao próprio mercado financeiro) os juros de suas dívidas (Blyth, 2017).

Apesar da evidente natureza paranoica desse argumento, os lobistas do mercado financeiro realizaram uma bem-sucedida pressão para que os estados não regulassem o capital financeiro e, ao contrário, acelerassem as políticas de austeridade fiscal, diminuição do investimento público em serviços públicos, desregulação do mercado de trabalho e privatização de bens comuns (água, energia, infraestrutura rodoviária etc.).

Esse movimento acarretou o aprofundamento das relações diretas entre a sociedade civil e o capital financeiro. O período neoliberal na política se caracteriza pelo deslocamento de funções sociais do Estado e pela desregulação da proteção ao trabalho. Isso traz uma série de consequências para a força de trabalho, como a diminuição geral dos salários e a transformação do desemprego e do emprego informal em fatores estruturais da economia. Sem empregos garantidos e com escassos e precários serviços públicos, a maior parte dos indivíduos passa a buscar no setor privado os bens e serviços necessários para sua subsistência. Isso aumenta de maneira inaudita o nível de endividamento pessoal, criando uma relação sistêmica de *credor e devedor* com o capital financeiro. Ao se valer cada vez mais de crédito privado para custear sua vida, os indivíduos passam a contrair mais e mais dívidas até o ponto em que a maior parte de seu tempo de trabalho é destinada ao pagamento de múltiplas contas, que nunca se extinguem. Surge, assim, um novo tipo de sujeito econômico, que não busca tanto maximizar seus lucros quanto pagar suas dívidas. Daí que Maurizio Lazzarato (2017) criou o conceito do *homem endividado* (*l'homme endetté*) para dar conta da subjetividade característica do capitalismo neoliberal.

Porém, após a crise financeira de 2007, como seria possível direcionar famílias e empresas a buscar mais crédito privado num cenário de depressão econômica e descrença no sistema financeiro? Uma solução possível foi a oferta de produtos financeiros que poderiam ser acessados através de dispositivos digitais pessoais, como notebooks ou telefones celulares. Não por acaso, a partir de 2009, testemunha-se o aparecimento de um crescente número de empresas digitais que oferecem acesso a produtos financeiros via internet: plataformas de *crowdfunding*, bancos digitais, carteiras digitais, plataformas de investimento no mercado de ações ou em títulos públicos para pessoas físicas, *cashback*, criptomoedas, tokenização, entre outros produtos.

Esse conjunto de plataformas digitais acabou por constituir um novo nicho do sistema financeiro, que tem sido rotulado de *fintech 3.0*⁴ (Arner et al., 2015; Nicoletti, 2017). Sua peculiaridade reside menos na novidade dos produtos que oferecem (ainda que alguns sejam bastante inovadores) do que em seu público: qualquer pessoa física com disponibilidade mínima de dinheiro e acesso à internet. Assim, o mercado financeiro passaria a ter acesso não apenas

⁴Em sua análise do mercado financeiro após a crise das hipotecas, Arner et al. (2015) decidiram criar uma perspectiva histórica do sistema financeiro global a partir dos agentes que ofereciam produtos financeiros, ou seja, através de alguma evolução de empresas de tecnologia financeira. Numa perspectiva historicista, os autores decidiram classificar três momentos: entre 1866 e 1987, quando se constituiria a *fintech 1.0*; entre 1987 e 2008, quando há uma mudança para a *fintech 2.0*; e, finalmente, de 2008 até o presente momento, quando se configuraria a *fintech 3.0*.

a grandes somas de dinheiro de alguns poucos grandes investidores, como também ao pouco dinheiro de milhões de pequenos investidores, os quais poderiam dar de volta a liquidez de um setor da economia esvaziado pelos temores da crise das *subprimes*. Sob a bandeira da *democratização do mercado financeiro*, o problema tanto de liquidez quanto de confiança da população em relação ao mercado financeiro havia sido amenizado não com uma forte regulação das instituições financeiras, mas com a atração de um imenso público para sua lógica especulativa. Ironicamente, pode-se afirmar que a ocupação do mercado financeiro se deu de fato, mas de maneira diametralmente inversa à intenção dos manifestantes insurgentes.

À medida que a contratação de produtos financeiros se torna mais acessível, os indivíduos se concebem mais como *investidores*, tendo cada um/a sua própria *carteira de investimentos* (coleção de investimentos financeiros que substituiriam a tradicional popança ou o fundo de garantia). Como administrador de seus próprios investimentos, cada indivíduo passa a se conceber como um gestor de seu dinheiro – ou melhor, como um *empresário de si* (Foucault, 2008). No entanto, é crítico entender que o empresário de si necessita assumir riscos para empreender e lucrar, ou seja, contrair dívidas. Seu objetivo como administrador é cuidar, antes de tudo, de sua dívida para não falir. Logo, todo empresário de si é, forçosamente, um sujeito endividado.

É decisivo notar que há uma dimensão ideológica que não pode ser dissociada da emergência da fintech 3.0. O empresário de si não é um mero técnico em administração de empresas, mas alguém que deve acreditar nas forças de mercado (e não na política), como a única solução para resolver problemas da vida cotidiana. Isto é, é imperativo que se internalize um conjunto de valores que tornem racional o ato de assumir dívidas para empreender. Em suma, trata-se de adotar um novo espírito do capitalismo, sob a égide neoliberal (Boltanski & Chiapello, 2009).

O caso da Bitcoin é paradigmático. Seus desenvolvedores fazem parte de um movimento autodenominado *cyberpunk* (Assange et al., 2013), o qual defende que os indivíduos resistam à vigilância dos estados através do uso da criptografia. Seu antiestatismo deriva do anarcocapitalismo, radicalização dos princípios do neoliberalismo que pretende destituir por completo a necessidade de ter um Estado como regulador do corpo social, pregando a proteção à soberania do indivíduo através da propriedade privada e do livre mercado (Morriss, 2008; Paraná, 2020; Rothbard, 2013). Para o anarcocapitalismo, uma das maneiras de se livrar do Estado seria justamente a liberdade de entes privados emitirem suas próprias moedas, as quais seriam reguladas pela concorrência entre si (Hayek, 2011). Essa é a visão de mundo que fundamenta toda a arquitetura da Bitcoin: a *blockchain* permite que esse meio de troca seja garantido por um

sistema de verificação das transações econômicas que é, a um só tempo, o meio de controle da emissão das moedas. Assim, permite-se aos usuários da comunidade virtual manter a confiança no sistema de pagamentos, prescindindo de uma autoridade política reguladora. Por isso, seus desenvolvedores sustentam que a Bitcoin é uma moeda apolítica.

Além da questão ideológica, também é decisivo notar a existência de uma dimensão comunicacional: a Bitcoin se apresenta como um sistema de inscrição de arquivamento, transmissão e processamento de informações – ou melhor, uma *mídia* (Kittler, 2017), cuja materialidade almeja substituir a política. Afinal, é a crença de que a arquitetura da *blockchain* pode certificar tecnicamente a existência de transações passadas que faz com que a comunidade de usuários de bitcoins exista e conteste qualquer tentativa de regulação da criptomoeda.

Este artigo tem como objetivo analisar a Bitcoin com parte integrante da *fintech 3.0*, tendo em vista o espraio da governamentalidade do *homem endividado*. Entende-se que as criptomoedas são um objeto privilegiado para se discutir a lógica de funcionamento da *fintech 3.0*, na medida em que se trata de uma mídia que traduz em tecnologia, de maneira singular, os valores de vertentes radicais do neoliberalismo. Trata-se, portanto, de um objeto que produz uma convergência entre filosofia política e estudos de mídia. Por um lado, proponho pensar a Bitcoin como mídia, um sistema de inscrição de informação para transformar as informações financeiras dos indivíduos – patrimônios e dívidas – em dados que podem ser negociados nas plataformas digitais. Por outro, defendo analisar como a materialidade dessa mídia incorpora os valores da filosofia política que fundamentou seu desenvolvimento, apresentando consequências políticas relevantes.

O artigo está dividido em três seções. Na primeira, analiso a criptomoeda como mídia. Em seguida, realizo uma genealogia dos valores que fundaram o desenvolvimento da Bitcoin. Finalmente, discuto o lugar da *fintech 3.0* dentro do quadro mais amplo de transformações do capitalismo contemporâneo, sustentando a tese de que ela serve de vetor de massificação da lógica do homem endividado. As considerações finais são dedicadas a alinhar a *fintech 3.0* aos estudos sobre economia de plataforma.

UMA CONTRIBUIÇÃO ÀS TEORIAS DA MOEDA: A MOEDA COMO MÍDIA

O capitalismo é uma economia monetária na qual a intervenção da moeda não é funcional (facilitar as trocas, a medida, a tesourização), mas política, já que ela exprime e sanciona relações de poder. (Lazzarato, 2017, p. 137)

P

O capital financeiro vai ao paraíso

⁵Neste artigo, utilizo *dinheiro* e *moeda* praticamente como sinônimos, apesar de se saber que há diferenças entre tais termos. De forma geral, reserva-se a utilização da palavra *dinheiro* para designar a moeda moderna, dos Estados capitalistas, enquanto o termo *moeda* se refere a todo meio de troca utilizado ao longo da história econômica. Ver Théret (2008).

A moeda é um fenômeno desafiador para qualquer ciência socioeconômica⁵. Ainda que seja fundamental para o funcionamento do capitalismo moderno, sua origem antecede-o. Mesmo seu uso atual apresenta um número de dimensões que excede a capacidade de explicação meramente utilitária, pois, se é verdade que toda moeda se define como meio de troca e reserva de valor, ela é também um sistema de signos, um sistema de objetos, um instrumento político e um agenciador de relações sociais.

Incrivelmente, são as teorias econômicas as que mais apresentam dificuldades para tratar do tema. Para a teoria econômica ortodoxa (liberal clássica, neoclássica e neoliberal), estabeleceu-se como pressuposto que a moeda é tão somente meio de troca, medida de valor e reserva de valor. Nessa perspectiva, a moeda teria surgido como um instrumento mais eficiente para a realização de trocas a partir da economia de escambo⁶. A moeda facilitaria a troca de bens, pois sua capacidade de representar as mercadorias superaria as limitações de tempo e de espaço inerentes ao escambo. Assim, a moeda seria uma criação funcional do mercado, um bem público resultante da busca dos agentes privados por minimizar os custos de transação inerentes ao sistema de escambo. Essa concepção acarreta como conclusão que o dinheiro tem uma dupla forma de neutralidade: lógica e política (Dodd, 1997). A neutralidade lógica sustenta que o dinheiro simplesmente medeia a troca de bens, sendo um substitutivo mais eficiente das mercadorias. A neutralidade política significa que, apesar da distribuição do dinheiro gerar desigualdades de riqueza numa sociedade, ele jamais é em si a causa da desigualdade. Tais neutralidades permitem às teorias econômicas ortodoxas eludir tanto a dimensão social do dinheiro quanto o papel do Estado em seu funcionamento (o dinheiro seria, portanto, apolítico) (Dodd, 1997; Metri, 2014).

No século XX, os economistas neoliberais retomariam o pressuposto da moeda como entidade apolítica a fim de se colocar contra as políticas econômicas de Estado. Fundamentalmente, a chamada *teoria quantitativa da moeda* parte da hipótese de que mudanças substanciais no nível de preços e na renda nominal são resultado de mudanças na oferta monetária nominal, ou seja, o problema da inflação estaria unicamente ligado à quantidade de moeda em circulação no mercado. Tal axioma fundamenta o argumento de Friedrich Hayek (2011) de que a melhor maneira para controlar o problema da inflação seria a emissão de moedas por entes privados, as quais competiriam entre si no mercado. A competição controlaria automaticamente a quantidade de moedas em circulação, mantendo-a num nível ideal.

Com Milton Friedman o pensamento monetarista alcança seu ápice. De forma sintética, Friedman (1984) defendia que a emissão de moeda pelo governo deveria seguir estritamente regras pré-estabelecidas e nominalmente inalteráveis, que seriam atualizadas de acordo com a taxa de crescimento da população. Se o problema da

⁶Em sua crítica à teoria liberal da moeda, Gilles Deleuze e Félix Guattari (1972/1976) rotulariam toda teoria da moeda que se baseia na ideia de troca de *exchangeiste*, termo francês traduzido por “troquista”.

inflação se deve à quantidade de moeda em circulação, bastaria o controle automático da liquidez do mercado, ao invés de políticas monetárias decididas na esfera política. Friedman chegava mesmo a afirmar que se deveria substituir o banco central estadunidense, o Federal Reserve, por um computador que calculasse a quantidade de moeda necessária em determinado momento (Paraná, 2020).

A concepção liberal da moeda recebeu críticas importantes ao longo da história. A mais conhecida é a de Karl Marx (1867/1983). Ao colocar a força de trabalho do proletariado no centro de sua teoria do valor, Marx diverge da teoria econômica da moeda ao perceber nesta não um mero articulador das atividades dos produtores independentes, mas um meio através do qual o trabalho é abstraído e se torna mercadoria (*commodified*) para poder ser comprado e vendido no mercado de trabalho. Há, nessa definição, duas importantes implicações. A primeira é que a moeda assume a forma de uma mercadoria, ainda que de natureza especial. Note-se que também Marx percebe o dinheiro como um desenvolvimento do sistema de trocas; não como uma produção do Estado⁷.

Com efeito, a dimensão do poder soberano somente seria agregada às teorias da moeda por Georg Friedrich Knapp ao publicar, em 1905, a obra *Staatliche Theorie des Geldes* (A Teoria Estatal do Dinheiro), a qual funda a teoria cartista da moeda (Metri, 2014). A tese de Knapp é que a garantia do valor do dinheiro não residiria em sua paridade com os metais preciosos, mas na autoridade do Estado, o qual concede legitimidade a um meio de pagamento específico (moeda) num determinado território, sob determinado arcabouço jurídico (Metri, 2014; Weber, 1921/1999). Tal abordagem permitiu a análise da dimensão institucional da moeda (políticas monetárias, instituições financeiras etc.) como elemento endógeno ao seu valor, contrapondo-se ao pressuposto das neutralidades da moeda. Na medida em que o Estado impõe sua moeda como meio de pagamento de seus tributos (impostos), a faz circular entre a população, criando uma relação de dívida a ser paga em moeda soberana. A moeda seria, antes de tudo, um instrumento do poder do Estado.

O século XX testemunhará a profusão de teorias heterodoxas do dinheiro. Uma abordagem bastante influente é a que se pode rotular de *cultural*. Destacam-se, nessa perspectiva, as obras de Georg Simmel e François Simiand. Comentadores insistem em que a filosofia do dinheiro de Simmel (2004) somente pode ser entendida como uma aplicação especializada de sua teoria da modernidade, a qual sustenta o desenraizamento das relações sociais, caracterizadas pela mobilidade social, ampliação dos círculos sociais, individualização e autonomia das coisas, que passam a ser regidas por suas próprias leis (Dodd, 1997; Waizbort, 2000; Zelizer, 1994). O dinheiro aparece como o instrumento perfeito, na medida em que sua característica de abstração e anonimato confere aos indivíduos a

⁷ É importante notar, contudo, que também Marx segue a concepção de que o dinheiro é um símbolo das contradições socioeconômicas imanentes do capitalismo, mas não sua causa direta. Esse pressuposto é visível, como sublinha Nigel Dodd (1997), em sua crítica aos proudhonianos sobre abrir mão do uso da moeda. É justamente por entender que a moeda não possui valores sociais intrínsecos que Marx vai discordar da proposta de abolição do uso do dinheiro como forma de obter igualdade social.

liberdade de fazer alguma coisa, isto é, comprar o que puder, sem restrições sociais preestabelecidas.

O dinheiro é concebido como instrumento de troca, não guardando em si qualquer capacidade instituidora de dominação, o que reafirma a concepção da neutralidade política do dinheiro. Seu valor decorreria da percepção dos indivíduos ao avaliarem e desejarem determinados objetos, fato que constitui, como bem observa Leopoldo Waizbort (2000, p. 140), uma teoria psicologista do valor. François Simiand (2018) seguiria, por seu turno, o programa estipulado por Durkheim para a sociologia econômica, estudando a moeda como fato social (Steiner, 2018). Nesse sentido, ele desenvolve o pressuposto de que a moeda exprime o valor e equilibra as trocas porque os indivíduos que a utilizam depositam uma fé, uma crença social na manutenção de seu valor, ou seja, é no poder das coletividades que se encontra o suporte à sua existência. Nesses dois casos, ainda que de maneira diversa, a questão da *confiança* dos indivíduos na moeda figura como o pilar das explicações do valor do dinheiro.

A dimensão do poder imanente à moeda seria mais bem desenvolvida, mas por uma abordagem que perpassa a filosofia e a antropologia. Sua hipótese é que a razão de ser da moeda reside não na racionalidade pressuposta pela teoria liberal, mas a partir de relações sociais fundadas na concepção de *dívida*. Essa tese se inicia com Friedrich Nietzsche (1887/1998), em *Genealogia da Moral*. Como uma forma de crítica ao argumento utilitarista da troca como cimento social, o filósofo sustentou que as mnemotécnicas são desenvolvidas para *inscrever* a memória nos indivíduos. Posteriormente, a concepção de dívida teria se metamorfoseado nas noções de culpa, punição e compensação, logo, funcionando como força estruturante das relações sociais: estabelecem-se, assim, relações sociais hierarquizadas, baseadas na divisão fundamental entre *credores e devedores*.

Décadas mais tarde, Marcel Mauss (1950/2003) realizaria uma leitura que, de certa forma, ecoa a polêmica de Nietzsche em seu ensaio sobre a economia da dádiva, ao afirmar que as trocas nas sociedades primitivas seguiam a dialética do dar-receber-retribuir, elo fundador dos laços sociais nessas sociedades, afastando-se da concepção utilitarista da troca. Nesse caso, a moeda se torna não é um instrumento perfeito de troca, mas uma entidade que contém em si um poder de agenciamento social. Essa leitura heterodoxa seria retomada por autores de campos de saber tão distintos quanto a filosofia (Deleuze & Guattari, 1972/1976; Lazzarato, 2017), a economia (Théret, 2008) e a antropologia social (Graeber, 2011). Ela será discutida, em detalhe, na terceira seção deste artigo.

No momento, é preciso reconhecer que a profusão de teorias sobre a moeda revela a existência de, pelo menos, três estados da moeda, conforme a formulação Bruno Théret (2008, pp. 12-16):

- *Estado incorporado*: a confiança dos indivíduos na estabilidade do sistema monetário. A moeda constitui um meio de comunicação simbolicamente organizado – ou melhor, uma linguagem especializada que permite às pessoas se comunicarem com vistas a estabelecer relações econômicas;
- *Estado institucionalizado*: trata-se da moedagem e regulação ou, ainda, a dimensão institucional da moeda que forma uma comunidade de pagamento, e o poder soberano é o que determina a validade da moeda;
- *Estado objetivado*: instrumentos monetários, meios de pagamento e moedas correntes. Tais tecnologias são “a expressão mais pura da moeda . . . , não se expressando mais . . . como uma linguagem, mas por intermédio de um sistema de objetos” (p. 15).

O estado objetivado chama a atenção por ser o menos desenvolvido teoricamente. Isso porque, em certa medida, a concepção sobre a materialidade do dinheiro traz o fardo da teoria metalista da moeda⁸. De forma geral, essa teoria acabou se restringindo à justificação do uso do ouro (por sua divisibilidade e raridade) como lastro das moedas modernas. Com o fim do padrão ouro, em 1971, o metalismo tornou-se uma explicação obsoleta⁹. Infelizmente, sua decadência também arrefeceu o interesse por pensar na materialidade da moeda como um sistema de objetos.

Neste artigo, propõe-se retomar a análise da materialidade da moeda, pensando-a como *mídia*. Por *mídia*, adota-se a definição de Friedrich Kittler (2017) de toda tecnologia que realize arquivamento, processamento e transmissão de dados, constituindo um sistema de inscrição (*aufschreibesysteme*). Nesse sentido, cabe pensar como a estrutura tecnológica da moeda influencia a formação de seu valor e sua circulação na sociedade. Essa abordagem não prescinde dos demais estados da moeda, mas visa complexificar o debate ao propor algo mais do que uma teoria hermenêutica e/ou institucional da moeda. As moedas possuem também uma materialidade que, de diferentes maneiras, fundamenta sua aplicabilidade como meio de troca e reserva de valor: trate-se de conchas, metal precioso, papel-dinheiro ou bits, cada um desses materiais desempenha um papel na maneira pela qual as pessoas utilizam o dinheiro e, logo, na maneira pela qual o dinheiro estrutura as relações entre pessoas e mercadorias.

As criptomoedas reanimaram o interesse pela materialidade da moeda como um sistema de informação. Afinal, um dos pontos decisivos de sua novidade reside justamente na capacidade da *blockchain* de criar uma raridade artificial no ambiente digital e gerar um conjunto de regras (uma política monetária deflacionária, na verdade) que determina os usos e avaliações (confiança) sobre a Bitcoin.

O interesse pela materialidade da moeda não deve se deter, contudo, apenas nas qualidades físicas de cada tecnologia. Tal abordagem deve se acoplar a outro

⁸ Título criado por Knapp a fim de criticar as teorias que sustentam que o valor da moeda é determinado pelo poder de compra da mercadoria sobre a qual está baseada. O problema fundamental dessa perspectiva seria não compreender que o próprio valor do ouro é determinado, em última instância, por (1) princípios culturais e (2) instituições políticas (Metri, 2014).

⁹ Por mais estranho que pareça, as criptomoedas tentam resgatar a teoria metalista da moeda através da analogia constante que seus desenvolvedores fazem com o ouro. É notável a adoção de termos como *ouro* (no caso da experiência da Bit-Gold) e *mineração* de moedas. No *paper* de Satoshi Nakamoto (2008, p. 4), diz-se, literalmente, que “a adição constante de uma quantidade constante de novas moedas é análoga aos mineradores de ouro [ênfase adicionada] que gastam recursos para adicionar ouro à circulação”. Alguns autores falam, inclusive, de algum *metalismo digital* como teoria da moeda corrente entre os desenvolvedores de criptomoedas (Maurer et al., 2013; Paraná, 2020).

nível de análise, em que se busque entender a moeda como parte de um complexo de tecnologias financeiras (políticas econômicas, impostos, instituições financeiras, entre outras), formando uma *axiomática*, no sentido proposto por Gilles Deleuze e Félix Guattari (1972/1976), isto é, enunciados, palavras de ordem, comandos (axiomas) e correspondentes dispositivos (realização da axiomática) destinados a converter os fluxos descodificados de desejo em novas formas abstratas de valor (Guéron, 2017; Lazzarato, 2017). Em outros termos, faz-se necessário conceber a moeda como parte de uma máquina técnica que implica pessoas e coisas de formas específicas, gerando diferentes formas de subjetivação e de relações sociais. Para tanto, faz-se necessário analisar os valores que levam à adoção de certa tecnologia como moeda.

CYPHERPUNK E ANARCOCAPITALISMO: A GENEALOGIA DA MORAL DA BITCOIN E O MODUS OPERANDI DA FINTECH 3.º

O liberalismo sempre deixou por conta dos socialistas o cuidado de fabricar utopias, e foi a essa atividade utópica ou utopizante que o socialismo deveu muito de seu vigor e de seu dinamismo histórico. Pois bem, o liberalismo também necessita de utopia. (Foucault, 2008, p. 301)

A análise da Bitcoin não pode prescindir da genealogia dos valores que mobilizaram os desenvolvedores iniciais das criptomoedas. O esforço por construir um complexo sistema de informação capaz de mimetizar o processo de emissão de dinheiro a fim de competir com as moedas fiduciárias responde mais à filosofia política do que a imperativos técnicos do mercado financeiro. Afinal, a maior parte do dinheiro que circula hoje na economia global é digital, como observa Edemilson Paraná (2020). Dessa forma, a Bitcoin deve ser vista como uma mídia disjuntiva na medida em que dá concretude à uma moeda supostamente apolítica.

Um olhar atento aos desenvolvedores das criptomoedas revela que eles se colocam como membros do movimento *cyberpunk*. O neologismo se refere a um movimento político insurgente, de inspiração anarquista (daí a referência ao gênero musical *punk*), que utiliza a criptografia (*cypher*) como instrumento de transformação social e política. O *êthos* dito anarquista se refere à oposição ferrenha ao Estado, vendo neste meramente um agente de coerção à liberdade individual, entendida como capacidade de realizar ações econômicas. Como os autores do livro *Cyberpunks* (Assange et al., 2013) afirmam: “lembre-se de que os Estados são sistemas através dos quais fluem as forças repressoras” que, diante do novo mundo promovido pelas redes digitais em rede, “impediria [a] tão sonhada

independência [liberdade individual] e, imiscuindo-se pelos cabos de fibra óptica, pelas estações terrestres e pelos satélites, iria ainda mais longe, interceptando em massa o fluxo de informações do nosso novo mundo” (p. 26). Para evitar que o Estado afete a liberdade individual, os *cypherpunks* se apresentam como vanguarda política que busca monitorar e, por conseguinte, limitar o poder dos Estados através de tecnologias digitais disjuntivas (Paraná, 2020).

O espírito antiestatal dos *cypherpunks* decorre de uma vertente radical do neoliberalismo, o anarcocapitalismo ou libertarianismo. O termo dá nome à filosofia política que preconiza a completa abolição do Estado, pressupondo que os agentes privados, comunitariamente associados, teriam condições de fornecer todas as condições necessárias à sobrevivência dos indivíduos através da defesa da propriedade privada e da livre concorrência (Morriss, 2008; Rothbard, 2013). De acordo com essa teoria, todos os bens e serviços públicos deveriam ser privatizados, pois a livre competição entre os agentes privados resultaria na oferta do melhor serviço possível por um preço justo – inclusive no caso da moeda. Sem o Estado, não seriam necessários impostos e, assim, as moedas poderiam ser fornecidas através de um sistema bancário livre, competindo entre si, o que garantiria o controle do volume de dinheiro disponível, logo, evitando a inflação (Hayek, 2011).

O *cypherpunk* acredita na inovação tecnológica como estratégia de criação de uma sociedade contra o Estado. Como bem observou Michel Foucault (2008, p. 317-319), a concepção neoliberal de capital humano permite reler a inovação tecnológica como uma alavanca do desenvolvimento social, dando novo fôlego à concepção schumpeteriana de destruição criadora¹⁰ (Schumpeter, 2010). Numa perspectiva libertária, a inovação é tida como uma linha de fuga dos empreendedores em relação ao Estado: a contínua inovação tecnológica efetuada pela sociedade civil impediria que a política interviesse para controlar o ritmo da mudança social. A criação das criptomoedas tenta realizar essa visão de mundo libertária: a criação de uma moeda tecnicamente capaz de garantir a confiança da comunidade de usuários seria o substitutivo perfeito para uma moeda-soberana atrelada aos impostos, às políticas econômicas e monetárias, enfim, ao Estado (Ulrich, 2014).

As criptomoedas começaram a ser desenvolvidas ainda nos anos 1980, quando o programador David Chaum propôs um sistema anônimo de pagamentos digitais. Na década seguinte, os desenvolvedores Nick Szabo e Wei Dai tentaram implementar duas criptomoedas que funcionariam através de sistema descentralizado de compartilhamento entre pares (*peer-to-peer* ou P2P), a Bit-Gold e a B-Money (Cannucciari, 2016; Paraná, 2020). A Bitcoin foi, no entanto, a primeira experiência bem-sucedida, pois era garantida por um sistema distribuído de verificação das transações, a *blockchain* (Nakamoto, 2008).

¹⁰Termo que se refere ao fenômeno de introdução de uma *inovação* (que pode ser um novo método de trabalho, produto ou tecnologia de produção, entre outras possibilidades) por um agente diferenciado dentro do mercado, o empreendedor, que provoca uma tal disjunção dos tradicionais conhecimentos, técnicas e práticas comerciais, que criaria um novo mercado.

A *blockchain* é um sistema de inscrição que funciona como o livro-razão de contabilidade (onde se registram débito e crédito de uma conta), ou seja, trata-se de uma tecnologia de contabilidade digital compartilhada que registra todas as transações entre usuários da criptomoeda. As transações não são, contudo, visíveis para os usuários a priori. Necessita-se, para tanto, do trabalho dos denominados *mineradores*, que conferem a validade das transações registradas e, ao fazê-lo, recebem como uma forma de prêmio (*proof of work*) certa quantidade de novas moedas. Note-se que o mecanismo da *blockchain* foi desenvolvido, portanto, para por em marcha uma verdadeira política monetária automática. Seu *modus operandi* evita o problema do *gasto duplo*, ou seja, a utilização da mesma moeda mais de uma vez em diferentes transações (fraude no sistema de trocas). O arquivo das transações garante que uma unidade de bitcoin usada numa transação seja retirada do mercado até que seu receptor a utilize em uma nova negociação. Cria-se, assim, uma raridade artificial para a criptomoeda. Concomitantemente, o algoritmo da Bitcoin controla expressamente a emissão das moedas ao longo do tempo. Na medida em que a comunidade de usuários cresce, a mineração se torna mais difícil. Assim, a emissão de moedas é ralentada e a liquidez do mercado é proporcional à população da comunidade. Aqui se revela a influência da teoria quantitativa da moeda sobre as criptomoedas: como uma verdadeira realização do sonho friedmaniano, o algoritmo-base da Bitcoin está programado para que, no ano de 2140, haja *invariavelmente* uma oferta de 21 milhões de bitcoins no mercado digital (Paraná, 2020; Ulrich, 2014).

A data de publicação do artigo que dá início à Bitcoin, o ano de 2008, é emblemática porque se inscreve num momento de crise do mercado financeiro e de questionamento da capacidade dos estados de evitarem crises econômicas. A crise financeira das hipotecas teve, pelo menos, duas importantes consequências imediatas para o mercado financeiro. Desde logo, houve uma grande quantidade de demissões de agências de investimento e grandes bancos, despejando no mercado de trabalho uma mão de obra altamente qualificada. Ao mesmo tempo, a crise econômica marcou um momento de crítica popular ao mercado financeiro e seus produtos, notadamente os derivativos. Movimentos como *Ocuppy Wall Street*, que se repetiram ao redor do mundo sob o nome de *Indignados*, revelaram extrema insatisfação popular com as políticas neoliberais e o capital financeiro (Harvey et al., 2012). Chegou-se mesmo a considerar aquele momento como o fim do neoliberalismo e a retomada de políticas econômicas mais intervencionistas ou de matriz neokeynesiana ou socialista. Não obstante, ao invés de realizarem esforços para produzir alguma *eutanásia do rentista*, retomando a famosa expressão de Keynes, as medidas tomadas visaram, paradoxalmente, a aceleração das receitas neoliberais.

Para aumentar a liquidez nos mercados financeiros, certos governos decidiram apostar na facilitação do acesso da população ao crédito concedido por entes privados. O melhor exemplo foi o esforço do governo estadunidense para redesenhar seu sistema financeiro. Enquanto medidas foram tomadas para controlar a emissão de derivativos por grandes bancos e financeiras, buscou-se desenvolver meios de oferecer acesso a produtos financeiros a baixo custo e da forma a mais simples possível.

Em 2012, o governo lançou o plano denominado Jumpstart Our Business Startups Act (numa tradução aproximada, algo como Lei Acelerador de Criação de Empresas). Seu principal objetivo era incentivar startups que oferecessem serviços financeiros, com o mínimo de burocracia para um público amplo ou, precisamente, “aumentar a criação de emprego e o crescimento econômico americanos, melhorando o acesso ao mercado público de capitais para empresas emergentes em crescimento”¹¹ (Jumpstart Our Business Startups Act citado por Arner et al., 2015, p. 17). Na verdade, o governo queria atingir dois objetivos com um só golpe. Por um lado, esperava-se que tais empresas gerassem ocupações para os diversos profissionais especializados em finanças que se encontravam desempregados. Por outro, desejava-se fornecer crédito para uma grande quantidade de pessoas cujas condições de vida encontravam-se precárias não através de programas sociais do Estado, mas do próprio mercado financeiro, que, então, se encontrava com baixa liquidez.

Na prática, buscou-se alavancar o mercado financeiro através do pouco dinheiro de milhares de novos investidores. Não foi por coincidência que, desde então, testemunha-se o crescimento de plataformas digitais que lidam com produtos financeiros de diferentes naturezas: plataformas de *crowdfunding*, bancos digitais, máquinas de pagamento em crédito e débito para pequenos empreendedores, plataformas de investimento em ações (*day trade*), criptomoedas, tokenização, entre outros serviços oferecidos a pessoas físicas. Em seu conjunto, tais empresas caracterizariam um novo setor de mercado financeiro, a *fintech 3.0* (Arner et al., 2015; Nicoletti, 2017).

Para compreender a especificidade da *fintech 3.0*, busquei acessar os usuários de bitcoins através de entrevistas individuais compreensivas¹². Com efeito, essa técnica de pesquisa me ajudou a entender o papel que as interfaces dos aplicativos das empresas financeiras desempenham para conectar de maneira direta os indivíduos ao complexo mercado financeiro.

Para comprar bitcoins, por exemplo, basta abrir uma conta numa *exchange* (plataforma digital de compra e venda da criptomoeda) através de uma página na internet ou um aplicativo de *smartphone*. A partir do preenchimento de um breve cadastro, a *blockchain* produz uma identificação digital da carteira da/o

¹¹No original: “To increase American job creation and economic growth by improving access to the public capital markets for emerging growth companies”. Esta e demais traduções, do autor.

¹²Entre 11 de junho de 2020 e 10 de abril de 2021, foram conduzidas quinze entrevistas individuais, de natureza compreensiva, com usuários da Bitcoin. O objetivo das entrevistas foi conhecer as práticas de utilização da criptomoeda e impressões dos usuários sobre sua interação com o mercado financeiro. Conforme postula Jean-Claude Kaufmann (2013, p. 47), a entrevista compreensiva é um método de pesquisa qualitativo e tem por objetivo compreender a racionalidade dos atores sociais, como organizam e justificam suas ações; não há busca de alguma verdade dos atos por trás das falas que proferem. Apesar de se desejar ter realizado um acompanhamento mais próximo das práticas dos usuários de Bitcoin, o período de pesquisa coincidiu com a pandemia da Covid-19, o que tornou impraticável técnica e eticamente, para se dizer o mínimo, um contato mais próximo com os entrevistados. As entrevistas seguiram um roteiro semiestruturado, sendo realizadas através de e-mail ou aplicativos de reunião remota (Zoom, Google Meet ou WhatsApp). A fim de proteger a identidade dos entrevistados, decidiu-se utilizar nomes fictícios nas citações.

P

O capital financeiro vai ao paraíso

usuária/o, que pode realizar a compra da criptomoeda pela transferência de moeda nacional diretamente de sua conta num banco para sua carteira digital.

Em entrevista para esta pesquisa, Laura aparece como uma típica investidora da fintech 3.0: uma mulher por volta de 40 anos, de classe média, residente num grande centro urbano do Brasil, com pouca experiência no mercado financeiro¹³. Sua vontade de investir em bitcoins se deveu ao conhecimento que ela teve por meio de um amigo que especulava com esse ativo. Ela descreveu sua interação com a plataforma digital através da qual investiu em Bitcoin:

¹³Nas entrevistas realizadas para esta pesquisa, 60% das/os entrevistados/as não possuía experiência em investimentos financeiros (salvo a compra de moeda estrangeira para viagens pontuais ao exterior). Um percentual de 30% tinha como única experiência a compra de títulos públicos do Estado brasileiro através do sistema Tesouro Direito. O restante tinha certa experiência em mercado financeiro, sobretudo em bolsa de valores (ações).

Eu utilizei tanto o aplicativo no celular quanto o site das *exchanges* . . . mas preferia os sites porque eles apresentam informações mais completas. Os gráficos que eles mostram podem apresentar complexidades diferentes, desde para iniciantes até para profissionais, tem várias configurações. (Entrevista concedida em 11 jun. 2020)

O acompanhamento das transações é feito pelo próprio investidor através do site e/ou aplicativo da *exchange*. As transações são automáticas, feitas pelos algoritmos das plataformas, que assumem o papel dos agentes de mercado financeiro (*brokers*), como descreve a mesma investidora:

As cotações e transações são automáticas. Lá no site tem pessoas querendo comprar e pessoas querendo vender e essas pessoas realizam as transações entre elas, por meio de ordens de compra ou de venda. A plataforma ganha com as taxas que cobra por cada transação, mas os usuários não têm contato com os mineradores, por exemplo. (Entrevista concedida em 11 jun. 2020)

Ao comentar sobre como seu amigo negociava bitcoins, Laura sublinhou:

O meu amigo era investidor autônomo, ele investia o próprio dinheiro em várias plataformas diferentes e passava os dias (as noites e às vezes as madrugadas) comprando e vendendo essas moedas. É tipo a bolsa de valores, sim. Hoje a variação do Bitcoin está fechando em -5,34%, é muita coisa para 24 horas. Se fizer os movimentos certos dá para ter bastante lucro. (Entrevista concedida em 11 jun. 2020)

A descrição é interessante, na medida em que aponta para um agenciamento homem-máquina típico da fintech 2.0, conforme foi descrito no trabalho de Karin Knorr-Cetina e Urs Bruegger (2000) ao falarem dos *market makers* (agentes de venda de derivativos) do Swiss Bank. Conforme descreveram, tais agentes trabalhavam acoplados a cinco telas de televisão para acompanhar as informações do mercado:

Mais notáveis, no entanto, são as até cinco telas de computador que confrontam cada operador, exibindo o mercado e servindo para realizar negociações. Quando os comerciantes chegam de manhã, eles se prendem aos seus assentos, falando figurativamente, exibem suas telas e, a partir de então, seus olhos ficam colados a essa tela, sua consideração visual capturada por ela, mesmo quando conversam ou gritam entre si, e seu corpo e o mundo da tela se fundem no que parece ser uma imersão total na ação em que estão participando. As telas, por sua vez, capturam o mercado, que existe apenas na tela, onde chega o mais perto possível do sentido etnometodológico de um fenômeno produzido localmente¹⁴. (p. 146)

Essa citação torna possível entender uma importante especificidade da fintech 3.0: ao se converter em *investidor* através de seus dispositivos pessoais de comunicação, cada indivíduo se assemelha aos profissionais do mercado financeiro, os quais se conectam com tecnologias da informação o tempo todo para não perder oportunidades de lucro. Em outros termos, a fintech 3.0 reproduz, na escala do indivíduo, as práticas e os valores do mercado financeiro global. Assim, incorpora-se ao cotidiano dos indivíduos um modo de viver e, no limite, uma ética fundamental à legitimação do capital financeiro através das tecnologias da informação.

É verdade que a implementação da Bitcoin acabaria expondo as aporias da ideologia que propiciou o desenvolvimento das criptomoedas (Paraná, 2020). O uso de bitcoins para atividades ilegais, como a compra de drogas e armamentos através de redes alternativas de computadores, e fraudes, sendo a falência da plataforma MT Gox o caso mais emblemático, colocou em xeque o objetivo de utilizar tal tecnologia como uma efetiva moeda concorrente às moedas soberanas¹⁵. Não obstante, a proliferação de novas criptomoedas e a extrema valorização da Bitcoin em anos recentes revela tanto a força de mobilização social do anarcocapitalismo quanto a capacidade de penetração da fintech 3.0 em certas camadas da população.

A FINTECH 3.0 E A MASSIFICAÇÃO DO HOMEM ENDIVIDADO

Isso mostra, além do mais, que não te esqueças das tuas dívidas, fazendo com que pareças um homem tão cuidadoso quanto honesto, e isso aumenta teu crédito. (Franklin, citado por Weber, 1920/2004, p. 44)

Em resumo, o dinheiro, a circulação do dinheiro é o meio de tornar a dívida infinita. (Deleuze & Guattari, 1972/1976, p. 250)

¹⁴No original: "Most conspicuous, however, are the up to five computer screens confronting each trader, displaying the market and serving to conduct trading. When traders arrive in the morning they strap themselves to their seats, figuratively speaking, they bring up their screens, and from then on their eyes will be glued to that screen, their visual regard captured by it even when they talk or shout to each other, and their body and the screen world melting together in what appears to be a total immersion in the action in which they are taking part. The screens in turn capture the market, which exists only on screen, where it comes as close as one can get to the ethnomethodological sense of a locally produced phenomenon".

¹⁵Para alguns economistas, as criptomoedas sequer devem ser consideradas moedas propriamente, na medida em que elas não possuem a capacidade de liquidar contratos numa jurisdição nacional (Gala, 2018; Paraná, 2020). Tratar-se-ia, portanto, de um ativo para fins de mera especulação financeira.

A ampliação da oferta dos produtos do mercado financeiro através de plataformas digitais apresenta consequências além do acesso generalizado ao crédito e o consequente aumento da liquidez da economia. Ela também se apresenta como um dispositivo de subjetivação (ética) e criação de relações sociais (governamentalidade), pois, como sustentam certas vertentes da teoria social, o capitalismo não se restringe a operações de trocas comerciais utilitárias, mas produz modos de subjetivação e circuitos de afetos próprios que promovem o funcionamento e reprodução do sistema. Herdeiro dessa linha de pensamento, Maurizio Lazzarato (2017) avança a hipótese de que o modelo de subjetividade do capitalismo financeiro contemporâneo ou, ainda, o novo espírito do capitalismo é o *homem endividado*.

Sua tese retoma a discussão de Deleuze e Guattari (1972/1976) sobre a dívida como força estruturante das relações sociais. Essa hipótese é fundamentada, por seu turno, na releitura que esses autores fizeram de Nietzsche. Em *Genealogia da Moral*, Nietzsche (1887/1998) se colocou contra a teoria econômica liberal ao buscar na origem da responsabilidade – do que é bem ou mal, da culpa – a fundação da ideia de *valor*, que só posteriormente seria apropriada pelo discurso econômico¹⁶. Contrário à pressuposição liberal de que o homem seria naturalmente propenso à troca e ao comércio, o filósofo apontaria a *dívida* e a *moralidade* que lhe é inerente como os pilares da subjetivação e, por extensão, das relações sociais. Notadamente em sua segunda dissertação, ele sustentou que nas supostas sociedades originais – o que chamava de *pré-história do homem* –, o marco da evolução que separou o homem dos outros animais foi o desenvolvimento de técnicas de inscrição da memória nos indivíduos (mnemotécnicas), criando, assim, uma relação de responsabilidade coletiva.

Isso tornou o homem “um animal que pode fazer promessas” (Nietzsche, 1887/1998, p. 47), ou seja, um ser cuja promessa é a da retribuição pela *dívida* que representa sua existência para com os ancestrais de tempos imemoriais e seus representantes entre os existentes (espíritos, plantas, animais totêmicos). Para tanto, porém, foi preciso criar uma mnemotécnica para a inscrição da memória da dívida sobre o próprio corpo do indivíduo. Em sociedades orais, a memória da dívida é inscrita sobre o corpo através da dor – dilacerações, tatuagens, cicatrizes, um sistema de crueldades que torna a memória indelével –, o que gera na psique uma relação de reverência, ou melhor, relações hierárquicas entre *credores* e *devedores*¹⁷ – a equivalência entre dano e dor que se transmuta em submissão do devedor ao credor.

Nietzsche (1887/1998) ainda acrescentaria que, na sociedade europeia, o cristianismo levava tal lógica a um segundo estágio: com a invenção da escrita, pôde-se proceder à internalização da memória da dívida existencial, através da culpa (*schuld*, em alemão) pela dívida (*schuld*, em alemão) original¹⁸.

¹⁶Como lembra Lazzarato (2017), “a economia política que se ‘apropriou’ da categoria de ‘valor’ ao fazê-la derivar da troca, ... Para criticar os valores econômicos e morais, é preciso que ‘o próprio valor desses valores deva ser colocado em questão’ [citação de Nietzsche]. Não se poderia estar mais distante da teoria de Adam Smith” (p. 81).

¹⁷Esse entendimento é o que faz Deleuze e Guattari (1972/1976) afirmarem que “a sociedade não é troquista, o *socius* é inscriteur: trocar, não, mas marcar os corpos que são da terra” (p. 234).

¹⁸Como os tradutores e comentaristas da obra de Nietzsche sublinham, é fundamental observar o jogo de palavras que o autor utiliza, pois, em alemão, *schuld* significa tanto *culpa* quanto *dívida*, assim como seu adjetivo derivado, *schuldig*, significa tanto *culpado* quanto *endividado*.

Max Weber (1920/2004) aprofundaria essa ideia, conectando a ética protestante ao que chamou de *espírito do capitalismo*, ou seja, a necessidade da internalização de uma disposição normativa historicamente específica para justificar a acumulação sistemática de dinheiro através do trabalho racionalizado.

Em *O Anti-Édipo*, Gilles Deleuze e Félix Guattari (1972/1976, p. 241-244) retomariam a tese nietzschiana, lembrando que, se nas sociedades primitivas a dívida determinava alianças laterais entre diferentes linhagens ou clãs, ela se extinguiu a cada matrimônio ou *contradom*, dando início a uma nova dívida. A dívida seria, assim, *finita*. Com o advento do Estado, porém, dá-se o deslocamento da dívida. Esta seria controlada por uma máquina despótica que imporia aos súditos uma dívida em relação ao déspota, o qual se apresentava como um ente transcendente àquela sociedade. Dessa forma, a dívida se transmutou em *infinita e transcendente*, a ser paga não mais à terra, mas a um ser transcendente por meio de uma moeda soberana que flui através dos impostos¹⁹.

Com o advento do capitalismo e seu desencantamento do mundo, a dívida continuou a ser *infinita*, uma vez que as vidas dos cidadãos parecem depender da capacidade do Estado de prover segurança contra algum suposto estado de guerra de todos contra todos. Não obstante, ela se torna *imane*nte, pois o Estado já não representa uma entidade transcendente, mas uma máquina de gestão da vida da população para que ela seja produtiva para o capital. Aqui, entra em cena o que se pode chamar de uma *teoria da moeda* de Deleuze e Guattari (Guéron, 2017). Para os dois autores, no capitalismo, a moeda apresentaria uma dupla dimensão: num nível fundamental, ela é meio de troca que compõe o poder de compra dos trabalhadores, mas essa dimensão estaria subordinada a outra, na qual a moeda é moeda-capital que determina o valor efetivo de compra da moeda-troca e tem como fim a produção de mais moeda-capital (Deleuze & Guattari, 1972/1976, pp. 301-304).

Acoplada aos impostos e às políticas monetárias, é a moeda-capital que instala a dívida infinita para com o capital como força estruturante das relações sociais. Daí que se pode afirmar que “a moeda de crédito exprime ‘o poder do capital’, enquanto a moeda mercantil exprime a ‘impotência’ do assalariado” (Lazzarato, 2017, p. 117). Ao invés de livrar os indivíduos da dívida nominal, a moeda-capital impõe ao *socius* a dívida infinita com o capital, mediada pelo Estado de bem-estar social: pois todo o dinheiro gerado com o trabalho refluí para o pagamento de impostos e o consumo de bens e serviços, portanto, a reprodução do próprio sistema.

Deleuze e Guattari (1972/1976) se ocuparam da lógica do Estado de bem-estar social, o qual tinha nas políticas sociais certa estratégia de redistribuição de renda, logo, exercendo a mediação entre os interesses do capital e do trabalho. Maurizio Lazzarato (2017) retomaria essa tese para pensar o capitalismo neoliberal. Ele defende que o neoliberalismo representa outro momento do capitalismo,

¹⁹Daí que a análise do dinheiro não possa ser isolada dos impostos, como fazem as teorias liberais. Como observa Lazzarato (2017, p. 32): “se ‘a moeda é sempre distribuída por um aparelho de poder’, sua circulação e sua rotação, bem como a equivalência bem/serviços/dinheiro, se estabelecem mediante o imposto, que faz do dinheiro um equivalente geral. ... A moeda é indissociável não do comércio e do trabalho, mas do imposto – instrumento de poder que é estrangeiro e independente do mercado”.

no qual se deu a ascendência do capital financeiro sobre outras formas de capital (industrial e comercial), fazendo com que a função estabilizadora do Estado se tornasse obsoleta e, com isso, a dívida da sociedade civil passasse diretamente ao capital financeiro. Afinal, o pilar das políticas econômicas neoliberais reside na privatização de bens e serviços públicos e na concomitante facilitação do acesso privado ao crédito, que é dívida, como alavanca da vida social, no lugar das anteriores políticas sociais que distribuíam a renda.

Como diversos críticos têm argumentado, se há algo de novo no dito neoliberalismo é que ele se caracteriza por abandonar a crença típica do liberalismo clássico de que bastaria restringir a ação do Estado na vida social para que o *Homo oeconomicus*, o sujeito racional com relação a fins, naturalmente predisposto ao comércio, se materializasse. Para os neoliberais, a disposição para *empreender* deve ser institucionalmente construída, a partir do estabelecimento de políticas que incitem os indivíduos a assumir *riscos* para obter maiores possibilidades de lucro ou, em outras palavras, torna-se necessário que cada indivíduo se conceba como uma empresa pela qual é responsável (Boltanski & Chiapello, 2009; Dardot & Laval, 2016; Foucault, 2008). Daí que se operam transformações institucionais a fim de fazer os indivíduos desconfiarem da capacidade da política de resolver seus problemas cotidianos e buscarem no mercado um substitutivo para sua sobrevivência.

Ao realizar esse movimento, os indivíduos passam a assumir a responsabilidade –ou melhor, a culpa (*schuld*) – pela gestão de suas finanças. Concebendo-se como uma empresa que precisa inovar para triunfar num mercado altamente competitivo, cada indivíduo deve buscar crédito para empreender (valorizar seu capital humano) e, para tanto, assume certo endividamento (*schuldig*), que contém o risco de fracasso. Deve-se lembrar que o endividamento sempre acarreta a interiorização de uma moral, pois, como lembra nietzscheanamente Lazzarato (2017), “a relação credor/devedor exprime a atividade de adestramento e de formação da subjetividade, antes de ter uma significação ‘econômica’ no sentido moderno do termo” (p. 82).

A prova da subjetivação da moral que se estabelece entre credor e devedor se encontra no insistente axioma de defesa da *austeridade* fiscal tanto para o Estado quanto para as famílias. Como insiste Mark Blyth (2017), o argumento da austeridade fiscal é antes uma filosofia moral do que uma teoria econômica, pois as contas do Estado não são equivalentes às das famílias – estas não podem emitir moeda, definir taxas de juros, cobrar impostos, lançar títulos de suas dívidas para se financiar etc. No entanto, tal argumento serve para constranger o Estado a se retirar de suas funções sociais ao mesmo tempo que obriga os indivíduos a adotarem uma política orçamentária para cuidar de suas contas privadas.

O crescente endividamento de indivíduos faz com que se torne necessário incorporar à economia doméstica técnicas de administração de riscos. Sendo

assim, não surpreende que o mercado financeiro seja apresentado como um modelo ideal para a gestão da vida social. Afinal, sua razão de ser é a gestão de riscos. O resultado é a financeirização da vida cotidiana (Martin, 2002), cujo paradigma é o derivativo²⁰.

Os derivativos contemporâneos são produtos financeiros criados a partir de fórmulas matemáticas baseadas em teorias probabilísticas. Isso lhes transforma em um dispositivo que permite que o risco associado a cada contrato seja desacoplado dos ativos subjacentes ou eventos futuros que embasam os documentos originais (Bryan & Rafferty, 2014; Lépinay, 2011). Através de Inteligência Artificial (IA), reúnem-se vários contratos de seguros, que são divididos em inúmeros fragmentos, tecnicamente rotulados como *atributos*, para, em seguida, ser condensados em produtos financeiros sob variados títulos (CDO, Swaps, Opções, entre outros) que, contudo, realizam a mesma função: repassar as dívidas de outrem, prometendo baixo risco aos credores. Como cada produto financeiro não depende do cumprimento ou não de um determinado seguro, gera-se uma ideia de que o derivativo é um produto de risco que não contém risco para os investidores, uma vez que se tornou tecnicamente possível transferir dívidas para terceiros *ad infinitum* (Varoufakis, 2016). Para os credores, a dívida nunca é nominal, pois não lhe pertence.

Certos autores sustentam que a técnica dos derivativos ensejou novos métodos de gestão do trabalho, algo que se convencionou chamar de *lógica social de derivativo* (Arnoldi, 2004; Bryan & Rafferty, 2014; Martin, 2013). À medida que as políticas neoliberais retiram direitos sociais, os contratos de trabalho, habitação, educação ou saúde, entre outros serviços tradicionais, têm seguido o modelo de decompor cada acordo em atributos, os quais podem ser cobrados separadamente. Mesmo a força de trabalho já não é mais vendida inteiramente: a categoria de trabalho intermitente permite que o trabalhador-empresa forneça um serviço durante um tempo determinado para outra pessoa jurídica. Tal *fractalização do tempo de trabalho* (Berardi, 2018) implica toda uma nova subjetividade por parte do trabalhador, que passa a se conceber como um ativo, e novas formas de relações sociais – isolamento social.

A fintech 3.0 promove o aprofundamento da financeirização da vida cotidiana ao oferecer serviços financeiros para indivíduos de maneira inédita: através de seu próprio computador pessoal ou *smartphone*, qualquer pessoa pode abrir uma conta digital, realizar a compra e venda de produtos e serviços financeiros, obter um cartão de crédito ou negociar bitcoins. Não se faz necessário ir a um banco ou a uma casa de câmbio para fazer negócios, escapando-se, assim, da tradicional burocracia do grande sistema financeiro e de cobrança de impostos pelo governo. Porém, ao contrário dos produtos da fintech 2.0, que lidavam com grandes investidores, negociando dívidas de outrem entre si, a fintech 3.0 se

²⁰ Derivativo é uma modalidade de seguro contra riscos, sendo um contrato no qual se estabelecem pagamentos futuros, cujos valores são calculados com base assumida num ativo subjacente, como o preço de uma ação, commodity, instrumento financeiro ou ocorrência de evento. Seu objetivo é proteger os agentes econômicos contra flutuações de preços ao longo do tempo. Ver Arnoldi (2004), Bryan e Rafferty (2014), Lépinay (2011), Martin (2013).

destina a indivíduos identificáveis. Este é outro ponto decisivo: tais empresas de informação desenvolvem dispositivos que associam a dívida contraída às pessoas físicas através de seus dispositivos digitais.

É nesse ponto que a materialidade da mídia digital se prova decisiva. A capacidade de memória e seus sistemas de segurança servem para inscrever digitalmente nos indivíduos suas dívidas. Ao comentar sobre o cartão de crédito, Lazzarato (2017) observa que:

A relação credor/devedor está inscrita no chip do seu cartão de crédito e, em vez de desaparecer, ele a carrega no bolso, como se ele carregasse consigo sua relação com a finança. Cada compra é um ato financeiro, que mobiliza o crédito e a dívida. O cartão de crédito abre as portas da sociedade de consumo e, solicitando, encorajando e facilitando a compra, ele envolve o consumidor/devedor no círculo vicioso da excitação/frustração. A condição e a consequência da repetição infinita do ato de consumo é a dívida infinita. (p. 68)

Agora, o celular ou o notebook se tornaram a agência bancária dos bancos digitais (Nubank, C6 Bank), conectando-se às carteiras digitais (PicPay) e aos aplicativos de educação financeira (Mobills, Wallet), os quais contêm os dados financeiros de cada usuário. As plataformas digitais se conectam uma à outra, compartilhando os dados financeiros de cada usuário. Nesse cenário, as criptomoedas prometem um aprofundamento da vigilância sobre a dívida individual via *blockchain*: esse sistema de inscrição pode gerar um controle perfeito sobre cada transação e a dívida de cada usuário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não se trata de prever, por fim, o futuro da Bitcoin. Ela tanto pode se consolidar como a principal criptomoeda do mercado quanto ser superada por tecnologias concorrentes, como a Libra, do Facebook Inc., ou, no limite, pode mesmo desaparecer no futuro próximo. Tal criptomoeda importa, fundamentalmente, pois (1) provou que as criptomoedas são tecnicamente possíveis de operar de acordo com valores políticos estritos e (2) desenvolveu uma tecnologia (*blockchain*) capaz de permitir a criação de outros ativos financeiros, na medida em que gera uma raridade artificial no ambiente digital. Não é por acaso que, a despeito das polêmicas envolvendo a Bitcoin, até mesmo bancos centrais de alguns países tenham apresentado diretrizes para implementar suas próprias criptomoedas²¹ e a *blockchain* esteja sendo utilizada para fins variados, como a produção de contratos inteligentes (*smart contracts*) ou tokenização

²¹Em meados de 2021, os bancos centrais do Reino Unido e do Brasil apresentaram diretrizes para implementar versões digitais de suas moedas soberanas.

(a substituição dos dados reais por outros equivalentes, com mesmo formato e protegidos por uma chave de criptografia).

A capacidade das criptomoedas de operar como um sistema de arquivamento, processamento e distribuição de dados financeiros pessoais revela-se como decisiva para o capitalismo contemporâneo. Deve-se lembrar que a economia digital é uma economia de exploração dados pessoais (Srnicsek, 2018). Atualmente, os fluxos de débito e crédito podem ser armazenados em plataformas digitais, as quais vigiam o nível de endividamento individual e, dependendo do caso, podem oferecer ou serviços de uma empresa de crédito, em caso de dívidas agudas, ou de investimento, caso haja liquidez na conta do usuário. Além disso, tais dados podem ser negociados no mercado financeiro, em forma de derivativos. O que se negocia entre as plataformas digitais são, mais do que somas de dinheiro, as informações de movimentação financeira individuais. Ao invés de esperar que a demanda busque os serviços financeiros, os algoritmos podem oferecer aos usuários das plataformas diversos produtos, o que lhes enreda num ecossistema de produtos financeiros. Por isso é possível afirmar que a fintech 3.0 se torna um sistema de inscrição da dívida individualizada. Longe de ser *disruptivo* – para utilizar um termo nativo – em relação às práticas do mercado financeiro, a fintech 3.0 promete levá-lo ao paraíso, estendendo sua lógica a cada indivíduo de toda uma população. ■

REFERÊNCIAS

- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (2015). The evolution of fintech: A new post-crisis paradigm? *UNSW Law Research Paper*, 216(62), 1-15. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2676553>
- Arnoldi, J. (2004). Derivatives: Virtual values and real risks. *Theory, Culture & Society*, 21(6), 23-42. <https://doi.org/10.1177/0263276404047414>
- Assange, J., Appelbaum, J., Müller-Maguhn, A., & Zimmermann, J. (2013). *Cypherpunks: Liberdade e o futuro da internet*. Boitempo.
- Berardi, F. (2019). *Depois do futuro*. Ubu.
- Blyth, M. (2017). *Austeridade: A história de uma ideia perigosa*. Autonomia Literária.
- Boltanski, L., & Chiapello, È. (2009). *O novo espírito do capitalismo*. Martins Fontes.
- Bryan, D., & Rafferty, M. (2014). Financial derivatives as social policy beyond crisis. *Sociology*, 48(5), 887-903. <https://doi.org/10.1177/0038038514539061>
- Cannucciari, C. (Diretor). (2016). *Banking on Bitcoin* [Filme]. Gravitas Venture.
- Dardot, P., & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo: Ensaio sobre a sociedade neoliberal*. Boitempo.

- Deleuze, G., & Guattari, F. (1976). *O Anti-Édipo: Capitalismo e esquizofrenia*. Imago. (Trabalho original publicado em 1972)
- Dodd, N. (1997). *A sociologia do dinheiro*. Editora FGV.
- Foucault, M. (2008). *Nascimento da biopolítica*. Martins Fontes.
- Friedman, M. (1984). *Capitalismo e liberdade*. Abril Cultural.
- Gala, P. (2018, 1 de abril). *Bitcoin não é moeda de verdade, cuidado!* Money Times. <https://bit.ly/3uvX2W7>
- Graeber, D. (2011). *Debt: The first 5.000 years*. Melville House.
- Guéron, R. (2017). A axiomática capitalista segundo Deleuze e Guattari: De Marx a Nietzsche, de Nietzsche a Marx. *Aurora*, 29(46), 257-282. <http://dx.doi.org/10.7213/1980-5934.29.046.DS14>
- Harvey, D., Teles, E., Sader, E., Alves, G., Carneiro, H. S., Wallerstein, I., Peschanski, J. A., Davis, M., Žižek, S., Ali, T., & Safatle, V. (2012). *Occupy: Movimentos de protesto que tomaram a rua*. Boitempo; Carta Maior.
- Hayek, F. (2011). *Desestatização do dinheiro: Uma análise da teoria e prática das moedas simultâneas* (2a ed.). Instituto Von Mises Brasil.
- Kaufmann, J.-C. (2013). *A entrevista compreensiva: Um guia para pesquisa de campo*. Vozes; Edufal.
- Kittler, F. (2017). *A verdade do mundo técnico: Ensaios sobre a genealogia da atualidade*. Contraponto.
- Knorr-Cetina, K., & Bruegger, U. (2000). The markets as an object of attachment: Exploring postsocial relations in financial markets. *Canadian Journal of Sociology*, 25(2), 141-168. <https://doi.org/10.2307/3341821>
- Lazzarato, M. (2017). *O governo do homem endividado*. N-1 Edições.
- Lépinay, V. A. (2011). *Codes of finance: Engineering derivatives in a global bank*. Princeton University Press.
- Martin, R. (2002). *Financialization of the daily life*. Temple University Press.
- Martin, R. (2013). After economy? Social logics of derivative. *Social Text*, 31(1), 83-106. <https://doi.org/10.1215/01642472-1958908>
- Marx, K. (1983). *O capital: Crítica da economia política*. Abril Cultural. (Trabalho original publicado em 1867)
- Maurer, B., Nelms, T. C., & Swartz, L. (2013). When perhaps the real problem is money itself! The practical materiality of Bitcoin. *Social Semiotics*, 23(2), 261-277. <https://doi.org/10.1080/10350330.2013.777594>
- Mauss, M. (2003). *Sociologia e antropologia*. Cosac & Naify. (Trabalho original publicado em 1950)
- Metri, M. (2014). *Poder, riqueza e moeda na Europa medieval: A preeminência naval, mercantil e monetária da sereníssima República de Veneza nos séculos XIII e XV*. Editora FGV.

- Morriss, A. (2008). Anarcho-Capitalism. In R. Hamowy (Ed.), *The Encyclopedia of Libertarianism* (pp. 13-14). Sage.
- Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system*. <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>
- Nicoletti, B. (2017). *The future of fintech: Integrating finance and technology in financial services*. Palgrave MacMillan.
- Nietzsche, F. (1998). *Genealogia da moral: Uma polêmica*. Companhia das Letras. (Trabalho original publicado em 1887)
- Paraná, E. (2020). *Bitcoin: A utopia tecnocrática do dinheiro apolítico*. Autonomia Literária.
- Rothbard, M. N. (2013). *Por uma nova liberdade: O manifesto libertário*. Instituto von Mises Brasil.
- Schumpeter, J. A. (2010). *Capitalism, socialism and democracy*. Routledge.
- Simiand, F. (2018). *A moeda, realidade social*. Edusp.
- Simmel, G. (2004). *The philosophy of money* (3a ed.). Routledge.
- Srnicek, N. (2018). *Platform capitalism*. Polity.
- Steiner, P. (2018). Simiand e a sociologia econômica da moeda. In F. Simiand, *A moeda, realidade social* (pp. 125-136). Edusp.
- Streeck, W. (2018). *Tempo comprado: A crise adiada do capitalismo democrático*. Boitempo.
- Théret, B. (2008). Os três estados da moeda: Abordagem interdisciplinar do fato monetário. *Economia e Sociedade*, 17(32), 1-28.
- Ulrich, F. (2014). *Bitcoin: A moeda na era digital*. Instituto von Mises Brasil.
- Varoufakis, Y. (2016). *O minotauro global: A verdadeira origem da crise financeira e o futuro da economia global*. Autonomia Literária.
- Waizbort, L. (2013). *As aventuras de Georg Simmel* (3a ed.). Editora 34; Programa de Pós-Graduação em Sociologia/Universidade de São Paulo.
- Weber, M. (1999). *Economia e sociedade: Fundamentos da sociologia compreensiva*. Editora UnB; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo. (Trabalho original publicado em 1921)
- Weber, M. (2004). *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. Companhia das Letras. (Trabalho original publicado em 1920)
- Zelizer, V. A. (1994). *The social meaning of money: Pin money, paychecks and other currencies*. Basic Books.

Artigo recebido em 13 de julho de 2020 e aprovado em 28 de abril de 2021.

Imprensa negra e cidadania: Conteúdos do *Correio Nagô*, *Mundo Negro* e *Nação Z*

Black Press and citizenship: Contents of Correio Nagô, Mundo Negro and Nação Z

■ VALMIR TEIXEIRA DE ARAUJO^a

Universidade Metodista de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. São Bernardo do Campo – SP, Brasil

CICILIA MARIA KROHLING PERUZZO^b

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Rio de Janeiro – RJ, Brasil

RESUMO

Este artigo discute a produção da imprensa negra no Brasil, do ponto de vista histórico e conceitual, dialogando com conceitos de cidadania e cidadania negra. Para tanto, apresenta-se um breve histórico da resistência negra, destacando a imprensa negra e os resultados de uma análise de conteúdo dos sites jornalísticos negros *Nação Z*, *Mundo Negro* e *Correio Nagô*, visando averiguar suas tendências temáticas e contribuições à ampliação da cidadania negra. As análises indicam uma importante contribuição da imprensa negra para a publicização de análises críticas sobre a situação do negro no Brasil, suas conquistas e direitos, bem como a priorização dessas temáticas favoráveis à igualdade social na busca pela ampliação da cidadania da população negra.

Palavras-chave: Imprensa negra, cidadania, negro, negritude, mídia alternativa

ABSTRACT

This article discusses the production of the black press in Brazil, from the historical and conceptual point of view, dialoguing with the concepts of citizenship and black citizenship. To this end, a brief history of black resistance is presented, highlighting a black press and the results of a content analysis of the black websites *Nação Z*, *Mundo Negro* and *Correio Nagô*, aiming to ascertain their thematic trends and contributions to the expansion of black citizenship. The analyzes indicate an important contribution of the black press to the publicization of critical analyzes of black people situation in Brazil, their achievements and rights, as well as the prioritization of these favorable themes to social equality in search for the expansion of black population citizenship.

Keywords: Black press, citizenship, black, blackness, media

^aDoutor em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e integrante dos grupos de pesquisa Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local (Comuni) e Núcleo de Pesquisa Jornalismo e Multimídia (Nepjor). Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-7843-3960>. E-mail: valmir.ptu@gmail.com.

^bProfessora visitante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Coordena o Núcleo de Estudos de Comunicação Comunitária e Local (Comuni). Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6384-8848>. E-mail: kperuzzo@uol.com.br

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

AS REFLEXÕES SOBRE as questões étnico-raciais brasileiras sempre foram destaque na imprensa negra, a partir de narrativas em que o negro aparece como protagonista. A imprensa negra brasileira, além de construir um noticiário crítico sobre a condição cidadã do negro no Brasil, expondo os processos discriminatórios e as violências a que essa população é submetida, tem buscado contribuir com o processo de conscientização da importância de valorização da negritude¹ e a discussão da questão da cidadania negra no Brasil.

¹ A compreensão de negritude utilizada neste trabalho está relacionada ao aspecto coletivo de um grupo étnico de pessoas – afrodescendentes – que buscam a conscientização e valorização da cultura, da identidade e da memória histórica do negro na sociedade brasileira.

A imprensa negra tem um papel importante nesse processo, pois desde os primeiros pasquins negros, impressos no século XIX (como o *Homem de Cor e Brasileiro Pardo*), uma de suas características mais marcantes tem sido a produção e difusão de conteúdos relacionados ao cotidiano dos povos negros no Brasil, que nem sempre foi/é devidamente retratado nos meios de comunicação tradicionais. A correlação da imprensa negra com as organizações civis do movimento negro é outra característica dos jornais negros brasileiros. Muitos desses meios de comunicação foram criados a partir de organizações negras, o que contribui para a compreensão de uma aproximação entre as pautas da imprensa negra e os posicionamentos da negritude segundo a perspectiva dos movimentos sociais pelo reconhecimento de direitos.

A partir dessa breve contextualização, destacamos o objetivo deste artigo: fazer um breve histórico da imprensa negra no Brasil e analisar o conteúdo de sites informativos negros para averiguar suas tendências temáticas e a contribuição para a ampliação da cidadania negra. Discutir a contribuição da imprensa negra se faz necessário, visto que, apesar do fim da escravidão, persistem mecanismos discriminatórios tanto na cultura como nas práticas cotidianas em todos os níveis da vida em sociedade. Para tanto, faremos uma contextualização histórica acerca da questão negra brasileira e, em seguida, discorreremos brevemente sobre o conceito e a história da imprensa negra brasileira, além de abordarmos os conceitos de cidadania e cidadania negra. Por fim, apresentaremos parte dos resultados da pesquisa de Araújo (2019) a partir dos conteúdos produzidos ao longo do ano de 2018 por três sites negros – *Nação Z*, *Mundo Negro* e *Correio Nagô* –, que contribuem com o debate sobre o papel dos meios de comunicação negros para a cidadania negra.

O trabalho foi elaborado a partir de uma pesquisa bibliográfica para a construção dos conceitos e discussões apresentadas e de uma análise de conteúdo, com base na abordagem de Bardin (2016), para a construção de uma categorização que nos permitiu realizar uma leitura mais ampla sobre os conteúdos produzidos pelos sites jornalísticos negros. Utilizamos o software Atlas.ti para

quantificar as palavras mais utilizadas nessas publicações, de modo a identificar as prioridades temáticas e permitir inferências sobre o tipo de jornalismo e sentidos narrativos presentes.

RESISTÊNCIA NEGRA: DOS QUILOMBOS AO MOVIMENTO SOCIAL NEGRO

A discussão sobre as lutas do negro no Brasil remonta ao período da escravidão brasileira (meados do século XIV até o ano de 1888). Desde o início desse processo houve um grande esforço de diversos atores dos impérios português e brasileiro, dentre eles, os meios de comunicação tradicionais, para naturalizar a escravidão, com uma fundamentação explicitamente racista sobre a inferiorização dos povos africanos e seus descendentes negros nascidos no Brasil. Como destaca Moura (1977), essas pessoas tiveram sua “cidadania confiscada pelo direito que identificava o escravizado a um móvel qualquer” (p. 10), o que por sua vez as levou a uma grande resistência, que nem sempre é devidamente destacada nos livros de história do Brasil.

As formas de resistência negra ao escravismo brasileiro podem ser divididas em *passivas* e *ativas*. Nas primeiras, podemos elencar o suicídio, a depressão psicológica (banzo), o assassinio dos próprios filhos ou de outros elementos escravizados, a fuga individual, a fuga coletiva e a organização de quilombos longe das cidades. Já no segundo grupo, temos as revoltas cidadinas pela tomada do poder político, as guerrilhas nas matas e estradas, a participação em movimentos antiescravagistas, a resistência armada dos quilombos às invasões repressoras e a violência individual ou coletiva contra senhores ou feitores (Moura, 1990, p. 251).

Um dos maiores símbolos dessa resistência foram os quilombos, que marcaram presença nos quase quatro séculos de regime escravocrata do Brasil, espalhados por todo o território brasileiro. Onde houve escravidão no Brasil, houve um movimento de resistência negra – a quilombagem, que ameaçava a base da estrutura de colonização, baseada na exploração do trabalho escravo. Os quilombos brasileiros funcionaram como um importante exemplo de comunidades engajadas na luta da resistência e reconhecimento do direito de liberdade do povo negro (Moura, 2014, p. 60).

Um quilombo importantíssimo – não apenas para os negros que o formaram, mas para toda a resistência à escravidão brasileira em razão de sua fortaleza e repercussão – foi Palmares, que existiu entre o final do século XVI e meados do século XVII, na Serra da Barriga, área do atual estado de Alagoas. O Quilombo dos Palmares resistiu a diversas investidas dos escravocratas da região e do próprio estado português, que precisou desenvolver uma verdadeira estratégia de guerra para derrotar Zumbi dos Palmares e seus liderados.

Apesar do êxito do governo português em destruir o Quilombo dos Palmares, a atividade quilombola só aumentou no Brasil a partir do século XVII, embora as dimensões da maior parte dessas comunidades fossem menores. Muitos quilombos brasileiros não perduravam, sobretudo aqueles criados próximos às áreas produtivas, pois eram vistos como uma ameaça à sociedade branca brasileira e ao sistema de exploração como um todo (Carvalho, 2002, p. 48). No entanto, comunidades quilombolas existem até os dias atuais em diferentes partes do Brasil.

O sistema escravocrata brasileiro precisou passar por modificações para se manter por mais de três séculos, principalmente no século XIX. Em 1850 o Brasil, que já era um dos únicos países escravocratas do mundo, precisou proibir o tráfico negreiro em resposta a uma grande pressão internacional. Depois, em 1871, veio a Lei do Ventre Livre, que concedia liberdade aos filhos de escravizados nascidos a partir daquela data, e em 1885 a Lei dos Sexagenários, que previa a liberdade aos escravizados com mais de 60 anos. Ambas foram avanços institucionais, mas o fato é que o Brasil foi o último país do continente americano a acabar com a escravidão. A demora foi tanta, que no ano da abolição, 1888, a maior parte da população negra brasileira já estava liberta (Carvalho, 2002, p. 47).

O movimento abolicionista contou com a participação de diversos setores da sociedade, principalmente estudantes, profissionais liberais como jornalistas e advogados, religiosos, dentre outros. Contudo, Moura (2014) chama a atenção para o papel do próprio negro como protagonista da resistência ao regime escravocrata: “Os escravos lutaram sozinhos de forma ativa e radical contra o instituto da escravidão” (p. 50). Diversas figuras negras tiveram papel importante no abolicionismo, mas destacamos aqui dois nomes muito recorrentes, Luiz Gama e José do Patrocínio, que, além de atuarem no ativismo dos movimentos, são apontados pela negritude como intelectuais, por suas contribuições textuais a partir de seus trabalhos como jornalistas e escritores.

A questão racial no Brasil não se encerra com a promulgação da Lei Áurea, em 13 de maio de 1888, pelo contrário, a partir desse momento histórico, cria-se a necessidade de discutir os conceitos raciais numa sociedade tão miscigenada como a brasileira. Num primeiro momento ganham força as teorias raciais, inspiradas no darwinismo social, que dominou parte do debate racial europeu durante o século XIX. Logo depois, vieram os estudos sobre a miscigenação que culminaram na ideologia da democracia racial brasileira (Schwarcz, 2012).

Desse modo, de um lado estava a *elite* intelectual brasileira, dominada por estudiosos brancos e inspirados nos pensadores europeus e norte-americanos,

e de outra parte a população negra, que continuava a se organizar para um enfrentamento político-discursivo. Nesse período, surgem diversas organizações do movimento negro, jornais negros e pensadores negros que sistematizam conhecimentos acerca da questão racial brasileira, sob a ótica da população negra. Apesar de não terem o devido reconhecimento e espaço para divulgação de suas proposições, essas produções tiveram um papel fundamental para a construção de uma visão crítica por parte da negritude brasileira, com ações denunciativas e reivindicatórias.

O movimento social negro brasileiro se organiza de forma mais sólida a partir da indignação de negros, que na condição de ex-escravizados ou de pessoas que já nasceram livres, continuavam marginalizados na sociedade brasileira. É importante destacar que, além de não terem acesso igualitário à educação nem direito ao voto e enfrentarem a escassez de postos de trabalhos, que passaram a ser ocupados por imigrantes brancos, muitos negros migraram para as grandes cidades e foram aglomerados nas periferias das capitais, sobretudo São Paulo e Rio de Janeiro, localidades, entre outras, onde o movimento negro brasileiro era mais estruturado.

De acordo com Domingues (2007), para reverter a marginalização, muitos negros “instituíram os movimentos de mobilização racial negra no Brasil, criando inicialmente dezenas de organizações (grêmios, clubes ou associações) em alguns estados da nação” (p. 103). Uma vez que essas entidades negras não encontravam espaço na imprensa tradicional, criaram, então, seus próprios meios de comunicação, o que permitiu o surgimento de dezenas de jornais da imprensa negra nas primeiras décadas do século XX.

O movimento negro brasileiro foi perseguido durante o período *duro* do governo Vargas, principalmente a partir de 1940, e mais ainda na ditadura militar instaurada após o golpe de 1964. Assim, a reorganização dos movimentos sociais ocorreu simultaneamente às mudanças nas estruturas das entidades de classe, sindicatos, grupos estudantis e jornais negros nas décadas de 1970 e 1980. Essa mobilização negra ganha outra perspectiva, a partir de um ato público de homens e mulheres negras, ocorrido em 7 de julho de 1978, nas escadarias do Teatro Municipal de São Paulo, em reação à violência racial, em especial à discriminação sofrida por quatro garotos negros de um time infantil de vôlei da capital paulista e à prisão, tortura e morte de Robison Silveira da Luz, homem negro acusado de roubar frutas numa feira – na Figura 1, imagem do texto referente ao ato publicado no *Portal Geledés*. Naquele momento foi criado o Movimento Negro Unificado (MNU), entidade que exerceu papel importante na inclusão da pauta racial na Constituição Brasileira de 1988.

Figura 1
Imagem do Portal Geledés



Nota. Captura de tela do Portal Geledés, 2021.

Os avanços de políticas raciais a partir da década de 1980 têm relação direta com movimento negro, a exemplo da sinalização democrática na Constituição de 1988, com a proposição das políticas afirmativas, como as cotas para estudantes negros em universidades e no serviço público, além da criminalização do racismo e da injúria racial. Toda a mobilização negra, desde a resistência à escravidão até as políticas afirmativas, aponta para o forte protagonismo negro que normalmente não é ressaltado na história do Brasil.

IMPrensa negra brasileira

Apesar de ausentes em grande parte dos estudos sobre a história da imprensa brasileira, os periódicos negros surgiram ainda no século XIX, poucos anos

após a instalação do primeiro periódico do Brasil. O tempo entre a criação do primeiro jornal brasileiro e do primeiro pasquim negro, ambos na cidade do Rio de Janeiro, é de apenas 25 anos: *O Correio Braziliense* foi criado em 1808 e *O Homem de Cor*, em 1833; depois, em 1876, no Recife (PE), surge o jornal negro *O Homem: Realidade Constitucional* – todos criados antes mesmo do fim da escravidão no Brasil, em 1888.

Como mostra Moura (2014), os primeiros jornais negros tiveram uma importância incontestável para a negritude e para a sociedade brasileira, por reivindicarem a incorporação do negro nos espaços, sobretudo de trabalho. Contudo, o autor destaca que essas publicações não se dedicavam, necessariamente, às questões dos escravizados: “Esses jornais não se erguiam e colocavam nas suas colunas o problema dos negros escravos, reivindicando abolição e o fim trabalho servil” (p. 210). Os jornais negros que coexistiram com o período escravocrata eram produzidos e consumidos por pretos e mestiços livres, que buscavam respeito e melhores condições de vida.

A pauta abolicionista esteve presente em outros jornais no século XIX, que não são considerados pertencentes à imprensa negra, mas nos quais destacadas figuras abolicionistas negras atuaram: Luiz Gama nos jornais paulistas *A Pátria* e *O Progresso*; José do Patrocínio e José Ferreira de Menezes, respectivamente, na *Gazeta de Notícias* e na *Gazeta da Tarde*, ambos no Rio de Janeiro, dentre outros, conforme Pinto (2010). Essa autora também admite a contribuição dos abolicionistas não negros, como Joaquim Nabuco – mais aceito pela elite intelectual do período que os escritores negros –, que também atuou como jornalista, defendendo o fim da escravidão.

Após o fim da escravidão no Brasil, em 1888, as movimentações da negritude se institucionalizam, com o movimento negro e a expansão dos jornais negros criados por grupos ou organizações de negros. Logo nas primeiras décadas do século XX, a negritude, por meio dos movimentos sociais, passa a reivindicar mudanças a partir da perspectiva negra e os jornais negros são importantes para colocar em pauta questões sobre a temática racial, em um período de forte disseminação da ideologia da democracia racial brasileira e sua crença da miscigenação como salvação do futuro do país. Gomes (2012) destaca que a imprensa negra atua nesse período para romper o *imaginário racista*, com publicações com “papel educativo, [que] informavam e politizavam a população negra sobre os seus próprios destinos rumo à construção de sua integração na sociedade da época” (p. 736).

Durante as décadas de 1960 e 1970, a imprensa negra é fortemente reduzida devido à repressão da ditadura militar, sobretudo porque as organizações do movimento negro perderem sua legitimidade. Uma nova fase da imprensa negra

é inaugurada, visto que muitos jornais negros tiveram de existir na clandestinidade até a abertura política, iniciada em 1985. A imprensa negra no período da redemocratização brasileira se mantém numa posição de alinhamento com a negritude e as reivindicações pela inclusão da temática racial na Constituição de 1988. Os jornais negros acompanham a crise dos meios impressos do final do século XX e ressurgem em formato digital a partir dos anos 2000.

A perspectiva histórica do Brasil aponta para a existência de uma imprensa negra que, desde o século XIX, vem desempenhando um papel diferenciado no tratamento da temática racial na realidade brasileira. Partindo dessa perspectiva, é possível buscar uma conceituação para imprensa negra atrelada ao papel contributivo desses meios de comunicação para a negritude e a sociedade ao longo da história brasileira. Os conceitos sobre imprensa negra são variados, tendo em vista o formato (alternativo ou comercial) e a localidade (brasileira ou norte-americana). Em conformidade com Araújo (2019), a imprensa negra pode ser entendida como “veículos de comunicação especializados na temática racial, na luta contra o racismo e comprometidos com a construção de narrativas negras sobre os diversos assuntos (economia, política, esportes, cultura, dentre outros)” (p. 213).

A caracterização de muitos desses canais como alternativos vai ao encontro de suas propostas de oferecer uma abordagem diferenciada do que é veiculado sobre a temática racial pela imprensa tradicional, justamente em razão de suas conexões com a negritude. Para Peruzzo (2008), o sentido de jornalismo alternativo está mais associado aos canais de comunicação que oferecem conteúdos diferenciados ou especializados: “o que caracteriza o jornalismo como alternativo é o fato de representar uma opção enquanto fonte de informação, pelo conteúdo que oferece e pelo tipo de abordagem” (p. 5). Nesse sentido, compreende-se que boa parte da imprensa negra brasileira é alternativa, em razão de seu comprometimento com os sujeitos e temáticas tratados de forma subalternizada pela sociedade e pela imprensa tradicional.

Importa destacar os conceitos já apresentados por alguns dos estudiosos sobre a temática: Moura (2014) destaca a imprensa negra como portadora de uma “linguagem alternativa, devendo ser considerad[a], dentro da estrutura da expressão, uma parte da cultura brasileira” (p. 249). Para Bastide (1983) “a imprensa negra nasce do sentimento de que o preto não é tratado em pé de igualdade com o branco; sua primeira tarefa será, pois, ser um órgão de protesto” (p. 34). Pinto (2010), destaca serem os “jornais negros, feitos por negros, para negros, veiculando assuntos de interesse da população negra” (p. 19).

A partir dessas contribuições, foi possível propor uma conceituação sobre imprensa negra, no sentido da concepção de veículos de comunicação focados

na produção de conteúdo jornalístico em que o negro é apresentado como protagonista dos acontecimentos e discussões, ainda que essas não tenham relação direta com as questões raciais, destacando a expressão e a visão de mundo do negro sobre os diversos assuntos, contribuindo assim com a visibilidade da negritude, como também para com uma pluralidade de ideias no debate público (Araújo, 2019). A conceituação da imprensa negra é ampla, plural e passa por um estágio de concretude, apesar disso, reiteramos nossa compreensão de que se trata de veículos de comunicação produtores de conteúdo jornalístico em que o negro é apresentado como protagonista dos acontecimentos e discussões, em temáticas raciais e não raciais.

CIDADANIA NEGRA: DIREITOS, DEVERES E PARTICIPAÇÃO

A discussão da temática negra e as reivindicações dos movimentos sociais negros estão relacionadas ao debate sobre cidadania, a partir do conceito do desenvolvido, cunhado pelo sociólogo britânico Thomas Humphrey Marshall. “A cidadania é um status concedido àqueles que são membros integrantes de uma comunidade”, afirma Marshall (1963, p. 76), que analisou o desenvolvimento da cidadania na Inglaterra, a partir de três momentos históricos: a conquista dos direitos civis, ainda no século XVIII; os direitos políticos do século XIX, e os direitos sociais no século XX.

Conforme Liszt Vieira (2000), Marshall analisou a noção de cidadania na sociedade inglesa e apontou a existência de gerações de direitos como forma de demonstrar a evolução na compreensão e no reconhecimento da cidadania. Vieira explica que originalmente foram pensadas três gerações de direitos: os civis, conquistados no século XVIII, e os políticos, no século XIX, são os de primeira geração (pp. 22-23). Os direitos sociais e econômicos, conquistados do século XX, relativos ao trabalho, saúde, educação, seguro-desemprego, aposentadoria etc., correspondem a uma segunda geração. A terceira geração de direitos, também conquistados no século XX, refere-se ao direito coletivo (e não apenas o individual), ou seja, o direito de grupos humanos, coletividades étnicas, nações etc., em suas autodeterminações e necessidades, como os direitos à paz, proteção do meio ambiente, saúde pública e assim por diante.

Estudos subsequentes avançam na caracterização do status da cidadania e apontam os direitos relacionados à bioética como de quarta geração, também reconhecidos no século XX, que significam: “impedir a destruição da vida e regular a criação de novas formas de vida em laboratório pela engenharia genética” (Vieira, 2000, p. 23).

E a comunicação? Como situá-la no contexto das gerações de direitos? Ela está imbricada em todas as dimensões e gerações mencionadas, mas, como disse Peruzzo (2013), é chegada a hora de:

reivindicar que o direito à Comunicação seja percebido como geração específica de direitos humanos, de quinta geração: direitos comunicacionais ou direito à comunicação. Essa reivindicação se justifica em razão do papel central que historicamente os meios de comunicação e as tecnologias de informação e comunicação eletromagnéticos e digitais, tais como o rádio, a televisão, a informática e a internet, exercem na sociedade. A sua legitimação como dimensão específica de direitos humanos ajudaria a fortalecer as lutas pela democracia da comunicação, ou seja, da democratização do poder de comunicar. Seria um indicativo para modificar alterações das leis para possibilitar as classes subalternas o poder de gerarem e de usufruir da produção cultural e informativa, e do conhecimento. (p. 172)

O reconhecimento dos direitos civis está relacionado com o espírito de *liberdade individual*, que é discutido na Inglaterra desde o século XVII. Para Vieira (2000), a sociedade inglesa só passa a reconhecer os direitos civis, isto é, os direitos garantidos por leis aos cidadãos, no século XVIII, a partir de uma visão liberal, que exalta a ideia de cidadão livre: “o cidadão é concebido, pela teoria liberal, como um indivíduo dotado de liberdade e responsável pelo exercício de seus direitos. A cidadania encontra-se, assim, estreitamente relacionada à imagem pública do indivíduo como cidadão livre” (p. 38). O reconhecimento dos demais direitos decorre de lutas sociais expressivas ao longo da história, no contexto das concepções de cidadania do mundo ocidental.

Ao refletir sobre as gerações de direitos de cidadania, é patente a necessidade de destacar a importância da comunicação e das mídias nas mobilizações sociais. A mobilização e a articulação social fazem parte das lutas pela conquista e ampliação dos direitos, razão pela qual os grupos humanos incluem as formas de comunicação direta e o empoderamento de meios (canais) de comunicação nos processos de comunicação desenvolvidos entre si, com a sociedade e com o Estado, visando à igualdade na distribuição dos direitos de cidadania. Para tanto, cresce a noção de direito à comunicação também como direito de grupos humanos, movimentos sociais populares e associações civis sem fins lucrativos ao acesso aos meios de comunicação na condição de emissores.

As liberdades de informação e de expressão postas em questão na atualidade não dizem respeito apenas ao acesso da pessoa à informação como receptor . . . nem apenas no direito de expressar-se por “quaisquer meios” – o que soa vago, mas

de assegurar o direito de acesso do cidadão e de suas organizações coletivas aos meios de comunicação social na condição de emissores – produtores e difusores – de conteúdos. Trata-se, pois, de democratizar o poder de comunicar. (Peruzzo, 2005, p. 28)

A partir dessa breve contextualização, é possível considerar a cidadania como um direito em construção. Os movimentos sociais negros têm como objetivo justamente a busca por esses direitos para os diversos segmentos da população negra, alheios a eles, principalmente ao atuar na luta contra o preconceito e os resquícios dos séculos de escravidão. Essa conquista de cidadania para os negros, a qual denominamos cidadania negra, passa, necessariamente, pela negação do racismo e da condição de escravizados dos povos negros em diversas sociedades ocidentais até o século XIX, mesmo período em que as metrópoles, como Inglaterra e França, discutiam o sentido de cidadania a partir de direitos civis e até políticos de seus populares, majoritariamente brancos e livres. Na sociedade brasileira, as discussões sobre cidadania chegaram com certo atraso e certamente o fato de o país ter sido o último do continente americano a pôr fim à escravidão negra colaborou muito para tal atraso.

Conforme Guimarães (2012), apesar de a sociedade brasileira ter sido influenciada pelos ideais das revoluções inglesas e francesas, sobretudo em seu processo de intendência, exaltando o sentido de liberdade, ela não absorveu plenamente a igualdade de direitos civis e políticos. “A racionalização e percepção das mesmas como raças, passaram a ser justificativas para garantir a negação desses direitos de cidadania e permitir a continuidade da escravidão ou do servilismo como modo de produção e como relação de trabalho”, destaca Guimarães (2012, p. 14).

Para nós, a própria literatura, ao reproduzir o vocábulo *raça* e expressões como *raça negra*, demonstra a incorporação de visões científicas que, embora tenham se tornado dominantes, já foram refutadas por estabelecerem distinções atualmente vistas como improcedentes por pesquisas científicas, pois só existe uma raça, a humana. Nas palavras oficiais do Laboratório de Demografia e Estudos Populacionais (Ladem, 2019), do Departamento de Geociências da Universidade Federal de Juiz de Fora: “Só existe uma raça e ela surgiu na África. . . . Nem branca, nem negra, amarela ou vermelha. Na face da Terra existe uma única raça: a humana. Todos nós fazemos parte dela” (para. 1).

A escravidão do povo negro precisa ser encarada como uma das maiores afrontas à ideia de cidadania, principalmente por se fundar em um conceito máximo de desigualdade, uma vez que aceitava a ideia de que um homem podia ser *dono* do outro e ser mantido nessa condição por um processo de extrema

violência. “A escravidão, em primeiro lugar, legitimou a inferioridade, que de social tornasse natural, e, enquanto durou, inibiu qualquer discussão sobre cidadania”, afirma Schwarcz (2012, p. 37). A autora diz que é possível compreender a pessoa escravizada como um “não cidadão”, em antagonismo ao cidadão branco, em alguns casos com direitos civis e políticos garantidos.

E essa situação não é automaticamente alterada com o fim da escravidão e a conquista da liberdade. Moura (2014), ao tratar a situação do negro, após a fim da escravidão, afirma que a sociedade brasileira criou mecanismos para que os ex-escravos e seus descendentes “não encontrassem oportunidade no mercado de trabalho, na interação social global, tendo um espaço social no qual lhe permitiam uma circulação restrita” (p. 210). Segundo o autor, esse tratamento concedido ao negro é fundamental para explicar a situação de marginalização e mesmo as adversidades em termos de personalidade desse povo.

Com a abolição, esperava-se que o negro passasse a ser *dono do seu próprio nariz*, tivesse direito à vida, pudesse ir e vir (ter liberdade) e tivesse o direito de adquirir bens, ou seja, conquistasse os direitos civis, na perspectiva de Marshall (1963). Contudo, observa-se que a situação foi completamente diferente para parte significativa dos ex-escravizados e seus descendentes, que, em vez das correntes de outros tempos, passaram a ser oprimidos pela discriminação a partir da cor da pele e da condição social. Além disso, havia a falta de oportunidades e omissão estatal, legitimada como política de Estado (Munanga, 1999) – no sentido de não garantir as condições de sobrevivência e de desenvolvimento a essa população –, por meio de um processo eugenista voltado para o processo de mestiçagem da população brasileira a partir de um forte incentivo à imigração europeia.

Para Guimarães (2012), é possível destacar três momentos históricos na discussão sobre a cidadania negra no Brasil. O primeiro é “a conquista da liberdade individual”, com o fim da escravidão, que, apesar de não se traduzir no que o autor chama de “cidadania política ativa” (p. 36), foi por si só um grande avanço civilizatório para os negros e a sociedade como um todo, uma vez que impede a propriedade de uma pessoa sobre a outra, em razão da cor da pele e da condição social. Na sequência, o autor destaca a década de 1930, com o Estado Novo, quando ocorre “o reconhecimento do legado cultural da raça negra [*sic*], [ao qual] juntaram-se os direitos sociais do trabalhador urbano”, ainda que de forma compromissada com os ideais da democracia racial, na qual a cidadania é regulada, a partir da “nacionalização das culturas étnicas e raciais e recusa ao racismo” (p. 36).

A população negra ficou distante da obtenção dos direitos civis na sociedade brasileira após a abolição e a consequência disso se reflete na atualidade, com

os pretos e pardos ocupando as piores posições em qualquer indicador relacionado à qualidade de vida, sendo as maiores vítimas da violência, recebendo a menor remuneração pelo trabalho e, ao mesmo tempo, ocupando espaços quase inexpressivos em instâncias de decisão e poder, no serviço público, nas empresas privadas ou na atuação em profissões com melhor remuneração. Mesmo passados pouco mais de 130 anos da abolição, os negros permanecem na base da pirâmide social e econômica do Brasil.

As desigualdades de oportunidade em educação e emprego e, simultaneamente, a discriminação fundamentada no mito da democracia racial, que convenceu sobretudo o cidadão não negro, dirimiram a possibilidade de debates e ações efetivas contra o racismo na sociedade brasileira de modo geral. Assim, a população negra esteve praticamente só na luta por melhores condições de vida, uma vez que Estado brasileiro pouco agiu em mais de um século, no que diz respeito a ações em prol especificamente dos negros. “A população negra teve que enfrentar sozinha o desafio da ascensão social e, frequentemente, precisou fazê-lo por rotas originais como o esporte, música e dança”, afirma Carvalho (2002, p. 53).

O Brasil, a partir de uma república liberal, negou-se a barrar o processo de deformidades raciais criadas pelos séculos de escravidão, deixando o negro em uma situação deplorável, mesmo após a abolição, como bem destaca Guimarães (2012), acrescentando ainda que “a subcidadania da maioria dos negros e mestiços evitou por muito tempo que as raízes raciais da hierarquia social fossem visíveis” (p. 16). Para esse autor, uma *segunda abolição* era necessária.

Ao invés disso, o Estado brasileiro atuou por uma política de branqueamento da população, por meio de incentivo à imigração de europeus nas décadas pós-abolição e se amparou no discurso da democracia racial, que tem grande efeito ideológico até a atualidade. É possível considerar que o Brasil não apenas negou os direitos sociais à população negra, como também agiu contra essa conquista, uma vez que trabalhou pela disseminação da ideologia da democracia racial e, com isso, pelo discurso e isenção do Estado com as responsabilidades de combate ao racismo (Almeida, 2018, p. 69).

A partir dos anos 1980 – um século após a escravidão – a questão do negro, por esforço desse segmento populacional, consegue finalmente ser alçada ao âmbito do Estado, ou seja, a aquisição dos direitos sociais começa a ser discutida. As ações afirmativas podem ser encaradas como formas de garantia dos direitos sociais à população negra, uma vez que a sociedade brasileira como um todo tem uma dívida histórica com essas pessoas, seja pelos séculos de escravização, seja pela negação de oportunidades de desenvolvimento, mesmo após a abolição. Guimarães (2012) destaca o avanço na denúncia do racismo e das

práticas racistas estruturadas na sociedade brasileira como fundamentais para se avançar na cidadania negra, pois a partir desse processo as desigualdades podem ganhar cor e raça, assim como gênero e orientação sexual, “para serem combatidas” (p. 37).

É possível avaliar que não é assegurada a cidadania a inúmeras mulheres e homens negros brasileiros em razão da falta de direitos civis, tendo em vista que muitos não têm sequer o direito à vida, sendo as maiores vítimas da violência. Além disso, existe a falta de direitos políticos, pois não lhes são garantidos espaços nas instâncias do poder público, e a negação dos direitos sociais, uma vez que as oportunidades básicas de educação, saúde, moradia digna e emprego não são garantidas a todos. Contudo, a construção da consciência sobre a necessidade de uma cidadania negra já se faz presente.

CONTEÚDOS DA IMPRESSA NEGRA

Para melhor compreender e evidenciar a contribuição da imprensa negra para a cidadania dos povos negros, discutiremos sobre os conteúdos de três sites jornalísticos negros da atualidade de diferentes regiões brasileiras: *Correio Nagô* (Bahia), *Mundo Negro* (São Paulo) e *Nação Z* (Rio Grande do Sul). No intuito de aproximar o debate quanto à produção da imprensa negra das boas práticas do jornalismo, abordaremos também os aspectos gerais das matérias produzidas pelos sites negros, como a autoria das produções, as fontes e os gêneros jornalísticos. Por fim, com o auxílio da análise de conteúdo, desenvolveremos considerações sobre essas publicações e a contribuição da imprensa negra na busca pela cidadania dos povos negros.

Os canais negros destacados neste trabalho – *Correio Nagô*, *Mundo Negro* e *Nação Z* – foram escolhidos a partir de um estudo exploratório sobre a imprensa negra brasileira, por meio do qual foram identificados como os veículos de comunicação mais antigos em suas respectivas regiões – Sudeste, Nordeste e Sul (não identificamos jornais negros nas demais regiões). Os sites podem ser considerados jornalísticos justamente por se colocarem como intermediadores, apesar de produzirem conteúdos opinativos, assim como a imprensa tradicional, e de assumirem uma posição de aproximação com as pautas da negritude e do movimento negro.

O site negro mais antigo que foi identificado na região Nordeste é o *Correio Nagô*, criado em Salvador (BA) em 2008 e apresentado como um dos veículos de comunicação do Instituto Mídia Étnica. Já o *Mundo Negro* se apresenta como um dos canais negros pioneiros no formato digital no Brasil, criado em 2001 em São Paulo, sem vinculação explícita a nenhuma instituição. Por fim, o

representante da região Sul é o site *Nação Z*, criado em 2003 em Porto Alegre (RS), conciliando o site (objeto de análise) e uma edição impressa confeccionada pela Ilu Editora. Para a pesquisa, foram levantadas todas as publicações dos três sites negros referentes ao ano de 2018, com o foco nos textos publicados (matérias), nos quais foi possível identificar 503 conteúdos: 210 no *Correio Nagô*, 166 no *Mundo Negro* e 127 no *Nação Z*.

Na observação sobre a produção, foi possível destacar as palavras mais recorrentes nesses textos, com o suporte do software Atlas.ti. Com base nas 503 matérias dos três sites analisados e excluindo artigos, preposições, verbos, nomes dos veículos de comunicação e dos autores dos textos, foi possível destacar as trinta palavras mais recorrentes. Conforme a Tabela 1, as palavras, mais recorrentes foram: *negra* (1209 aparições), *negras* (909), *negros* (899) e *mulheres* (894), além de *racismo*, *história*, *luta*, *direitos humanos*, entre outras, com mais quatro centenas de menções – destaque que evidencia a importância de temáticas relacionadas à negritude nesses sites, o que já nos permite mensurar o papel da imprensa negra no debate público, e corrobora a visão de Bastide (1983) de que os jornais negros tendem a “valorizar tudo que é negro” (p. 146).

Tabela 1

Termos recorrentes nas publicações

Sites	Termos recorrentes
Correio Nagô	Mídia (495), mulheres (469), étnica (459), negra (417), vida (331), social (299), Salvador (273), luta (272), direitos humanos (267), Rio de Janeiro (267) e Bahia (264).
Mundo Negro	Negros (507), negra (479), negras (469), Facebook (402), racismo (237), pessoas (232), produtora (211), projeto (207), Twitter (179) e mulheres (173).
Nação Z	Negro (346), música (334), cena (323), Porto Alegre (314), negra (313), prêmio (298), história (273), mulheres (252), Projeto (241), racismo (239).
Todos	Negra (1209), negras (909), negros (899), mulheres (894), projeto (642), racismo (631), mídia (538), pessoas (538), música (537), prêmio (532), social (524), Rio de Janeiro (520), história (497), vida (473), mulher (471), étnica (469), Facebook (440), somos (439), luta (426), direitos humanos (418), Bahia (376), cena (361), Salvador (354), rede (353), Twitter (339), nacional (333), teatro (331), Porto Alegre (321), comunidade (315) e África (310).

Nota. Elaborado pelos autores.

Para melhor entender a menção de destaque às mulheres negras no noticiário, destacamos a publicação do *Mundo Negro* de 10 de julho de 2018, com o título: “Corpo e Ancestralidade: Como Construir Autoestima Sendo Negra de Pela [sic] Escura?” (Fonseca, 2018). Na publicação evidencia-se a preocupação com o protagonismo da mulher negra. Importa ressaltar que as palavras *negra* e

negras também são utilizadas para se referir à *população*, *pessoas* ou *juventude*, sentido em que também estão inseridos os homens negros.

A recorrência dos termos mencionados e de temáticas que apontam para desafios vivenciados pela população negra nos sites negros vai ao encontro do que defende Guimarães (2012) ao discutir a cidadania negra, destacando a importância de se avançar na denúncia do racismo e das práticas racistas estruturadas na sociedade, para que essas possam ser “combatidas” (p. 37). Em outras palavras, a imprensa negra contribui com a exposição crítica de práticas racistas a partir de uma abordagem atenta dos direitos de cidadania, como no caso da matéria sobre o genocídio negro que ocorre, sobretudo, nas áreas periféricas das grandes cidades e que tem sido reportado de modo tendencioso e sensacionalista pela imprensa tradicional.

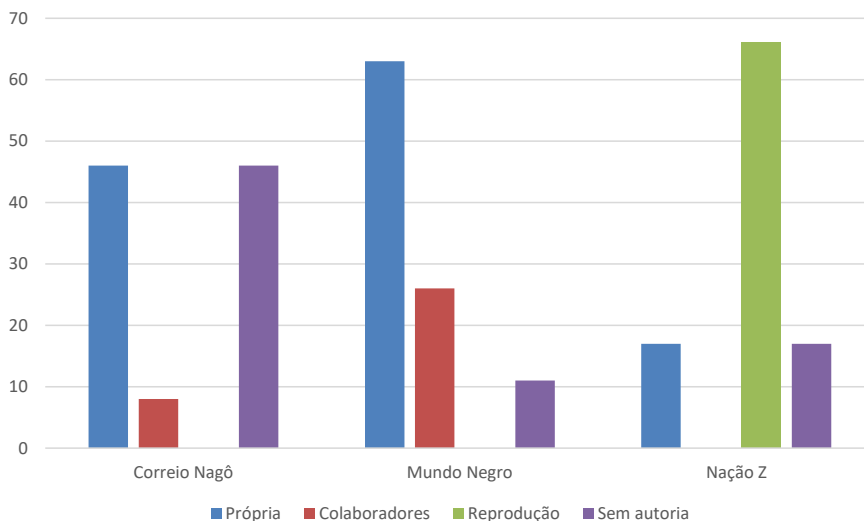
Outras palavras muito recorrentes nas matérias são: *projeto* (642), *racismo* (631), *mídia* (538), *pessoas* (538), *música* (537) e *prêmio* (532). Destaca-se a palavra *racismo*, que demonstra o comprometimento da imprensa negra com o combate às práticas racistas e a contestação da ideologia da *democracia racial*. Como exemplo temos a publicação do dia 9 de setembro de 2018, do *Mundo Negro*, com o título: “Racismo cotidiano leva ao estresse agudo, ansiedade e depressão” (Nascimento, 2018). O texto destaca a existência do racismo e os possíveis reflexos psicológicos para as vítimas desse processo.

Na observação do conjunto dos aspectos jornalísticos das publicações, é razoável considerar que a existência de boas práticas jornalísticas pode colaborar para um jornalismo de qualidade. Para essa discussão foram analisadas todas as publicações dos três sites em novembro de 2018 (mês da Consciência Negra). Ao todo foram 49 matérias (24 do *Correio Nagô*, 19 do *Mundo Negro* e 6 do *Nação Z*) em que se observaram as autorias, os tipos de fontes jornalísticas (Lage, 2001) e a diversificação dos gêneros jornalísticos (Marques de Melo & Assis, 2010).

Quanto à autoria das publicações, foi possível observar, conforme a Figura 2, uma proporção considerável de conteúdos próprios produzidos pelos sites *Correio Nagô* e *Mundo Negro*, com 46% e 63%, respectivamente. Já no *Nação Z*, apenas 17% dos conteúdos são de autoria própria. A autoria própria aponta para a autonomia do veículo de comunicação em relação à produção de conteúdo.

Já as matérias escritas por colaboradores representaram 8% das publicações do *Correio Nagô* e 20% do *Mundo Negro* e não foram registradas no *Nação Z*. Em muitos casos, os colaboradores são jornalistas negros que atuam em outras atividades e escrevem matérias para a imprensa negra de forma colaborativa, como Laísa Gabriela de Sousa, que fez um texto exclusivo, “Com o Tema ‘Agbára Dúdú’, MAST Celebra a Consciência Negra na XXVI Semana de Astronomia”, publicado no dia 13 de novembro de 2018, no *Mundo Negro*.

Figura 2
 Autoria das publicações

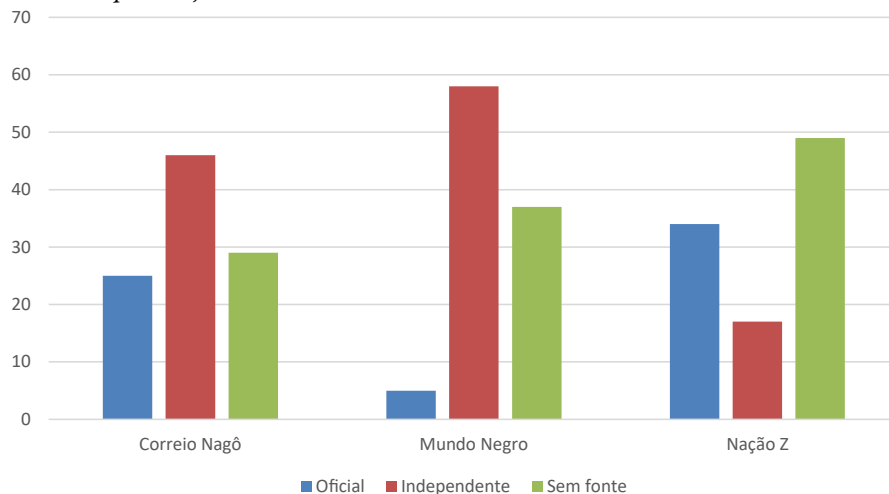


Nota. Elaborada pelos autores.

A participação efetiva de colaboradores na elaboração dos conteúdos na imprensa negra da atualidade pode ser destacada como semelhante ao que ocorria nos canais negros brasileiros do passado. Conforme Bastide (1983, p. 131), a imprensa negra brasileira apresentou dificuldades de estruturação e por essa razão vários jornais foram criados a partir de órgãos do movimento negro e muitos contaram com o trabalho colaborativo. Os dados levantados apontam que a colaboração continua sendo importante para a imprensa negra brasileira.

Também foram observadas as matérias sem autoria e de reprodução, isto é, elaboradas por assessorias de comunicação de órgãos e entidade, que foram reproduzidas pelo site e creditada a fonte de informação original. Dentre os conteúdos sem identificação, 47% dizem respeito ao *Correio Nagô*, 11% ao *Mundo Negro* e 17% ao *Nação Z*. Já as matérias identificadas como de reprodução foram identificadas apenas no *Nação Z*, respondendo por 66% do conteúdo produzido, percentual que pode ser considerado alto, o que não aponta para boas práticas de jornalismo investigativo.

Outro ponto explorado na pesquisa refere-se aos tipos de fontes jornalísticas usadas nas matérias, com base em Lage (2001, p. 62), que as classifica em fontes oficiais (poder público ou organizacional), oficiosas (organizações independentes), de especialistas (figuras capacitadas a falar sobre o assunto), dentre outras. Com base numa amostragem de 49 matérias difundidas no mês de novembro de 2018, identificamos textos com fontes oficiais, independentes e sem fontes.

Figura 3*Fontes das publicações*

Nota. Elaborada pelos autores.

A Figura 3 evidencia que as fontes independentes foram as mais utilizadas no conjunto de matérias analisadas, representando 46% das publicações do *Correio Nagô*, 58% do *Mundo Negro* e 17% do *Nação Z*, o que aponta para uma caracterização diferenciada da imprensa negra, ao buscar a construção de narrativas a partir de personagens identificados com sua linha editorial. Como exemplo, temos o texto “Qual a Diferença entre o Cinema Produzido por Mulheres Negras no Brasil e na África?” (Malia, 2018), publicado no dia 22 de novembro de 2018 pelo *Correio Nagô*, construído com base nas narrativas dos próprios cineastas brasileiros e africanos desvinculados que não representam governos ou organizações, mas que têm propriedade para tratar do assunto específico da matéria.

Na contramão do que ocorre na imprensa tradicional, especialmente ao discorrer sobre questões étnico-raciais, as fontes oficiais foram utilizadas de forma minoritária nos sites negros. Conforme Araújo e Silva (2017, p. 13), a maior parte das matérias sobre a temática racial dos sites G1 e R7 utilizam exclusivamente fontes oficiais para a elaboração das matérias. Já na imprensa negra, apenas 25% das publicações do *Correio Nagô* utilizaram fontes oficiais, 5% no *Mundo Negro* e 34% do *Nação Z*, o que aponta para uma independência desses canais em relação aos órgãos oficiais no que se refere à produção de conteúdos.

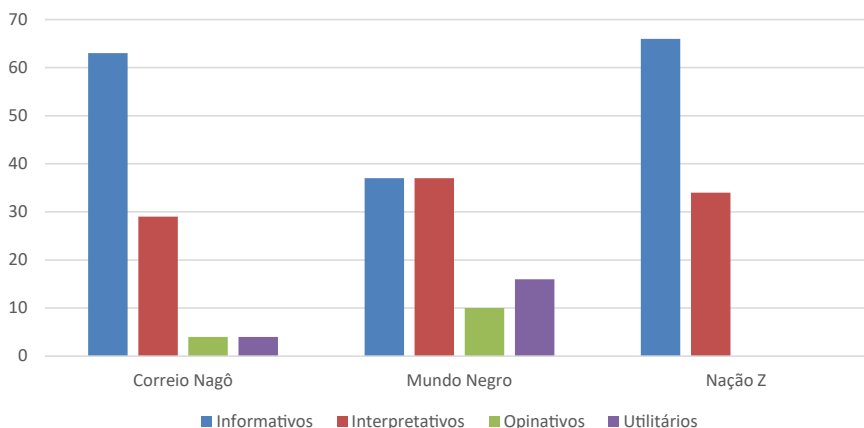
Ao destacar personagens negros, a imprensa negra acaba por colaborar com o que Ribeiro (2017) denomina como “lugar de fala” nas discussões, tendo em vista que contribui com os grupos que não tiveram condições sociais que possibilitassem o acesso a determinados espaços: “Não se trataria de afirmar as

experiências individuais, mas de entender como o lugar social que certos grupos ocupam restringe oportunidades” (p. 61), destaca, ao falar sobre lugar de fala.

Já as matérias sem fontes identificadas são bem recorrentes no conjunto da imprensa negra analisada, com 29% das publicações do *Correio Nagô*, 37% do *Mundo Negro* e 49% do *Nação Z* (a categoria mais recorrente desse canal). O expressivo número de matérias nessas condições certamente também pode ser considerado um indicativo negativo ao se considerar as boas práticas do jornalismo, uma vez que as fontes podem contribuir para a credibilidade das publicações.

De acordo com Marques de Melo e Assis (2010, p. 45), para melhor compreender a produção dos conteúdos jornalísticos, estes podem ser verificados por classes (ou gêneros) e divididos nas seguintes funções: gênero informativo (função de vigilância social), opinativo (fórum de ideias), interpretativo (papel educativo e esclarecedor), diversional (distração e lazer) e utilitário (auxílio nas tomadas de decisões cotidianas). Com base nessa classificação, foi possível identificar o gênero informativo em destaque nas produções da imprensa negra analisada.

Figura 4
Gêneros das publicações



Nota. Elaborada pelos autores.

Conforme a Figura 4, foram identificadas como informativas 63% das matérias produzidas pelo *Correio Nagô*, 37% das publicações do *Mundo Negro* e 66% do *Nação Z*. Levando em consideração a *função de vigilância* desse gênero (Marques de Melo & Assis, 2010, p. 49), os conteúdos relativos a essa categoria referem-se a acontecimentos relacionados à negritude que em muitos casos estão ausentes na imprensa tradicional. Por exemplo, os outros gêneros jornalísticos podem contribuir de maneira mais efetiva para uma discussão mais ampla

sobre as problemáticas da negritude, demonstrando haver certa limitação desses conteúdos, uma vez que o gênero informativo é o mais recorrente.

Os textos interpretativos, tendo em vista seu papel educativo e/ou esclarecedor (Marques de Melo & Assis, 2010, p. 49), certamente contribuem para uma discussão mais ampla sobre a questão racial. Conforme a Figura 3, esse gênero representou 29% das matérias do *Correio Nagô*, 37% no *Mundo Negro* (mesmo percentual do informativo) e 24% do *Nação Z*, indicativo de ser uma categoria menos expressiva na imprensa negra. Para ilustrar esse papel da imprensa negra, temos como exemplo a matéria publicada pelo *Correio Nagô* no dia 16 de novembro de 2018, intitulada “CONSCIÊNCIA NEGRA: Jovens Falam sobre Identidade, Racismo e Resistências” (Ricardo, 2018), na qual se discute o racismo a partir das perspectivas dos jovens negros, especialmente mulheres negras, destacando suas vivências e experiências,

Por fim, os gêneros opinativos e utilitários têm pouca incidência e só foram observados nas publicações do *Correio Nagô* e *Mundo Negro*. O opinativo, no qual foram identificadas as reflexões importantes, sobretudo quanto à temática racial, aparece com 4% no *Correio Nagô* e 10% no *Mundo Negro*. Já o utilitário, com publicações de serviços, representou 4% das publicações do *Correio Nagô* e 18% do *Mundo Negro*.

A partir dos aspectos jornalísticos analisados, é possível considerar diferentes estágios de boas práticas jornalísticas na imprensa negra estudada. O *Correio Nagô* e o *Mundo Negro*, por recorrerem mais ao jornalismo colaborativo, em comparação ao *Nação Z*, conseguiram produzir uma quantidade expressiva de matérias utilizando fontes independentes e com formato de gênero interpretativo, o que possibilita a produção de textos mais relevantes para as discussões propostas pela negritude. Podemos considerar que, apesar dos avanços destacados, a imprensa negra pode aprimorar as boas práticas jornalísticas e assim ofertar matérias mais atrativas aos leitores. Desse modo, a imprensa negra cumpre o importante papel de destacar o negro em suas narrativas, enfatizando as pautas da negritude e o protagonismo negro a partir de uma estrutura que, numa observação de práticas jornalísticas, ainda carece de avanço para a produção de conteúdos de melhor qualidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das considerações sobre os significados da resistência negra – desde a escravidão, passando pelo período pós-abolição, até chegar à atualidade –, da importância do movimento negro, da imprensa negra e da discussão sobre cidadania negra, foi possível observar os conteúdos publicados pelos

sites negros desde uma perspectiva em que se destacou uma produção jornalística com uma narrativa de protagonismo negro. A observação dos conteúdos jornalísticos produzidos pelos sites *Correio Nagô*, *Mundo Negro* e *Nação Z* nos permitiu a identificação de palavras recorrentes que apontam para a temática racial, como: *negro*, *negras*, *negros* e *mulheres negras*, reforçando a caracterização da imprensa negra como portadora de uma linguagem de expressão do povo negro.

Também foi possível observar o peso do colaborativismo na produção dos conteúdos, bem como o destaque para o uso de fontes jornalísticas independentes e das matérias de gênero interpretativo. Desse modo, o estudo permite destacar que a imprensa cumpre um importante papel ao propor narrativas jornalísticas a partir do olhar da negritude, destacando o protagonismo proativo negro nas temáticas abordadas, nas fontes e nos gêneros utilizados na construção das matérias, contribuindo com o trabalho de busca da ampliação da cidadania dos povos negros na realidade brasileira.

REFERÊNCIAS

- Almeida, S. (2018). *O que é racismo estrutural*. Letramento.
- Araújo, V. T. (2019). *Imprensa Negra na Internet: Enquadramentos dos conteúdos pelos sites Correio Nagô, Mundo Negro e Nação* [Tese de doutorado, Universidade Metodista de São Paulo]. Repositório institucional da Umesp. <https://bit.ly/36atzr3>
- Araújo, V. T., & Silva, P. S. (2017). *Violência contra o negro e o noticiário brasileiro: estudo da cobertura dos portais G1 e R7* [Artigo apresentado]. 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, SP, Brasil. <https://bit.ly/3wYkEoG>
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Bastide, R. (1983). *Estudos afro-brasileiros*. Perspectiva.
- Carvalho, J. M. (2002). *Cidadania no Brasil: O longo caminho* (3a ed.). Civilização Brasileira.
- Domingues, P. (2007). Movimento negro brasileiro: Alguns apontamentos históricos. *Tempo*, 12(23), 100-122. <https://doi.org/10.1590/S1413-77042007000200007>
- Fonseca, P. (2018, 10 de julho). Corpo e ancestralidade: Como construir autoestima sendo negra de pela negra. *Mundo Negro*. <https://bit.ly/3vSovlQ>
- Gomes, N. (2012). Movimento negro e educação: Ressignificando e politizando a raça. *Educação & Sociedade*, 33(120), 727-744. <https://doi.org/10.1590/S0101-73302012000300005>

- Guimarães, A. S. (2012). Cidadania e retóricas negras de inclusão social. *Lua Nova*, (85), 13-40. <https://doi.org/10.1590/S0102-64452012000100002>
- Laboratório de Demografia e Estudos Populacionais. (2019, 12 de março). *Só existe uma raça e ela surgiu na África*. Universidade Federal de Juiz de Fora. <https://bit.ly/2SnaVce>
- Lage, N. (2001). *A reportagem: Teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Record.
- Malia, A. (2018, 22 de novembro). *Qual a diferença entre o cinema produzido por mulheres negras no Brasil e na África?* Correio Nagô. <https://bit.ly/3jadoCO>
- Marques de Melo, J., & Assis, F. de (Orgs.). (2010). *Gêneros jornalísticos no Brasil*. Universidade Metodista de São Paulo.
- Marshall, T. H. (1963). *Cidadania, classe social e status*. Zahar.
- Moura, C. (1977). *O negro: De bom escravo a mau cidadão*. Conquista.
- Moura, C. (1990). *Rebeliões da senzala: Quilombos, insurreições, guerrilhas*. Mercado Aberto.
- Moura, C. (2014). *Dialética radical do Brasil negro* (2a ed.). Anita.
- Munanga, K. (1999). *Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: Identidade nacional versus identidade negra*. Vozes.
- Nascimento, S. (2018, 9 de setembro). Racismo cotidiano leva ao estresse agudo, ansiedade e depressão. *Mundo Negro*. <https://bit.ly/3zQOLjA>
- Peruzzo, C. M. K. (2005). Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 2(3), 18-41. <https://bit.ly/2StL6Yg>
- Peruzzo, C. M. K. (2008). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revistados e reelaborações no setor. *Palavra Clave*, 11(2), 367-379. <https://bit.ly/3jbQycW>
- Peruzzo, C. M. K. (2013) Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. *Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura*, 11(1), 138-158. <https://bit.ly/3j4bent>
- Pinto, A. F. M. (2010). *Imprensa negra no Brasil do século XIX*. Selo Negro.
- Ribeiro, D. (2017). *O que é lugar de fala?* Letramento.
- Ricardo, M. (2018, 16 de novembro). *CONSCIÊNCIA NEGRA: Jovens falam sobre identidade, racismo e resistências*. Correio Nagô. <https://bit.ly/3da1UKJ>
- Schwarcz, L. M. (2012). *Racismo no Brasil*. PubliFolha.
- Sousa, L. G. (2018, 13 de novembro). Com o tema “Agbára Dúdí”, MAST celebra a Consciência Negra na XXVI Semana de Astronomia. *Mundo Negro*. <https://bit.ly/3h2NUDH>
- Vieira, L. (2000). *Cidadania e globalização* (4a ed.). Record.

Artigo recebido em 17 de julho de 2020 e aprovado em 1º de abril de 2021.

Conservadorismo e masculinidade tóxica na cultura *gamer*: Uma aproximação a *Magic: The Gathering*

Conservatism and toxic masculinity in gamer culture: An approach to Magic: The Gathering

THIAGO FALCÃO^a

Universidade Federal da Paraíba, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. João Pessoa – PB, Brasil

TARCÍZIO MACEDO^b

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre – RS, Brasil

GABRIELA KURTZ^c

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Porto Alegre – RS, Brasil

RESUMO

A partir de um esforço etnográfico empreendido entre os anos de 2016 e 2020, este artigo problematiza a encenação de uma masculinidade tóxica dentro de espaços de convívio relacionados ao *card game Magic: The Gathering*. O objetivo é sugerir uma relação entre os comportamentos observados e o reforço de valores conservadores na comunidade formada a partir da experiência deste jogo, avançando na compreensão das dinâmicas sociais da cultura *gamer*. Essa observação parte do pressuposto de que a comunidade de jogadores formada a partir da experiência desse jogo é o resultado da articulação de dois contextos sociotécnicos particulares: a cultura nerd e as mecânicas inscritas no design e na experiência do jogo em si.

Palavras-chave: Masculinidade tóxica, conservadorismo, games, cultura nerd, *Magic: The Gathering*

ABSTRACT

Based on an ethnographic study conducted between 2016 and 2020, this article discusses the performance of toxic masculinity within social spaces related to the card game *Magic: The Gathering*. It suggests a relationship between the observed behaviors and the reinforcement of conservative values within the *Magic* community during the game experience, to further understand the social dynamics of gamer culture. Such observation stems from the assumption that the community of players formed during the game results from the articulation of two particular sociotechnical contexts: nerd culture and the mechanics inscribed in the design and experience of the game itself.

Keywords: Toxic masculinity, conservatism, games, nerd culture, *Magic: The Gathering*

^a Professor Adjunto do Curso de Comunicação em Mídias Digitais da Universidade Federal da Paraíba e Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6302-2264>. E-mail: thiago.falcao@academico.ufpb.br

^b Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará, com período sanduíche na UFBA e Uneb. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3600-1497>. E-mail: tarciziomacedo@gmail.com

^c Doutora em Comunicação e Informação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professora da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8730-3383>. E-mail: gabriela@sidicom.com.br

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i2p251-277>

V.15 - Nº 2 mai./ago. 2021 São Paulo - Brasil FALCÃO et al p. 251-277

MATRIZES

INTRODUÇÃO

A DIMENSÃO POLÍTICA DO jogo é comumente negligenciada e esse fato possui duas raízes epistemológicas historicamente problemáticas. A primeira delas diz respeito ao jogo em si e à reflexão em torno do fenômeno: o jogo, no senso comum, nunca foi considerado produtivo ou honrado; valoroso ou terreno. Sua condição sempre foi a de entretenimento pueril, devaneio, faz-de-conta, ficção, um impulso que deveria ser suprimido por sua inutilidade. Nunca foi o pilar para uma sociedade positiva ou compromissada com o desenvolvimento. Antítese de um paradigma funcionalista, mesmo sua condição pedagógica foi atenuada pelo fenômeno da mediação (Hjarvard, 2013). Esta percepção remonta à Modernidade, no sentido latouriano do termo (Latour, 1993), considerando seu projeto civilizatório calcado na razão e na purificação dicotômica de fenômenos sociais complexos. Mesmo Huizinga (1938/2001) e Caillois (1958/2001), como aponta Trammel (2020), fugiram das dimensões mais obscuras da prática por estas não contemplarem sua epistemologia positiva e do lúdico como uma força social potencialmente boa.

A segunda raiz epistemológica desse problema se encontra na negligência genérica das dimensões materiais dos fenômenos sociais: como seria possível conceber os efeitos da ação técnica, ou de condições preexistentes resultantes de um sistema formal, quando os aspectos subjetivos sempre se sobressaem na discussão destes? A condição a partir da qual o sujeito encontra-se impreterivelmente em uma posição de superioridade para com o objeto impede que as dimensões materiais deste possam ser implicadas em um fenômeno qualquer – seja como capacitantes, seja formadoras.

Para contemplar a dimensão política do jogo, há de se observar este a partir de outra episteme. O jogo enquanto *ludus não é apenas “ação situada” – ele também é ação programada*, prescrita. A ação desempenhada no jogo não é desprovida de sentido prévio, mesmo que possa ser transformadora. Ela acontece dentro de um contexto atipicamente circunscrito que orienta sua intencionalidade e prescreve sentidos.

Essa reflexão prévia orienta a argumentação deste trabalho ao conceber duas pedras fundamentais para seu desenvolvimento. Primeiro, que é necessário considerar o jogo como essencial para a compreensão de um tempo (Falcão, Marques & Mussa, 2020), pois ele é uma força social tão significativa quanto, por exemplo, a política ou a religião, condição que foi sublinhada, sobretudo, nos trabalhos de Huizinga (1938/2001) e Caillois (1958/2001). Em seguida, que os objetos precisam ser considerados a partir de seus valores de associação, não de suas condições de subjetivação. Não importa apenas perceber o que o objeto conclama, do ponto de vista discursivo, mas sobretudo *como* essa condição

pode ser percebida em suas materialidades. O jogo é fruto de seu tempo; sua estrutura, tributo a este.

Essa reflexão orienta a observação do contexto que se forma em torno do *card game Magic: The Gathering (MtG)*, ou simplesmente *Magic*: uma abundante comunidade que movimenta jogadores profissionais e amadores, juízes, produtores de conteúdo, revendedores, fãs e toda sorte de papéis contemplados em âmbitos das indústrias criativas. A experiência nesse âmbito social ilustra (1) relações sociais e de poder importantes para a compreensão do espectro social contemporâneo, além de sublinhar o fato de (2) que essas relações podem ser percebidas não apenas na encenação de códigos culturais particulares, mas na materialidade de artefatos técnicos que prescrevem, por sua vez, formas de atuação a partir das quais indivíduos – jogadores – interagem.

Este artigo problematiza, assim, comportamentos de masculinidade tóxica performados dentro de espaços de convívio relacionados a *Magic*. A discussão se situa num imbricamento entre a relação histórica e cultural da masculinidade com a cultura dos videogames que mobiliza um tipo particular de encenação desta. Uma menos evidente e responsável por associar homens a conhecimentos e proficiência avançada em informática, enquanto parte de uma estrutura de masculinidade hegemônica¹, conforme recuperaremos mais adiante.

Esta observação advém da articulação que a comunidade de jogadores de *MtG* empreende a partir de dois contextos sociotécnicos: (1) a cultura nerd², sobre a qual nos deteremos com mais afinco neste artigo, e (2) as mecânicas inscritas no design e na distribuição do jogo em si, dimensões que foram exploradas anteriormente (Falcão & Marques, 2019), mas que retornam de forma tangencial na argumentação que se segue. Para além dessa discussão de ordem genealógica, esta pesquisa empreendeu uma incursão de ordem etnográfica tanto nos contextos físicos relacionados à prática de *Magic*, quanto nos contextos informacionais utilizados como suporte pelos atores aqui contemplados. Observamos, ao longo do ano de 2018, em três lojas físicas distintas localizadas no Nordeste do Brasil, um contexto interacional desenvolvido a partir da prática de *MtG*³. Nesse contexto, percebemos duas condições que orientaram a análise desta comunidade de prática: primeiro, a escassez de mulheres jogadoras de *MtG* em seu âmbito competitivo; depois, uma interdição nos discursos de problemáticas de gênero nos ambientes de jogo e circundantes a ele.

Em busca da compreensão desses âmbitos peculiares, monitoramos por todo ano de 2018 os grupos de WhatsApp relacionados a esses lugares particulares para buscar indícios que explicassem a ausência feminina nas competições em espaços físicos. Estas incursões nos permitiram compreender esses comportamentos e contextos sociotécnicos, apontando para relações de gênero e masculinidade

¹ A masculinidade hegemônica é aqui compreendida como um padrão de práticas que possibilitam o domínio dos homens sobre as mulheres (Connell & Messerschmidt, 2005). As evidências indicam que as concepções ocidentais atuais de masculinidade são resultantes de uma história militar, social e econômica empreendida pelos estados capitalistas do Atlântico Norte (Connell, 1993). A masculinidade do jogador, portanto, emerge desses espaços ocidentais contemporâneos, por meio de uma crescente valorização do trabalho e do esforço, temas centrais para a criação da masculinidade hegemônica.

² Neste texto, *nerd* será definido como uma pessoa específica que detém interesse altamente técnico com dedicação obsessiva ou exclusiva em um assunto, especialmente tecnológico e/ou ligado a temas como fantasia, ficção científica, video games etc. A expressão, em parte como a conhecemos, foi cunhada em institutos politécnicos entre 1930 e 1940 e tem evoluído desde então, sendo dicionarizada por volta de 1979 graças ao papel crucial da televisão na popularidade e na disseminação da cultura nerd nos Estados Unidos, assim como na correlação com o termo *geek* (Lane, 2018).

³ Parte importante dos dados de observação que compõem esta pesquisa também decorrem da participação em grupos institucionais pertencentes a esses espaços no aplicativo WhatsApp, utilizados pela comunidade por suas várias funções, que variam desde a manutenção da conversação em rede à estruturação das práticas de competição em *MtG*.

tóxica em espaços voltados para o jogo e oferecendo um entendimento particular da manutenção desses espaços de repercussão (“câmaras de eco” e “espaços seguros”) de discursos de cunho (ultra)conservador e reacionário (Braithwaite, 2016; Gray, 2014; Mortensen, 2018). Na seção a seguir, endereçamos uma breve incursão acerca do card game em que debruçamos nossa observação.

UMA APROXIMAÇÃO A *MAGIC: THE GATHERING*

Embora o jogo, em seu sentido amplo, seja um problema extensamente trabalhado dentro das ciências sociais e humanas, inclusive por pensadores emblemáticos desses campos (Goffman, 1961; Simmel, 1983, dentre outros), discutir jogos em seu sentido estrito e as relações sociais estabelecidas a partir deles ainda é um desafio, sobretudo em contextos limítrofes e de interdisciplinaridade. Se discutimos esportes – um tipo particular de jogo organizado e aceito socialmente –, o problema é dissipado pelo conhecimento latente oriundo do convívio cultural acerca das regras do futebol, vôlei ou mesmo da excentricidade de alguns esportes olímpicos. Quando nos debruçamos sobre o *video game* ou mesmo sobre a crescente cultura dos jogos de tabuleiro, o problema se adensa: como podemos compreender aspectos internos de uma cultura se não entendemos os aspectos técnicos que a guiam? Cada uma dessas culturas voltadas para os videogames, em suas muitas representações contemporâneas, é impulsionada, antes de tudo, pelos aspectos do design inscritos em cada um destes contextos técnicos particulares (Falcão, 2014).

Magic, jogo a partir do qual se organiza o contexto social por nós observado, é extenso e complexo em suas regras, formatos competitivos e, mais importante, nos contextos sociais que o cercam. Criado por Richard Garfield – matemático, inventor e *game designer* americano –, *MtG* foi o primeiro *trading card game* (TCG) moderno a ser criado e não é apenas um simples jogo de cartas. A forma mais justa de descrevê-lo, e um dos clichês utilizados pela comunidade, reside na seguinte acepção: “é como xadrez e pôquer ao mesmo tempo”⁴ (Morris-Lent, 2015). Sua estrutura funciona de acordo com a combinação de cartas para um propósito final: a vitória. O TCG é jogado em seu formato competitivo por dois jogadores em uma batalha que combina a expertise e as regras – uma perícia mental, agonística – com a sorte de comprar cartas ideais no timing correto – no que é percebido como aleatoriedade. Diferentemente do xadrez ou do pôquer, que possuem conjuntos limitados de peças – nas 32 peças do xadrez ou nas 52 cartas de um baralho –, desde 1993, *Magic* vem contando com adições ao seu conjunto de *peças*, que neste caso são cartas que podem ser combinadas com outras para efeitos específicos.

⁴ No original: “it’s like chess and poker at the same time”. Esta e demais traduções, dos autores.

Dois aspectos básicos fazem *Magic* diferir de jogos de carta tradicionais que fazem uso de baralhos: o primeiro deles é o fato de que subsiste um aspecto diegético forte em sua concepção, o qual está intrinsecamente ligado à forma como o jogo é codificado pelo time de *game design* na Wizards of the Coast, empresa responsável por sua publicação. *Magic* simula um duelo entre dois *planeswalkers* (ou “andarilhos de planos”, em tradução livre). No argumento que serve de base ficcional para o jogo, inúmeros planos de existência ocupam um *multiverso*. Se esta dimensão narrativa parece irrelevante, ela não o é: os personagens e os mundos criados pela Wizards of the Coast são a principal ferramenta para que sejam elaboradas estratégias de publicidade e de midiatização do público em mídias sociais (Švelch, 2020).

A estrutura que permite a competição, por sua vez, é o outro fator que diferencia *Magic* de outros jogos clássicos de cartas: um jogador precisa, para jogar, de um deck, uma coleção de 60 cartas que serão usadas na partida. Essas cartas são organizadas previamente a partir de uma estratégia de jogo particular e podem ser oriundas de qualquer uma das dezenas de expansões do jogo. O aspecto variável da estrutura do jogo é interessante, do ponto de vista do design: *Magic* se torna, a partir dele, um jogo de emergência (Juul, 2005) muito particular, que orienta seu aparato a partir de um plano de jogo, mas que depende da compra as cartas necessárias em um movimento de quase aleatoriedade⁵. É necessário, portanto, fazer julgamentos com base no que se espera tanto do adversário, quanto do seu próprio deck e, finalmente, contar com a sorte, para suceder.

Por fim, para encerrar esta digressão e retornar à discussão central sobre comportamentos identificados a partir de suas comunidades de prática, é necessário sublinhar que o acesso a essas cartas não é particularmente equânime: *Magic* é comercializado em *booster packs* – pacotes que contêm cartas organizadas a partir de sua raridade – e cada *booster* possui quinze cartas, das quais apenas uma é de raridade *rara* ou *mítica*. Essa relação afeta a frequência com que uma carta pode aparecer e também impacta a qualidade de uma carta em seu design: cartas raras costumam ser mais poderosas e versáteis, desequilibrando comumente o jogo em seu favor, a partir de seu valor absoluto.

A raridade das cartas é um fator mais relevante do que se pode imaginar à primeira vista, uma vez que um jogador só pode adquirir uma carta de duas formas: ou ele compra um *booster* e conta com a sorte de vir a carta desejada, uma probabilidade consideravelmente baixa, ou ele compra a carta de lojas especializadas que revendem cartas específicas – chamadas de *singles* –, em uma prática que a comunidade nomeia de “mercado secundário”. A depender dos fatores raridade e demanda, considerando sua importância em dado momento, o preço de *uma* carta pode variar de algumas dezenas a algumas centenas de reais.

⁵Um tutorial sobre como jogar *MtG* foi disponibilizado em: Wizards of the Coast (2017).

⁶ A expressão inglesa *geek*, com uma conotação similar à que testemunhamos hoje, surgiu no ano de 1980 e se popularizou na década seguinte, sendo utilizada de maneira correlacionada com o termo *nerd*. Para Lane (2018), o termo *geek* tem sido utilizado em substituição ao antigo *nerd* no uso comum. Há uma outra percepção que associa *nerd* a tecnólogo e *geek* a fã e consumidor de cultura pop, como um entusiasta e *moderno*, enquanto os *nerds* estariam relacionados a pessoas mais intelectuais.

⁷ Recentemente, a literatura especializada tem argumentado que os termos *nerd* e *geek* não são de simples definição, principalmente quando se consideram as complexidades do uso cotidiano (Lane, 2018).

A despeito das diferenças, optamos pelo emprego do termo *nerd* na ampla maioria dos casos, compreendendo-o como equivalente semântico de *geek*, tanto porque ambos são enquadrados como jogadores a partir da tecnocultura, quanto a partir do natural e intrínseco intercâmbio entre as ideias-chave das expressões – a obsessão devotada a uma determinada busca, inteligência, tecnologia e gênero masculino, por exemplo (Lane, 2018).

⁸ Como discutido no artigo de Chase (2018).

⁹ As plataformas são usualmente utilizadas como subsídio para treino ou experimentação, ao passo que as competições locais são percebidas de forma mais natural como de maior importância, uma vez que são sancionadas – ou seja, reconhecidas – pela Wizards of the Coast.

Assim, percebemos que existe, no próprio design do jogo, um direcionamento a públicos de jogadores muito específicos. Uma breve consulta a um site dedicado a *MtG* mostra, no momento em que este artigo é escrito, *decks baratos* na faixa de 290 dólares (Griffith, 2020) e *decks* particularmente caros na faixa de 1400 dólares (Zeranox, 2020). A demografia principal de *Magic* é constituída por pessoas que integram a chamada cultura *geek*⁶/*nerd*⁷, que tende a ser masculina, branca, classe média e cis-heterossexual (Salter, 2018; Salter & Blodgett, 2017). Em sua obra sobre raça, gênero e desvio em videogames, Gray (2014) afirma que uma observação da masculinidade retratada nos e pelos videogames precisa ser compreendida a partir de variadas lentes. Na próxima seção, evocamos uma discussão histórica sobre a construção de masculinidades na cultura *nerd* e o modo como este aspecto se imbrica com o contexto dos videogames, no geral, e de *MtG* em particular.

Em tempo, uma consideração é importante para enquadrar o trabalho que aqui se apresenta, no que diz respeito às formas de experimentação de *Magic*. A questão que se enseja endereça uma incongruência percebida no fato de que este artigo discute a toxicidade da cultura *gamer*, ainda que não se reconheça *Magic* necessariamente como um videogame, mas sim um TCG. Um ponto aqui deve ser levado em consideração: os atravessamentos técnicos e simbólicos percebidos por Švelch (2020) em sua discussão acerca do processo de midiaticização sofrido por *Magic*. Fato é que o ecossistema no qual a prática deste jogo se desenrola é um continuum composto por uma dimensão física, presencial, e uma dimensão midiaticizada, plataformizada.

É, em nossa opinião, metodologicamente infrutífero explorar essa distinção: a etnografia realizada apontou um atravessamento absoluto entre o espaço físico das *local game stores* (LGS) e a experiência das plataformas nas quais se pode experimentar o jogo. Esta condição, combinada com o fato de que a própria Wizards of the Coast assumiu publicamente que estava elevando *Magic* à categoria de *esport*⁸, em nossa percepção, é mais que suficiente para que a distinção TCG/plataforma seja vista como apenas uma tecnicidade que não se sustenta na observação do cotidiano dessa comunidade⁹. Isso denota que nossa aproximação ao jogo deve se direcionar não à plataforma em específico, mas a toda infraestrutura, que é precisamente o trabalho empreendido nesta etnografia. Isso implica, também, que é possível notar nessas relações nuances provenientes de quaisquer contextos percebidos – o que nos leva a constatar construções de masculinidade e toxicidade como oriundas tanto da cultura *nerd* quanto da cultura *gamer*.

CULTURA NERD E A CONSTRUÇÃO DE MASCULINIDADES

A confluência de forças sociais que impulsionou as transformações culturais das décadas de 1960 e 1970 foi crucial para o desenvolvimento da cultura dos videogames (Robinson, 2007). Movimentos sociais multiculturalistas como a contracultura, por exemplo, ofereceram condições para que as transformações na tecnologia fossem ampla e gradativamente aceitas e se estruturassem em um padrão ao qual, dado tempo, se estabeleceriam no âmbito sociotécnico da cibercultura (Salter, 2018). Essas condições culturais também eram apropriadas em outras esferas mais específicas e na ordem de um nicho cultural, nas quais se experimentava uma segmentação peculiar orientada a jovens brancos de classe média, prioritariamente do sexo masculino, com faixa etária entre 18 e 25 anos e cursando o ensino superior (Robinson, 2007).

Compreender esse contexto é fundamental para construir uma percepção crítica da cultura nerd que seja intrinsecamente conectada com o reconhecimento que a habilidade tecnológica conquistou na vida social (Salter, 2018). O surgimento dessa identidade, em particular, provocou uma crescente problematização das bases nas quais ela se fundamenta (Kendall, 1999, 2000): West e Fenstermaker (1995) apontam, a partir da ideia de que todas as relações sociais são orientadas pelo gênero, racializadas e classistas, que a origem da cultura nerd está fortemente atrelada aos ideais de masculinidade hegemônica ocidentais, mais especificamente estadunidenses.

É reconhecido que, ao longo das linhas temporais e geográficas, as masculinidades se transformam e são traduzidas de distintas formas, dependendo do local e de diversas outras tensões existentes na sociedade (Connell & Messerschmidt, 2005; Reeser, 2010). O potencial de uma nova forma de masculinidade, a qualquer instante, ser exaltada culturalmente sobre outras formas hegemônicas preexistentes (Connell, 2001) torna o cenário ainda mais delicado.

Para Chandler (2019), a masculinidade hegemônica – isto é, em termos de poder – é uma abordagem predominante nos estudos da masculinidade. O alicerce da masculinidade hegemônica se encontra em um entendimento da existência feminina como potencial validação sexual para os homens, ao passo que estes competem entre si com o intuito de conquistar esse “objeto sexual” (Gray, 2014). Gray reitera que a masculinidade hegemônica consiste em um padrão de práticas que situam as mulheres em um estado contínuo de submissão. Chandler (2019), por sua vez, refere-se à masculinidade hegemônica a partir do que crê ser sua nomenclatura atualizada no termo *masculinidade tóxica*, pois este convoca uma percepção da construção das identidades masculinas com relação à sua toxicidade (Chandler, 2019; Kupers, 2005).

A partir dessa aproximação, as definições anteriores servem igualmente de apoio a uma compreensão das masculinidades tóxicas como traços masculinos socialmente regressivos que servem para nutrir a dominação, a desvalorização da mulher, a homofobia e a violência (Kupers, 2005). Essa compreensão objetivada e expropriada da feminilidade caracteriza a masculinidade tóxica (Chandler, 2019), que, na cultura dos videogames, é concebida como predominante e a partir da qual a comunidade costuma ser frequentemente estigmatizada pela forte correspondência com traços como homofobia, misoginia, racismo e tendência a comportamentos hostis e violentos, expressões da masculinidade tóxica.

Considerando esta discussão e o contexto cultural documentado em vários trabalhos do campo dos *game studies* (Chandler, 2019; Massanari, 2017; Salter, 2018; Salter & Blodgett, 2017), a performance da masculinidade nos *videogames* tem relação estreita com a masculinidade nerd – e esta se relaciona intimamente com o domínio tecnológico no ambiente do jogo. Em sua concepção, a cultura dos videogames foi orientada pela promoção de uma masculinidade militarizada, por meio de variadas práticas de design de jogos e narrativas centradas em cenários de guerra (Johnson, 2018).

Além disso, a própria estrutura do mercado dos videogames inviabiliza e torna arriscado o desenvolvimento de jogos inclusivos que proponham uma reordenação das percepções de feminilidade e da mulher¹⁰. Um fator preponderante para isso é o entendimento convencional da identidade de *jogador* como sendo associada a uma demografia específica – homem, branco, cisgênero, heterossexual e de classe média (Gray, 2014; Johnson, 2018; Murray, 2018; Robinson, 2007; Salter & Blodgett, 2017) –, cuja representação é parte fundamental das estruturas de poder moldadas na cultura dos videogames por décadas (Braithwaite, 2016). Com a ascensão da tecnologia digital – e da cultura relacionada a ela – a partir dos anos 1980, sobretudo no contexto da cultura norte-americana, ser nerd também passou a significar aptidão e inteligência em ramos que negociam com o conhecimento tecnológico. Nesse contexto, a imagem do nerd também passa a gozar de maior aceitação, dadas as profundas sobreposições sociotécnicas e crescente valorização da tecnologia (Salter & Blodgett, 2017).

A masculinidade nerd é mais visível no instante em que os membros dessa cultura se consideram sitiados por algum produto ou ação, geralmente de cunho multiculturalista, que costumam provocar uma articulação nos fóruns e comunidades que abrigam e fomentam a identidade nerd, fazendo com que os membros se manifestem repudiando em massa a origem da mágoa (Salter & Blodgett, 2017). A estratégia desses sujeitos consiste em constituir um lobby em fóruns e serviços de redes sociais com o objetivo de inviabilizar qualquer discurso a favor da diversidade e do multiculturalismo. Eles compõem o que

¹⁰ Ainda que recentemente tanto a indústria AAA de videogames quanto as produtoras independentes venham explorando temáticas multiculturalistas e inclusivas, além de desafiar construções acerca dos conceitos de masculinidade e feminilidade, esses jogos representam apenas uma parcela pequena do output da indústria como um todo. Para além desta consideração, subsiste também o fato de que este movimento pode ser percebido como uma estratégia de *precorporação* (Fisher, 2009), na qual a indústria se apropria de conteúdos ideológicos não por corroborá-los, mas por seu potencial comercial.

Massanari (2017) chama de *tecnoculturas tóxicas*, conceito utilizado para “descrever as culturas tóxicas que são ativadas e propagadas por redes sociotécnicas como Reddit, 4chan, Twitter e jogos on-line”¹¹ (p. 333).

A relação entre essa identidade nerd e as hierarquias culturais estabelecidas, o que incorpora a masculinidade hegemônica, interrompe a promoção de uma reconciliação pelo *nerd* (grupo de nerds) ante sua posição no contexto da cultura pop contemporânea. O modelo arquetípico do *nerd* hipermasculino¹² – uma identidade construída pela rejeição tanto da cultura e das construções femininas, quanto da estética masculina atlética tradicional (Salter & Blodgett, 2017) – esboça tão somente a substituição de um ideal tradicional hipermasculino¹³ por outro padrão que permanece atuando na manutenção da masculinidade hegemônica no âmbito da cultura pop.

Nesse sentido, embora o fato do nerd ter conquistado relevância como ícone cultural represente significativa mudança (Salter & Blodgett, 2017), esse aspecto não deixa de operar na conservação da posição dominante dos homens e da subordinação das mulheres (Connell, 2005). Ainda que exista um movimento para maior diversidade nas produções midiáticas nesse contexto, a ideia na qual a figura do nerd foi construída e o homem branco cis-heterossexual que a representa parecem dificultar a inclusão e participação feminina em conteúdos, ações e comunidades de prática dessa cultura.

A noção de *boyhood*, de Burrill (2008), é particularmente profícua para ilustrar nosso ponto: ela propõe uma natureza regressiva da masculinidade no contexto capitalista de primeiro mundo, onde pressões externas acabam por forçar o homem à infância masculina. Burrill sublinha que os jogos seriam a ferramenta ideal para essa manifestação nos ambientes digitais, pois servem como espaços de regressão, permitindo a fuga, a fantasia, um ambiente longe do feminismo – e do feminino não idealizado –, da luta de classes e de responsabilidades familiares e políticas. Neste escape onde o homem pode tentar provar-se masculino, é de se esperar, portanto, que as tentativas de *invasão* constituam ameaças, transportando para esses invólucros questões do dito *mundo real*. Esses movimentos na cultura nerd são responsáveis pela manutenção de um suposto desejo de *salvar o passado* (Salter & Blodgett, 2017), sob a premissa de que estes lhes proporcionou mais benefícios do que o presente.

As ações incluem, por exemplo, agir para manter a ficção científica sem pretensas agendas políticas e metáforas sociais, atuar na proteção de videogames hipermasculinos da interferência feminista e, em síntese, preservar espaços culturais nerds para os *verdadeiros* participantes que partilham dessa experiência, dessa identidade e desse mesmo conjunto de valores, sem jamais testá-los ou desafiá-los (Salter & Blodgett, 2017). Esse argumento convoca uma dimensão

¹¹ No original: “describe the toxic cultures that are enabled by and propagated through sociotechnical networks such as Reddit, 4chan, Twitter, and online gaming”.

¹² Refere-se a um modelo derivado das visões duais que representam os nerds ora como vítimas, ora como heróis outsiders – em decorrência da redefinição da masculinidade ou do contexto (Salter, 2018; Salter & Blodgett, 2017). Na cultura visual dos Estados Unidos, há uma forte tendência ideológica que caracteriza a brancura – e de maneira especial o protagonista masculino branco – como uma vítima e não um como herói (Murray, 2018).

¹³ O ideal hipermasculino é tradicionalmente representado pela aptidão física, interesse por esportes e cerveja e uma total aversão pelo domínio intelectual (Salter & Blodgett, 2017).

nostálgica que detém um papel fundamental na construção da identidade nerd e do jogador, assim como revela uma aproximação com uma *disposição conservadora* (Oakeshott, 1991) ao extremo, responsável por tingir, discursivamente, um determinado período com ideias embelezadoras, românticas e árcades. O tópico a seguir concentra-se em problematizar essas marcas do passado e a ideologia que elas acionam no contexto cultural que observamos.

O CONSERVADORISMO COMO OPERADOR NA CULTURA NERD/GAMER

A cultura nerd/gamer incorpora um relacionamento tênue com o passado: a evocação de um desejo nostálgico por um período histórico que não foi tão idílico ou descomplicado quanto o imaginário desta cultura o concebe (Salter & Blodgett, 2017); um certo sentimento de gratidão dirigido a um passado que supostamente teria legado bases fundamentais e necessárias de conservação no presente. A nostalgia, neste caso, é uma influente força cultural e emocional repetidamente utilizada para defender uma ideologia conservadora¹⁴, revelando o passado como um ideal inacessível em comparação com a realidade do presente (Coontz, 2000).

Oakeshott (1991), um dos principais filósofos do pensamento conservador, concebe o conservadorismo como uma *disposição*. Isto significa que o ânimo por se satisfazer com o que está colocado à *disposição* no presente, aliado à rejeição pelo desejo ou pela busca por algo novo no futuro, ainda indefinido, seriam as bases do conservadorismo: “deleitar-se com o que está presente, em vez do que foi ou pode ser”¹⁵ (p. 1). Sua visão, portanto, reforça um pensamento conservador afirmativo do presente. Ainda assim, o autor reconhece que o conservadorismo é, geralmente, justificado na iminência do sentimento de perda, “na ideia de que aquilo que o presente lhe oferece está prestes a ser ceifado por alguma agenda política radical” (Trigueiro, 2015, p. 102).

Trigueiro (2015) reforça a necessidade de relativizar o conceito de Oakeshott (1991), na medida em que as ideias de presente e passado estão, por definição, conectadas. Se Oakeshott (1991) oferece uma leitura do conservadorismo do ponto de vista de um intelectual que é ele mesmo conservador, por outro lado, é relevante problematizá-la com uma compreensão do fenômeno dada por um pensador cuja orientação política é diametralmente divergente: Robin (2011). Este autor define o conservadorismo como uma meditação – e uma interpretação teórica – acerca da experiência de deter o poder, tê-lo ameaçado e tentar recuperá-lo, ou apenas atuar na sua manutenção.

Robin (2011) situa as ideias conservadoras como um “modo de prática contrarrevolucionário”¹⁶ (p. 17) que emerge para preservar os privilégios, as

¹⁴ Robin (2011) posiciona o conservadorismo como uma ideologia de reação, originalmente contra a Revolução Francesa e, mais recentemente, contra os movimentos de libertação dos anos 1960-1970.

¹⁵ No original: “to delight in what is present rather than what was or what may be”.

¹⁶ No original: “mode of counterrevolutionary practice”.

hierarquias e o poder de alguns sobre outros, na esteira de um movimento democrático. Essa abordagem crítica é distinta da definição de Oakeshott (1991), cujas bases são construídas em torno de temas como liberdade, governo limitado, resistência à mudança e à inovação como condição da natureza e do caráter humano – o qual defende ser refratário a essas bruscas iniciativas – ou virtude pública.

Em outros termos, a ideologia conservadora pode ser compreendida como uma reação determinada, uma defesa aos ataques de um movimento específico de emancipação, que no decorrer da condução de sua resposta também costuma fagocitar consistentemente traços do movimento a que se opõe (Robin, 2011). Na chamada “Era Moderna” esse tom cético e de preocupação com a preservação de privilégios dos conservadores, diante das possibilidades de dobras radicais nas estruturas de poder e hierarquia da sociedade, são mais frequentes na esfera privada que na pública, encontrando lutas contra causas como os movimentos trabalhistas e o feminismo (Robin, 2011)¹⁷.

O argumento de Robin (2011) reforça que subsiste perenemente um ânimo classista na retórica conservadora, ou seja, de que esta guarda uma ideia de interdição, em distintos níveis, acerca da liberdade e agência das classes subalternas. O autor desenvolve uma crítica que entende o conservadorismo como reativo e contingente a uma agenda e a um programa político radical antagônicos – sem os quais perde força e potência retórica –, além de ser complementar à esquerda. Essas ideias políticas – que recebem nomes de conservadoras, reacionárias, revanchistas ou contrarrevolucionárias – tiveram origem e cresceram, segundo Robin, justamente em batalhas e na polarização. Da Revolução Francesa às lutas pela liberdade negra, dos movimentos de descolonização às lutas dos povos e comunidades tradicionais, da revolução sexual até a liberação feminina, a mudança de ameaça transforma as formas de combatê-la (Robin, 2011).

Retomando o olhar ao contexto da cultura nerd e dos videogames, os membros dessas comunidades procuram frequentemente afirmar sua cis-heteronormatividade e seus papéis hegemônicos de gênero sob o disfarce de uma perspectiva nostálgica conservadora que denota um vitimismo ilusório. Da mesma forma, a campanha de abuso on-line conhecida como *Gamergate*¹⁸ também teve seu discurso alimentado pela nostalgia e revelou uma manifestação sociotécnica coerente entre masculinidades nerds e formas de abuso, assédio, ataque e constrangimento on-line impulsionados por diversas plataformas digitais, como Twitter e Reddit (Massanari, 2017; Salter, 2018). Os *gamergaters* – como assim ficaram conhecidos – disciplinaram e difamaram os críticos, seguros da premissa de que eles necessitavam ser reinseridos em seu lugar: subalternizá-los é o caminho, defenderam. A retórica do movimento sugere a existência de

¹⁷ Sublinhe-se que, historicamente, a comunidade nerd/*gamer* concebe seus espaços muito mais sobre um âmbito privado do que propriamente público, dadas as suas condições de acesso.

¹⁸ Foi uma campanha misógina originada no contexto da indústria dos videogames e nas comunidades de jogadores em agosto de 2014, após o desenvolvedor de jogos Eron Gjoni divulgar um artigo difamatório de sua ex-companheira, a também desenvolvedora Zoe Quinn. A ação foi uma retaliação depois do término do breve relacionamento entre ambos (Salter, 2018). Os chamados *gamergaters* situam o homem branco cis-heterossexual como o jogador típico e as *verdadeiras* vítimas do *Gamergate*, oprimidos pelos constantes pedidos de diversidade e correndo o perigo de perder *seus* jogos para outros com teor mais inclusivo (Braithwaite, 2016).

uma cruzada contra feministas e outros inimigos eleitos, muitas vezes direcionando ataques misóginos, antissemitas, racistas, homofóbicos e transfóbicos (Braithwaite, 2016; Salter, 2018).

A cultura nerd, e por sua vez a cultura *gamer*, são partidárias de um comportamento nostálgico fortemente relacionado com uma *disposição conservadora* (Oakeshott, 1991) extremista ou espírito (ultra)conservador, como sugerido por Coontz (2000). O argumento da autora se debruça sobre o quanto o ideal do passado se mostra como um veículo para ideologias reacionárias, incluindo aquelas preocupadas com papéis de gênero que tentam problematizar a sociedade em seu estado corrente por não se manter de acordo com padrões do passado (Coontz, 2000). “A nostalgia por um passado mais seguro e plácido promove uma amnésia histórica sobre antecedentes, deformando nossa compreensão do que é e do que não é novo”¹⁹ (p. 12). Parte da retórica de nerds e de jogadores de *MtG* fundamenta-se em uma perspectiva centrada no passado do gênero masculino, num movimento dedicado à manutenção de uma estrutura de privilégios, papéis sociais hegemônicos, cis-heteronormativos e misóginos.

Em seu estudo, Coontz (2000) analisa a tendência da sociedade contemporânea, especialmente no contexto norte-americano, de enquadrar os anos 1950 como a representação de um período histórico em que a família era saudável e, por conseguinte, ideal. Essa época se tornou um marco para muitos como uma *idade de ouro* próspera na vida familiar *tradicional*. Uma profunda nostalgia cultural e emocional por esse passado inventado se construiu, independentemente desse constructo perfeito ser efetivamente alcançável em qualquer ponto da história. O argumento evocado recorrentemente é o de que “se a família dos anos 1950 existisse hoje . . . não teríamos os dilemas sociais contemporâneos que provocam tal debate”²⁰ (p. 46).

Coontz sugere que esse discurso implica um regresso aos valores familiares de outrora, o que encoraja a moralização e o pensamento ideológico hegemônico conservador: “uma acusação aparentemente neutra em gênero de irresponsabilidade familiar acaba sendo dirigida com mais força contra as mulheres”²¹ (p. 60), culpando-as pela crise da família tradicional a partir da transformação de seus papéis na sociedade. A insistência em um “retorno à família tradicional” dá suporte para que as representações de gênero e sexualidade dentro da cultura nerd/*gamer* – e a retórica nostálgica adotada pelos seus membros – reafirmem a dinâmica de poder dominante com intuito de resgatar os privilégios de um passado supostamente superior a um presente posto como degenerado e em decadência.

Em *Magic*, os jogadores evocam um tipo-ideal do passado a partir de uma dimensão nostálgica de identidade, como já dito, estruturante dos tecidos intersubjetivos da cultura nerd. Assim como facções do espectro político conservador

¹⁹ No original: “Nostalgia for a safer, more placid past fosters historical amnesia about these precedents, deforming our understanding of what is and is not new”.

²⁰ No original: “If the 1950s family existed today . . . we would not have the contemporary social dilemmas that cause such debate”.

²¹ No original: “a seemingly gender-neutral indictment of family irresponsibility ends up being directed most forcefully against women”.

e de extrema direita do Brasil e dos Estados Unidos anseiam pela perfeita vida doméstica da era do pós-guerra, no auge dos alcunhados *anos dourados* da década de 1950 (Coontz, 2000)²², os jogadores olham para uma lendária era de ouro do *nerd*. Esse período nunca existiu para além do imaginário ou da falsa sensação passada, na necessidade contínua de garantir a proteção, o privilégio, o poder, a exclusividade masculina e o controle da tecnologia por certos espaços e atividades nerds (Salter, 2018).

A infelicidade dos jogadores decorre de descobrirem que a nostalgia é mais potente que a realidade. Essa constatação leva a uma procura para definir internamente o que contribuiu para o contexto infeliz experimentado hoje. Sua tristeza deve pertencer a algum lugar e a caça por culpados esbarra, sobretudo, nas feministas, que são recorrentemente associadas – na mídia, nas inúmeras plataformas disponíveis na internet ou na própria vida cotidiana²³ – a um discurso de *infelicidade e raiva*, em oposição às *alegres* e submissas esposas conservadoras. A felicidade assume, então, uma retórica que a concebe como um bem emocional e econômico proveniente exclusivamente dos lares de classe média (Ahmed, 2010). “As feministas nem precisam dizer nada para serem lidas como estraga-prazeres . . . elas perturbam a própria fantasia de que a felicidade pode ser encontrada em certos lugares”²⁴ (Ahmed, 2010, pp. 65-66).

Apoiada na filosofia e nos estudos culturais feministas, Ahmed (2010) endereça uma provocativa análise crítica cultural do imperativo de *ser feliz*. A autora demonstra com precisão o quanto a felicidade é utilizada historicamente como um modo de justificar a submissão e opressão social, sustentado por meio de diversas técnicas de violência e subjugação em prol da manutenção de um pacto social que privilegia o direito de alguns sobre outros (Ahmed, 2010). Sua abordagem também revela como a opressão desafiadora causa infelicidade, o trabalho afetivo e moral desempenhado pelo “dever da felicidade” e o quanto ela é assim prometida para apenas aqueles que desejam viver suas vidas da “maneira certa” – aquela que é socialmente validada.

Assim, feministas e outros grupos críticos são alvos fáceis da frustração dos jogadores com suas comunidades e vidas. Se a valorização acrítica e política das diferentes mídias, produtos e derivados nerds é recorrentemente considerada na atmosfera desta cultura, feministas ou qualquer outro sujeito distinto passam a ser encarados como vilões (Salter & Blodgett, 2017). Partindo de um pensamento similar de Salter e Blodgett (2017), podemos sugerir que pensar em mulheres e grupos minoritários como integrantes dessas comunidades rompe a imagem do jogador como um homem solitário e antipático. Qualquer tentativa de ruptura dessa atmosfera compartilhada, e de uma visão desses sujeitos como visivelmente diferentes, gera atos manifestos de masculinidade tóxica.

²² Com o conseqüente retorno da família tradicional e, no contexto nacional, dos momentos áureos que creem ter vivido durante a ditadura civil-militar brasileira.

²³ Como se pode contemplar, por exemplo, em vídeos produzidos pela youtuber Bruna Torlay (2020).

²⁴ No original: “Feminists don’t even have to say anything to be read as killing joy . . . they disturb the very fantasy that happiness can be found in certain places”.

Nesse sentido, o sentimento de nostalgia dos jogadores também destaca dois aspectos fundamentais desta cultura: (1) os laços estreitos entre o jogador e uma identidade de gênero masculina; (2) e o jogador como uma categoria de consumidor que tem seu esforço considerável de tempo limado com uma crescente popularidade e acesso dos jogos hoje: “Para alguns jogadores, há um sentimento genuíno de perda, vendo os jogos se tornarem populares e acessíveis”²⁵ (Juil, 2010, p. 151). Da mesma forma como encenado no *Gamergate* (Braithwaite, 2016), esse sentimento de perda está relacionado à masculinidade *gamer*, a tal ponto que a abertura para novos grupos é vista como um ataque aos homens e à identidade de seus “membros originários”. Há aqui uma percepção que aproxima este comportamento, como dito, de um certo etos romântico próprio da *disposição conservadora*, a qual, usualmente, posiciona-se como uma voz que reclama pela ameaça de perda de poder.

²⁵ No original: “For some players, there is a genuine sense of loss, watching games becoming mainstream and accessible”.

Novamente, o uso da identidade como arma é central nas estratégias retóricas e campanhas de ódio voltadas para o público feminino, como observado no caso *Gamergate* documentado dentro da vasta agenda de pesquisa acerca do tema (Braithwaite, 2016; Salter & Blodgett, 2017). O artifício nostálgico evocado também recupera um entendimento do sofrimento como parte do que tornaria os *gamers* excludentes, sendo, assim, acionado para lhes oferecer certa superioridade moral e justificar suas reivindicações agressivas e misóginas como uma forma de defesa que disfarça, em verdade, o ódio oculto em uma campanha de apelo moralizante contra uma certa *ameaça* a seu espaço de domínio (Braithwaite, 2016). Essa postura de vitimização procura enevoar relações de dominação mantidas por meio do controle e afirmação do poder tecnológico (Salter, 2018). Essa forma de poder é manifesta em competições por status e respeito que se impõem entre e sobre outros homens, das quais o sexo feminino é reiteradamente excluído, recorda Salter (2018). Adensaremos essas e outras questões no tópico que se segue.

ANÁLISE E DISCUSSÃO

Considerando o que foi dito até agora, é necessário que nos debruçemos sobre a prática local de *Magic* a fim de observar o movimento de produção e encenação de masculinidades tóxicas. Essa aproximação possui uma sensibilidade antropológica e inspiração etnográfica e combina o convívio e a entrada cultural empreendidos nos lugares de consumo e proliferação do jogo, com a observação de comunidades-suporte no aplicativo de WhatsApp. Tal composição metodológica busca uma observação mais completa das interações e utiliza os aparatos digitais para ilustrar o fenômeno de forma adequada.

A questão que se sobressai nessa decisão diz respeito ao fato de que o comportamento observado nas LGS, por si só, não é suficiente para descrever de que forma esses lugares dão vazão a comportamentos tóxicos ou reacionários: nossa observação indica que a performance localizada é, muitas vezes, o culminar de uma relação mantida a partir dessas outras plataformas²⁶. No caso de LGS que movimentam cenas muito particulares, envolvendo um número limitado de jogadores – em detrimento de eventos como um *grand prix* (GP) ou um campeonato de porte maior –, o convívio é comunitário e pessoal. Os grupos de WhatsApp, sobretudo, funcionam como uma extensão do espaço físico da loja na qual é possível estabelecer relações por causa do/com o jogo. Essas comunidades são comumente utilizadas para manter os atores envolvidos, tanto na dimensão do jogo – dando vazão à discussão acerca de aspectos técnicos, na repercussão na mídia ou mesmo em lançamentos comerciais –, quanto em um convívio mais amplo, orientado por valores compartilhados pelos diversos grupos nelas representados.

Assim, é impreterível que nos debruçemos sobre essas plataformas, porque em última instância muitos dos comportamentos situados são contextualizados ou justificados pela construção de relações nessa dimensão, o que fortalece a continuidade da experiência social, em detrimento da percepção de que fóruns, serviços de redes sociais e outros dispositivos digitais promovem uma comunicação efêmera²⁷. Esse conjunto de dispositivos adicionais fornece, desta forma, subsídios para que os jogadores se componham de maneira permanente nas redes de jogos. Os dispositivos digitais que dão suporte à continuidade da experiência comunal do jogo facilitam, por sua vez, a conversação em torno de outros temas. Memes, conteúdos jornalísticos e políticos circulam com considerável facilidade, provocando ânimos e compelindo certos comportamentos.

Protegidos pela impressão de anonimato e por aquilo que Gray (2014) chama de *desinibição on-line tóxica*, indivíduos particularmente silenciosos em interações pessoais nas lojas se mostram defensores eloquentes de suas ideias, o que sugere que as interações sociais in loco são muitas vezes consideradas eventos sagrados, uma vez que é nelas que o *jogar* acontece. Isso orienta duas condições que contribuem para esta digressão metodológica: (1) que a prática do jogo convoca um comportamento de respeito pelo *fair play* – uma trégua, ainda que sutil –, uma vez que (2) os comportamentos combativos são frequentemente demonstrados nas comunidades de suporte.

A pesquisa que dá sustento à observação empreendida neste artigo data do ano de 2016 e possui interlocutores e observações em vários estados do país, os quais pudemos visitar e acompanhar, ainda que brevemente, em grupos como os descritos acima. Nessa iteração, apresentamos uma compilação de eventos

²⁶ Evoque-se, uma vez mais, o conceito de tecnoculturas tóxicas, de Massanari (2017), que transparece com igual hostilidade nessas redes de comunicação on-line percebidas como espaços seguros (Braithwaite, 2016; Gray, 2014) para disseminação e prosperidade de discursos, práticas e comunidades com teor extremista e ultraconservador.

²⁷ Mortensen (2018) sublinha a dimensão desta persistência e continuidade ao discutir o Gamergate e seu uso desses espaços como “câmaras de eco” que promovem ódio e comportamentos violentos. Uma abordagem similar é oferecida por Braithwaite (2016).

observados em lojas no Nordeste do Brasil – uma localizada em João Pessoa, capital da Paraíba, e outra em Teresina, capital do Piauí –, cuja documentação aconteceu presencialmente ao longo dos anos de 2017 e 2018, bem como a partir dos suportes digitais elencados anteriormente.

Como se pode inferir a partir desse delineamento, subsiste nessa aproximação uma compreensão das localizações geográficas destes espaços: é necessário perceber que o que está em jogo não é apenas o sujeito jogador de *Magic*, mas também a dimensão identitária encenada a partir do pertencimento a esses estados em particular ou, de forma mais geral, à região Nordeste. As visitas às lojas deram-se sempre uma ou mais vezes por semana, com incursões que duravam de uma a quatro horas diárias, às vezes no intuito de engajar no ambiente competitivo, outras simplesmente para adentrar a conversação e observar o trânsito de jogadores e da comunidade como um todo. No total contabilizamos mais de 500 horas de observação participante local e milhares de linhas de *chats* do WhatsApp.

O episódio narrado a seguir foi escolhido por envolver, particularmente, a presença do gênero feminino no ambiente, em uma dimensão tanto discursiva quanto presencial. Sublinhe-se que no aplicativo WhatsApp ou em iterações competitivas in loco, a presença de mulheres é rara. Nosso objetivo, por fim, é problematizar a forma a partir da qual as manifestações dessa masculinidade nerd/*gamer* tóxica ocorre nesses ambientes, a partir dessa ocorrência particular.

O cenário dos espaços dedicados a *Magic* é, no geral, heterogêneo: cada uma das *lojas*, como são comumente chamadas numa alusão ao inglês LGS, tem seus próprios parâmetros. Todas, contudo, são organizadas a partir de uma série de mesas com cadeiras em posições opostas, como se veria em um campeonato de xadrez. Sobre a mesa os jogadores estendem seus *playmats* – tapetes emborrachados que servem para que o contato com as mesas não danifique as cartas – e jogam suas partidas, que variam entre os formatos do jogo.

Foi num desses espaços, em João Pessoa²⁸, que nos deparamos com um desenrolar interessante: quatro jovens em torno dos 20 anos jogavam com um produto selado, que funciona como um jogo de tabuleiro: já se sabe que cartas e que tipo de jogo ele produz. Estes produtos são comumente consumidos por jogadores casuais e colecionadores interessados não no aspecto competitivo do jogo, mas em seu aspecto temático/narrativo e material.

Enquanto observávamos o ambiente, percebemos que o tema do diálogo do grupo era a narrativa do jogo. Um dos jovens explicava para o grupo a relação entre Jace Beleren, arquetipicamente herói, e o vilão Nicol Bolas, personagens do multiverso de *MtG*. Em certo ponto da conversa, um comentário sobre o interesse romântico de Beleren, Liliana Vess, rapidamente se transformou em

²⁸ Os nomes dos estabelecimentos foram omitidos para não expor os envolvidos nos casos apresentados nesta discussão.

um debate acerca da esparsa presença de mulheres nas lojas de *Magic*. Esta questão é importante e diz respeito não apenas a processos de subjetivação e da encenação de uma masculinidade tóxica, mas também de como esses ambientes são constituídos para compreender esses espaços: por mais que muitas vezes sejam projetados como locais de socialização e performance a partir do consumo para a cultura nerd, o contingente de público feminino que os frequenta é sumariamente reduzido.

Este fato tanto convoca uma percepção da construção das identidades masculinas com relação à sua toxicidade (Chandler, 2019; Kupers, 2005), como colabora para que tais espaços contribuam para a dimensão do autorreforço. Cria-se o que Mortensen (2018) denomina de “câmaras de eco”²⁹ (p. 791), que preconizam uma homogeneidade discursiva, ou aquilo que Gray (2014) chama de “um espaço ‘seguro’ para discutir e consumir ideias estereotipadas sobre raça e gênero”³⁰ (p. xiii). Um dos estabelecimentos observados, em particular, agregava uma série de funções: ele era, sim, um espaço para a prática de *Magic*, mas também era uma lanchonete temática, com *board games* disponíveis para o público consumidor. Este espaço – muito mais que o primeiro – era bastante frequentado por mulheres, mas elas muito raramente desenvolviam qualquer relação com *Magic*. Era como se esta loja comportasse dois universos distintos no mesmo espaço comunal: em um deles, as pessoas comiam, bebiam e se divertiam; no outro, a energia era pesada e o conflito era palpável.

Retornando à conversa de nossos quatro rapazes, no momento em que o tema foi levantado, um deles tomou a palavra e começou a comentar um evento midiático ocorrido havia pouco tempo: no programa *Encontro*, apresentado por Fátima Bernardes e transmitido matinalmente pela Rede Globo, a atriz e youtuber Kéfera Buchmann corrigira abruptamente um jovem em rede nacional, utilizando termos como *manterrupting* e *mansplaining* em seu discurso (Nascimento, 2018). A mera lembrança do episódio foi o suficiente para exaltar um dos rapazes: “Ela interrompe o cara e vem falar de ‘*manterruption*’ [sic]!” – a última palavra com uma inflexão jocosa.

Chamou nossa atenção que aquela conversa aparecesse na discussão sobre a ausência feminina no jogo. Sua ocorrência implicava um conhecimento, por parte do grupo, de pautas multiculturalistas associadas ao feminismo, tema geralmente ignorado em círculos como esse (Gray, 2014; Murray, 2018; Salter, 2018; Salter & Blodgett, 2017). Ignorado ou negligenciado não porque qualquer índice de comportamento tóxico ou misógino seja cerceado, mas simplesmente porque, pela natureza do espaço, o assunto simplesmente não vem à tona. A masculinidade desenvolvida e encenada em um ambiente como o dessas lojas é raramente confrontada, uma vez que a presença feminina se concentra quase

²⁹ No original: “echo chambers”.

³⁰ No original: “‘safe’ space to discuss and consume stereotypical ideas about race and gender”.

sempre no nível de serviço. Todas as lojas que frequentamos tinham empregadas mulheres – caixas, serviços gerais, administradoras –, mas essas não participam da vivência da comunidade, sendo praticamente invisíveis no espaço de jogo.

O trânsito feminino nas mesas de jogo, esse sim é diminuto. Nos dois estabelecimentos que acompanhamos, apenas uma mulher se interessava por *Magic* e, mesmo assim, de forma casual por receio de adentrar o competitivo.

Meu motivo de não jogar competitivamente é que eu tenho transtorno de ansiedade, as competições me deixam ansiosa por causa do tempo limitado e como eu não sei jogar direito, eu preciso pensar muito nas jogadas e ter um tempo limitado me deixa nervosa . . . eu achava intimidador pq [sic] eu tava [sic] começando no *Magic* e na loja só tinha jogadores experientes. Alguns eram legais comigo, tinham paciência pra [sic] responder uma dúvida ou me indicar um *deck*, mas no geral os jogadores são pouco receptivos. (Jogadora, 2019)

O relato é consonante com nossa observação porque tanto problematiza a forma como a figura da mulher é recebida no ambiente competitivo, inerente a esses estabelecimentos, quanto sublinha um design particularmente discriminatório no jogo. *Magic* possui um conjunto de regras extenso e complexo – mais de cem páginas em seu manual – e dominá-las é uma atividade que consome muito tempo. Para além deste tempo, aplicar as regras *on the fly* – na hora necessária – não é a mesma coisa que conhecê-las, o que significa que o jogo demanda muita atenção. Esse depoimento revela uma dimensão perniciosa do *agôn*, de Caillois (1958/2001): estes espaços de competição parecem promover uma hostilidade inerente na qual o reconhecimento pelos pares advém tanto do domínio dos aspectos técnicos do jogo quanto do compartilhamento de certos valores de uma determinada política identitária.

Este background é interessante porque contextualiza o problema levantado: como a loja de João Pessoa – diferentemente da outra com a qual tivemos um contato sistemático – é híbrida, funcionando também como lanchonete/*board game store*, o público que a frequenta é mais diverso do que nas outras instâncias. Sua estrutura é, também, consideravelmente superior, uma vez que ela precisa atender a outras expectativas de consumo. Assim, voltando para a condição na qual o diálogo se desenrolava, percebia-se que aquele espaço específico dava vazão a opiniões adversas que não seriam necessariamente debatidas em outro círculo. Uma narrativa indisputada na qual só se permite um certo tipo de ator.

O cenário se modifica, uma vez que outras pessoas adentram a loja: jovens mulheres que conhecem nossos atores vão até eles e os cumprimentam, mas se sentam em outra mesa e prosseguem para fazer pedidos e escolher um *board*

game para passar o tempo. Para os jogadores de *Magic*, a conversa toma outro rumo, uma vez que seu espaço de performance de masculinidade e da crítica a ideias de cunho feminista se encontrava maculado pela presença feminina.

Discussões semelhantes foram presenciadas nos outros espaços sem que tivessem que ser necessariamente provocadas, mas dificilmente elas se enceraram com um argumento que não seja conservador ou machista: a culpa das mulheres não jogarem *Magic* competitivo tem pouco a ver com os espaços serem comumente impenetráveis e necessariamente tóxicos, a culpa é delas, que simplesmente não querem jogar. Já nossa interlocutora reluta – “talvez o ambiente masculino assuste um pouco” (Jogadora, 2019) –, quando questionada acerca de amigas e conhecidas que se interessam pelo jogo, mas não pela LGS.

Gray (2014) defende que os jogos, assim como parte significativa da cultura pop, oferecem um espaço *seguro* que tanto atua como um meio para circulação de estereótipos aceitos do outro, quanto cria ambientes para normalizar essas representações e disciplinar todos os diferentes que procuram desafiar a organização hegemônica da cultura do jogo. Dito de outra forma, os jogos também representam a disseminação de piadas e preconceitos antes *privados*, mas agora frequentemente tornados públicos durante partidas de jogos e por diversas plataformas de streaming e serviços de redes sociais. Como dito, a comunidade *nerd/gamer* não concebe esses comentários como necessariamente públicos, uma vez que consideram os espaços de jogo – e mesmo os circundantes a ele – como se fossem de natureza privada. Esses índices são visíveis nos diálogos testemunhados na LGS de João Pessoa, ainda que não limitados a ela.

A noção de *boyhood*, de Burrill (2008), é muito proveitosa para que possamos compreender as condições discutidas anteriormente, uma vez que ela sugere uma manutenção espacial que garante a ausência da figura feminina. Sob o pretexto de falta de vontade desta, desenha-se um espaço de performance que oferece segurança e fomento para discursos de cunho machista, misógeno e (ultra) conservador. Não obstante esta condição, nossa hipótese sublinha o fato de que tal ocorrência está ligada, sim, à forma como a cultura *nerd* se desenvolveu ao longo dos anos, mas também à forma – em seu sentido mais estrito – do jogo. Retornando à discussão sobre o design e a distribuição de *Magic*, podemos nos aproximar do problema da valoração de certas cartas e suas combinações e a partir disso inferir públicos-alvo e comportamentos.

Kendall (1999) aponta que o marcador de masculinidade hegemônica que perpassa o estereótipo *nerd* é o do alto poder aquisitivo e empregabilidade. Diferentemente de jogos que preservam o equilíbrio em sua experiência, em *Magic* os jogadores com maior poder aquisitivo são beneficiados pelo design do jogo, o que implica em uma demografia predominante composta por homens brancos,

cis-heterossexuais e com poder aquisitivo acima da média. Estarem no topo de uma hierarquia cis-heteronormativa faz com que eles, além de ignorarem os privilégios imbricados em sua situação social, tornem-se extremamente protecionistas acerca de práticas assumidas por eles como exclusivamente masculinas³¹.

Para além do caso relatado, nossa experiência com o *Magic* competitivo nos apresentou uma atmosfera que variava de passivo-agressiva a hostil – raramente amistosa –, que demonstrava claramente a formação e a manutenção de grupos rivais sustentada pelo estímulo agonístico da premiação e do capital simbólico inerentes à vitória (Simmel, 1983). Nesse sentido, vale a pena sublinhar que os grupos de WhatsApp não se mostram muito diferentes do convívio pessoal nas lojas, no que diz respeito à hostilidade e a ausência feminina. Da mesma forma que se desenha um apagamento dessa presença em comunidades relacionadas à cultura nerd, produzido pela encenação de uma *boyhood* (Burrill, 2008) que eclipsa a subjetividade feminina nesses âmbitos, haveria de se esperar que o mesmo acontecesse em contextos digitais, como os grupos de WhatsApp que servem de suporte às lojas – afinal, como dito por Braithwaite (2016), as mídias sociais também operam como espaços seguros para a propagação da misoginia agressiva e violenta. É o que de fato nossa observação sugere, uma vez que em espaços exclusivamente masculinos atitudes violentas e temas como pornografia são comumente presentes e colaboram para a condição.

As relações entre as formas de interdição, disciplinamentos e policiamentos de identidade promovidas no âmbito de *Magic* não apresentam uma coincidência residual com a campanha *Gamergate*, mas estão alinhadas a um longínquo processo de subjetivação da masculinidade nerd tóxica que está sempre à disposição. A reincidência desse conjunto de ansiedades, estratégias retóricas e campanhas de ódio direcionadas às mulheres e minorias étnico-raciais pode ser e será – sempre que necessário – acionado para subalternizar a presença feminina, ou de outras minorias, em um espaço cultural e historicamente construído sob o domínio e para perpetuação do poder masculino.

A busca por legitimidade e igualdade de direitos pelas minorias fere, assim, o princípio básico do imaginário presente em parte considerável da demografia de jogadores e nerds: uma sociedade construída sob o alicerce de uma falsa meritocracia que esconde séculos de dívidas sociais e étnico-raciais. Este argumento, seguido pelo debate sobre a estratificação de classe promovida pelo design de *MtG*, é relevante, pois a comunidade de jogadores não somente é marcada pela masculinidade e oposição às feminilidades, mas também pela branquitude, “as dimensões específicas do racismo que servem para elevar os brancos sobre os negros”³² (DiAngelo, 2011, p. 56). DiAngelo (2011) argumenta que os brancos da América do Norte vivem em um ambiente social responsável

³¹ Essa estratificação percebida no próprio design do jogo é sujeita a variações por causa da multiplicidade de formatos adotada por *Magic*. O *Pauper*, por exemplo, que consiste apenas de cartas de raridade comum – ou seja, que ocorrem em número significativamente maior, aumentando sua oferta –, é um formato mais barato, com *decks* precificados na casa dos 50 dólares, segundo o site *MTG Goldfish* (<https://bit.ly/3h4SS43>). Contudo, não é adotado para competições oficiais, sendo considerado por muitos jogadores como um formato introdutório, para jogadores iniciantes ou para os que não têm como realmente investir no jogo. A própria existência do *Pauper* sublinha o caráter exclusivista de *Magic*.

³² No original: “the specific dimensions of racism that serve to elevate white people over people of color”.

por resguardá-los e isolá-los do *estresse racial* – resultante de uma interrupção do que é considerado racialmente familiar, segundo a autora. Esses ambientes isolados de proteção hierárquica racial, que espaços (e situações) de jogo podem com relativa facilidade encenar, produzem expectativas brancas para o conforto racial na medida em que, simultaneamente, limitam a capacidade de tolerar o estresse racial – e, acrescentemos, de gênero e classe. A ruptura dessa proteção desencadeia o que o autor chama de *fragilidade branca*.

A fragilidade branca é um dos aspectos da branquidade e seus efeitos. É um estado alimentado por situações de estresse racial, responsável por invocar uma série de movimentos defensivos, alguns dos quais abrangem a externalização de emoções como raiva, mágoa, medo e culpa, além de comportamentos como argumentação, silêncio e o abandono de uma determinada situação que incita o estresse. Essas condutas cumprem a função de restabelecer o equilíbrio racial dos brancos. Essas interrupções, de acordo com DiAngelo (2011), têm a capacidade de assumir uma multiplicidade de formas e advir de um número considerável de fontes (p. 57).

Os discursos e comportamentos observados nos permitem inferir que os movimentos das minorias em busca de visibilidade são sintomas de uma condição do que podemos chamar de *fragilidade do jogador* e esta, por sua vez, compõe parte essencial do estabelecimento de estruturas normativas e tóxicas em ação no âmbito de *MtG*. Essas estruturas condicionam e conferem o estatuto de interdito a todas as minorias em disputa na batalha contemporânea pela renegociação da identidade *gamer*. A ideia de fragilidade do jogador, em uma alusão velada à fragilidade branca (DiAngelo, 2011), da qual – por razões óbvias – se alimenta, pode ser adequadamente ilustrada pela noção de *boyhood*, de Burrill (2008), e compreendida como um conjunto de reações defensivas. Trata-se de um estado no qual mesmo a mínima quantidade de estresse desencadeado por ações equitativas de gênero, étnico-raciais, classista ou sexualidade tornam-se inaceitáveis, ocasionando uma variedade de movimentos defensivos, disciplinamentos e policiamentos que culminam na manifestação de formas diversas de masculinidade tóxica e *tecnoculturas tóxicas* – incluindo múltiplas práticas de violência.

O conjunto desses movimentos, de maneira similar à fragilidade branca definida por DiAngelo (2011), incorpora a manifestação externa de emoções como raiva, mágoa e medo, além de comportamentos agressivos de natureza diversa. Essas condutas, por sua vez, têm a função de restaurar o jogo como um passatempo masculino inócuo, um espaço de conforto branco, e o *equilíbrio* e hierarquia étnico-racial, de gênero e de classe dos jogadores brancos cis-heterossexuais, de uma pretensa e nostálgica identidade *gamer* original, de

uma narrativa responsável pela construção de uma visão de mundo na qual os jovens brancos, alheios às definições tradicionais de masculinidades, são heróis transformados em vítimas pelo contínuo avanço de uma agenda a favor da diversidade e do multiculturalismo.

Assim, as manifestações de masculinidade tóxica contra mulheres e outras minorias na cultura *gamer* podem ser interpretadas como uma tentativa de manter o espaço dos homens brancos nerds incólume. Esse mecanismo de defesa reafirma uma rejeição à hipermasculinidade física tradicional, ao passo que constitui outro tipo de fraternidade que oferece um espaço alternativo de encenação centrado em uma performance de racionalidade e positivismo.

Em 2016, após as eleições para a presidência nos Estados Unidos, o *Gamergate* ressurgiu no discurso popular (Salter & Blodgett, 2017). As semelhanças do *Gamergate* e das manifestações de masculinidade tóxica de jogadores de *Magic* – ainda que não restritas apenas a estes – com o movimento on-line de extrema direita, o *alt-right* – e deste com o *bolsonarismo* e o *trumpismo* –, são diversas e de maneira alguma devem ser lidas como mera casualidade. Essas relações são reforçadas na videoreportagem *How Gamers Are Facilitating the Rise of the Alt-Right*, da NBC News (2017), e na análise de Lees (2016) sobre a conexão entre o *Gamergate*, as relações com a Casa Branca e o quanto “a tempestade de ódio on-line de 2014 pressagiu as táticas do movimento de extrema direita que ama Trump”³³ (para. 1). “Antes dos comícios em Charlottesville, os organizadores da *alt-right* usaram um serviço de mensagens chamado Discord, originalmente criado para jogadores de videogame. Este é o mais recente na história entre o *alt-right* e a comunidade de jogos”³⁴ (NBC News, 2017, para. 1).

Esses relatos demonstram que esses vínculos são mais densos do que se imagina: há uma estreita relação entre o discurso da exclusão e da subalternização empregado por jogadores e nerds e o promovido pela chamada mídia *alt-right*, que se assenta em comunidades existentes, a exemplo dos ativistas dos *Direitos dos Homens*, e uma variedade de outros movimentos direcionados a homens que creem que o passado lhes proporcionou mais proveitos e privilégios do que o atual presente. Nosso argumento, em consonância com as análises de Lees (2016) e Salter e Blodgett (2017), é que o etos nostálgico e o (ultra)conservadorismo sustentam tanto o conjunto de estratégias retóricas e campanhas de ódio empregado no *Gamergate* quanto a encenação centrada em uma performance das masculinidades (tóxicas) por jogadores de *Magic* e, mais que isso, podem ser lidos como índices intrínsecos de uma vinculação ao *alt-right*.

A despeito do aglomerado de dinâmicas exibidas em *Magic* e no *Gamergate*, em última instância, ser nutrido pela vingança de homens contra mulheres, produziu-se uma narrativa particular de reforma: um apelo para tornar os jogos

³³ No original: “The 2014 online hate-storm presaged the tactics of the Trump-loving far right movement”.

³⁴ No original: “Leading up to the Charlottesville rallies, alt-right organizers used a messaging service called Discord, originally created for video gamers. This is the latest in the history between the alt-right and the gaming community”.

grandes novamente – cuja semelhança com o *slogan* da campanha eleitoral adotada por Donald Trump em 2016 (*Make America Great Again*) não é mera coincidência. O movimento desenvolvido continuamente na comunidade de prática de *MtG* não deve ser concebido como um caso isolado de um contexto progressivo, mas como parte de uma campanha histórica de resistência à marcha democrática empreendida pela reunião de mulheres e minorias sociais em posições subalternizadas contra seus opressores no estado, no local de trabalho, na igreja e em outras instituições hierárquicas desde o início da chamada “Era Moderna” (Robin, 2011).

Esse contexto não se desvincula das diversas manifestações do entretenimento do nosso tempo, seja nos esportes, seja nos *video games*, como reforçam as análises de Falcão, Marques, Mussa e Macedo (2020), Lees (2016) e NBC News (2017). Em quase todas as campanhas, sob bandeiras variadas – movimento trabalhista, feminismo, abolição, descolonização, sexualidade, socialismo – e slogans diferentes – liberdade, igualdade, direitos, democracia, revolução –, essa resistência ocorreu com violência e não violência, aberta e secretamente, legal e ilegalmente (Robin, 2011). Nosso argumento é colocar tanto as marchas quanto as contramarchas em *MtG* como parte da história da política contemporânea, ou pelo menos como uma de suas histórias. São batalhas entre grupos sociais; entre aqueles que detêm mais poder e aqueles que lutam por mudanças em espaços historicamente colonizados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: O QUE ESTÁ EM JOGO?

Neste artigo, buscamos relacionar os efeitos da criação e performance de uma masculinidade tóxica à experiência da comunidade de prática de *MtG*. Nas lojas observadas, a presença de jogadoras é ainda bastante limitada e as discussões sequer chegam à esfera do silenciamento, pois o acesso ao jogo é dificultado. De um cerceamento menos hostil a manifestações de jogadores homens contra a presença feminina em *seus* espaços, o que se percebe é a produção de uma masculinidade que se faz não a partir da diferença, mas em detrimento dela: o fomento de um ambiente de homogeneidade que garante que o espaço gerado em lojas e grupos de WhatsApp seja considerado seguro para manifestação de ideias violentas e exclusão do que é feminino. A identificação dos jogadores e donos de loja, contrários à presença feminina no *MtG*, com a figura de Jair Bolsonaro e com simbologias e discursos adotados pela extrema direita e pelo ultraconservadorismo também apontam o desejo pela manutenção do privilégio masculino e da identidade nerd e *gamer* como foi concebida e consolidada.

Nossa análise sugere que as manifestações de masculinidades tóxicas em *MtG*, enquanto modos de práticas conservadoras (Robin, 2011) e conjunto de formas de reações defensivas (DiAngelo, 2011), são reativas, contingentes e complementares a um programa político radical antagônico defendido por mulheres e minorias sociais – sem o qual essas ações perdem força e potência retórica. As ideias políticas de parte considerável da demografia de jogadores, que geralmente ocupam o lado direito do espectro político e se pretendem apolíticas, são forjadas em batalha, em um intenso campo de lutas demarcado por fronteiras reais e retóricas (Salter & Blodgett, 2017). Diferentemente do que sugere Robin (2011), contudo, o conservadorismo às avessas – ou melhor, o ultraconservadorismo – em *MtG* permanece na defesa irrefletida de um antigo regime imutável ou de um tradicionalismo pensativo objeto de idolatria.

Assume, assim, uma postura reacionária ao mostrar uma insistente inclinação a recriar uma certa idealização do passado, fundamentada em uma suposta *era dourada*, que contém, em sua epistemologia, traços ideacionais e transcendentais – típicos das ideologias não conservadoras – que vão de encontro à natureza imanente do conservadorismo (Trigueiro, 2015). Podemos chamá-la de ultraconservadorismo. O processo de subjetivação da masculinidade tóxica se dá, em parte, por uma encenação da violência enquanto dispositivo disponível a esses jogadores para policiamento de identidade. Aqui a variedade de manifestações da fragilidade do jogador, que muitas vezes irrompe quando brancos são desafiados em suas visões de mundo racial, ilustra a função de restabelecer o equilíbrio e hierarquia étnico-racial, de gênero e classista dos jogadores brancos cis-heterossexuais. Estudos futuros devem ajudar no mapeamento das múltiplas formas – abrangendo várias práticas de violência – e fontes pelas quais atuam a fragilidade do jogador e a masculinidade tóxica, incluindo diferentes atividades e situações de jogo.

Por fim, este artigo é uma primeira incursão que aponta para a necessidade de exploração desses ambientes como espaços de performance da cultura política, conectando, assim, comportamentos e discursos observados não apenas com performances políticas particulares da cultura brasileira – no caso de uma relação entre jogadores de *MtG* e apoiadores do presidente Jair Bolsonaro –, mas, sobretudo, subjetividades desenvolvidas a partir da percepção das indústrias criativas como parte do ecossistema do capitalismo neoliberal e dos processos de colonização pelos quais o Brasil passou. Além disso, traços revelados não só nos discursos explicitados neste artigo, mas em outros aspectos de nossa amostragem, sugerem uma ligação desse discurso conservador e tradicionalista (patriarcal) com outros de cunho neofascista. Esforços posteriores devem explorar esta via, que parece convergir para a identidade do público consumidor de *Magic* no Brasil. ■

REFERÊNCIAS

- Ahmed, S. (2010). *The promise of happiness*. Duke University Press.
- Braithwaite, A. (2016). It's about ethics in games journalism? Gamergaters and geek masculinity. *Social Media + Society*, 2(4), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2056305116672484>
- Burrill, D. (2008). *Die tryin': Videogames, masculinity, culture*. Peter Lang.
- Caillois, R. (2001). *Man, play and games*. University of Illinois Press. (Trabalho original publicado em 1958)
- Chandler, A. (2019). Gamers speak: Analyzing masculine speech in gaming culture. *CLA Journal*, 7(1), 11-34. <https://bit.ly/3woztzq>
- Chase, E. (2018, 6 de dezembro). *The next chapter for Magic: Esports*. Magic: The Gathering. <https://bit.ly/3w64nwC>
- Connell, R. (1993). The big picture: Masculinities in recent World History. *Theory and Society*, 22(5), 597-623. <https://doi.org/10.1007/BF00993538>
- Connell, R. (2001). The social organization of masculinity. In S. Whitehead & F. Barrett (Eds.), *The masculinities reader* (pp. 30-48). Polity.
- Connell, R. (2005). *Masculinities* (2a ed.). Polity.
- Connell, R., & Messerschmidt, J. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Coontz, S. (2000). *The way we never were: American families and the nostalgia trap*. Basic Books.
- DiAngelo, R. (2011). White fragility. *The International Journal of Critical Pedagogy*, 3(3), 54-70. <https://bit.ly/3worQsM>
- Falcão, T. (2014). *Não humanos em jogo: Agência e prescrição em World of Warcraft* [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia]. Repositório Institucional da UFBA. <https://bit.ly/36M9cck>
- Falcão, T., & Marques, D. (2019). Pagando para vencer, parte 2: Serialização, power creep e capitalismo tardio em *Hearthstone*. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 16(47), 530-554. <http://dx.doi.org/10.18568/cmc.v16i47.1894>
- Falcão, T., Marques, D., & Mussa, I. (2020). #BoycottBlizzard: Capitalismo de plataforma e a colonização do jogo. *Contracampo*, 39(2), 59-78. <http://doi.org/10.22409/contracampo.v0i0.38578>
- Falcão, T., Marques, D., Mussa, I., & Macedo, T. (2020). At the edge of utopia. esports, neoliberalism and the gamer culture's descent into madness. *game-vironments*, 13, 382-419. <https://doi.org/10.26092/elib/411>
- Fisher, M. (2009). *Capitalist realism: Is there no alternative?* Zero Books.
- Goffman, E. (1961). *Encounters: Two studies in the sociology of interaction*. Bobbs-Merrill.

- Gray, K. (2014). *Race, gender, and deviance in Xbox Live: Theoretical perspectives from the virtual margins*. Elsevier.
- Griffith, E. (2020, 3 de agosto). *Jund sacrifice*. MTG Goldfish. <https://bit.ly/3jr9NQb>
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.
- Huizinga, J. (2001). *Homo ludens: O jogo como elemento da cultura*. Perspectiva. (Trabalho original publicado em 1938)
- Johnson, R. (2018). Technomascularity and its influence in video game production. In N. Taylor & G. Voorhees (Eds.), *Masculinities in play* (pp. 249-262). Palgrave Macmillan.
- Juul, J. (2005). *Half-Real: Video games between real rules and fictional worlds*. MIT Press.
- Juul, J. (2010). *A casual revolution: Reinventing video games and their players*. MIT Press.
- Kendall, L. (1999). Nerd nation: Images of nerds in US popular culture. *International Journal of Cultural Studies*, 2 (2), 260-283. <https://doi.org/10.1177/136787799900200206>
- Kendall, L. (2000). “Oh no! I’m a nerd!”: Hegemonic masculinity on an online forum. *Gender & Society*, 14(2), 256-274. <https://doi.org/10.1177/089124300014002003>
- Kupers, T. (2005). Toxic masculinity as a barrier to mental health treatment in prison. *Journal of Clinical Psychology*, 61(6), 713-724. <https://doi.org/10.1002/jclp.20105>
- Lane, K. (2018). How was the nerd or geek born? In K. Lane (Ed.), *Age of the geek: Depictions of nerds and geeks in popular media* (pp. 1-18). Palgrave Macmillan.
- Latour, B. (1993). *We have never been modern*. Harvard University Press.
- Lees, M. (2016, 1 de dezembro). What Gamergate should have taught us about the alt-right. *The Guardian*. <https://bit.ly/3hoTZM4>
- Massanari, A. (2017). #Gamergate and the fapping: How Reddit’s algorithm, governance, and culture support toxic technocultures. *New Media & Society*, 19(3), 329-346. <https://doi.org/10.1177/1461444815608807>
- Morris-Lent, C. (2019, 15 de fevereiro). *I won a \$5,000 Magic: The gathering tournament on shrooms*. Gawker. <https://bit.ly/3ypo1W4>
- Mortensen, T. (2018). Anger, fear, and games: The long event of #Gamergate. *Games and Culture*, 13(8), 787-806. <https://doi.org/10.1177/1555412016640408>
- Murray, S. (2018). *On video games: The visual politics of race, gender and space*. I.B. Tauris.

- Nascimento, F. (Produtor executivo). (2018, 13 de dezembro). *Encontro com Fátima Bernardes* [Programa de televisão]. Globoplay. <https://bit.ly/3jsYhUq>
- NBC News. (2017, 30 de outubro). *How gamers are facilitating the rise of the alt-right: Think: NBC News* [Video]. YouTube. <https://bit.ly/3hoe1Xc>
- Oakeshott, M. (1991). *Rationalism in politics and other essays*. Liberty Fund.
- Reeser, T. (2010). *Masculinities in theory: An introduction*. Wiley-Blackwell.
- Robin, C. (2011). *The reactionary mind: Conservatism from Edmund Burke to Sarah Palin*. Oxford University Press.
- Robinson, L. (2007). The cyberself: The self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age. *New Media & Society*, 9(1), 93-110. <https://doi.org/10.1177/1461444807072216>
- Salter, M. (2018). From geek masculinity to Gamergate: The technological rationality of online abuse. *Crime, Media, Culture: An International Journal*, 14(2), 247-264. <https://doi.org/10.1177/1741659017690893>
- Salter, A., & Blodgett, B. (2017). *Toxic geek masculinity in media: Sexism, trolling, and identity policing*. Palgrave Macmillan.
- Simmel, G. (1983). *Georg Simmel: Sociologia*. Ática.
- Švelch, J. (2020). Mediatization of a card game: *Magic: The Gathering*, esports, and streaming. *Media, Culture & Society*, 42(6), 838-856. <https://doi.org/10.1177/0163443719876536>
- Torlay, B. (2020, 23 de janeiro). *Por que as feminazis são infelizes?* [Video]. YouTube. <https://bit.ly/2UHuInw>
- Trammel, A. (2020). Torture, play, and the black experience. *G|a|m|e: The Italian Journal of Game Studies*, (9), 33-49.
- Trigueiro, G. (2015). Conservadorismo: Perspectivas conceituais. *Revista Estudos Políticos*, 6(11), 97-118.
- West, C., & Fenstermaker, S. (1995). Doing difference. *Gender & Society*, 9(1), 8-37. <https://doi.org/10.1177/089124395009001002>
- Wizards of the Coast. (2017, 13 de junho). *How to play Magic: The Gathering* [Video]. YouTube. <https://bit.ly/2UHuU6e>
- Zeranox. (2020, 12 de junho). *Bant control*. MTG Goldfish. <https://bit.ly/3hgqyLb>

Artigo recebido em 11 de setembro de 2020 e aprovado em 5 de junho de 2021.

RESENHAS

Tradição e vanguarda na pesquisa em comunicação

Research lore and vanguard in communication studies

LETCIA CANTARELA MATHEUS^a

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Rio de Janeiro – RJ, Brasil

MARIA CRISTINA GUIMARÃES ROSA DO AMARAL^b

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Rio de Janeiro – RJ, Brasil

RESUMO

Resenha do livro *Comunicação e Método: Cenário e Práticas de Pesquisa*, lançado no final de 2020, no qual Marialva Barbosa aponta tendências metodológicas na pesquisa em comunicação a partir de 109 teses defendidas em 2017 em programas de pós-graduação nota 5 ou superior. A autora tipifica quatro modelos-síntese para essas tendências, defende uma escrita comunicacional ensaística, um trabalho intelectual de interpretação e transformação da realidade social e estabelece a distinção entre as técnicas analíticas e o desenho teórico-metodológico de uma pesquisa.

Palavras-chave: Metodologia, campo comunicacional, epistemologia

ABSTRACT

Review of the book *Comunicação e Método: Cenário e Práticas de Pesquisa*, launched in 2020, in which Marialva Barbosa suggests methodological trends in communication research, based on 109 theses defended in 2017 in Graduate Programs graded Capes 5 or higher. The author typifies four synthesis-models for these trends, advocates for an essayistic communicational writing, an intellectual work of interpretation and of transformation of social reality, and establishes a distinction between analytical techniques and the theoretical-methodological design of research.

Keywords: Methodology, communicational field, epistemology

^a Procientista, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCom-Uerj), lidera o Grupo de Pesquisa “Linguagem, Acontecimento e Poder” (Linap). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2860-2607>. E-mail: leticia_matheus@yahoo.com.br

^b Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCom-Uerj) e mestre em Mídia e Cotidiano pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6103-4808>. E-mail: cristina.gramaral@gmail.com

O LIVRO DE MARIALVA Barbosa, *Comunicação e Método: Cenário e Práticas de Pesquisa*, enfrenta simultaneamente dois mitos recentes que se complementam e se retroalimentam na pesquisa em comunicação: o fetiche do método e o tabu do ensaio. Nos últimos não mais de dez anos, parece crescente a angústia de pós-graduandos diante da curiosa tarefa de ter que definir o método *antes* de começar a pesquisa. Nesse sentido, esse livro pode tanto aliviar quanto piorar essa agonia de pesquisadores iniciantes pela mesma razão, ao mostrar que o método é uma construção singular realizada *durante* o processo de pesquisa. Se, por um lado, a explicação da autora permite descomprimir o peito dos ansiosos, que descobrem não ser necessária adivinhação sobre a técnica que deverão aplicar, por outro, aumenta a pressão sobre aqueles que não possuem vocação criativa ou crítica.

Essa nova obsessão com uma seleção mágica do método se traduz frequentemente em textos mecânicos, reduzidos a meras descrições, sem o necessário risco dos porquês, na ânsia de responder a uma demanda imaginária de cientificidade importada de outros campos. O combate pela lógica própria da área passaria, em primeiro lugar, pela defesa da qualidade do texto, quando a autora afirma ser o ensaio a forma por excelência da escrita comunicacional. Aqui ela se refere a *ensaio* como trabalho que apresenta interpretação e análise social, ou seja, discute os resultados da pesquisa, não simplesmente expõe os dados. O texto *ensaístico* que ela defende passa longe de reflexões especulativas ou de textos que versam livremente sobre certos temas. Aqui, ensaio seria sinônimo de texto agradável que, ainda assim, apresenta evidências empíricas. Mas essa concepção vai além. A produção intelectual requer mais do que beleza e evidências: exige um gesto interpretativo singular que se expressa também na arquitetura metodológica da pesquisa e na forma como o intelectual trata os dados.

Feita esta introdução, passemos àquilo que a obra *não* é. O livro *não* é um manual. Não enumera, descreve ou ensina a utilizar as técnicas mais usuais na pesquisa de comunicação. Em vez disso, ao apresentar exemplos e discutir metodologias, Barbosa elege abordagens criativas para enfatizar a forma como elas foram ancoradas em um fundamento teórico definido. O livro, na verdade, assemelha-se mais a um mapa, desses que mostram vários caminhos, obstáculos e locais seguros, percursos que foram experimentados e abandonados, desvios, atalhos, rotas que se transformaram em outras. Inspirada na cartografia metodológica de Martín-Barbero (2004), Barbosa faz um traçado que não leva necessariamente a um destino final, mas ilustra possibilidades e desenha a comunicação como a grande ciência capaz de dar conta dos fenômenos humanos do século XXI, como defendeu Sodré (2011, 2014).

Embora pesquisadores profissionais sejam capazes de enxergar o método de boa parte das pesquisas sem que o autor precise descrevê-lo como uma ata,

Barbosa parece ter querido apresentar seu pensamento de forma mais explícita nesse livro, registrando o que ensina a seus orientandos e alunos desde os anos 1990. Essa não foi a primeira vez (Barbosa, 2002, 2007). Em outros textos (Barbosa, 2005), ela explicou as origens de sua formação hermenêutica, vinda da história, ainda que naquele momento sua atenção estivesse voltada para o jornalismo. Sua visão se amplia nessa obra, sobretudo depois do impacto de Sodré (2014) em seu pensamento.

Paradoxalmente, o livro também *não  * uma discussão epistemológica sobre metodologia no campo da comunica o. Como deixa claro no início do segundo capítulo (p. 33), Barbosa não reivindica esse lugar de especialista e não há proposta de ruptura no campo, pelo contrário. Sua visão sobre metodologia   bastante parecida   de Martino (2018) e de Braga (2011), por exemplo. A sua contribui o aparentemente pretende reforçar o combate pela manuten o de uma epistemologia própria do campo, que parece ameaçada por trabalhos excessivamente descritivos, que não arriscam interpreta es sociais, ou recortados em m dias, em vez de media es, desprovidos de uma filosofia que os sustente.

O volume   dividido em duas partes. Na primeira, a discussão gira primordialmente em torno do campo teórico da comunica o e de que forma ela se constrói como área acadêmica. A abordagem   dupla, pela reflexão e pelo resgate da prática. Primeiro, a autora faz um retrospecto do saber científico ao longo dos séculos, mas dispensa o objetivo estéril de abarcar toda a história do conhecimento. Talvez por isso esses primeiros capítulos possam parecer um pouco superficiais. Mas a viagem tem um norte, e a explora o, um propósito: discutir a historicidade dos processos comunicacionais; como   considerada a questão comunicacional em cada perspectiva epistemológica. E essas perspectivas se sucedem, na busca da defini o do fundamental: se as formas do conhecimento pertencem ao sujeito, ao objeto ou a algum tipo de rela o entre ambos.

Se o conhecimento   mero registro de dados, feito pelo sujeito, dados que existem independentemente no mundo exterior físico e ideal ou se, ao contrário, o sujeito interv m ativamente no processo e na organiza o do objeto que, na verdade, não existe em essência mas emerge no próprio processo de produ o do conhecimento. (p. 23)

A trajetória chega até a *virada linguística* dos anos de 1960, que abre caminho para o ceticismo e teorias pós-modernas que “afirmam a descontinuidade entre narrativa e realidade, argumentam que a organiza o do texto como relato se impõe aos fatos, sendo a narrativa sempre produto de uma constru o imaginária, perdendo sua aura de veracidade (mesmo quando se apoia em fontes)” (p. 25). Aqui a autora se distancia mais uma vez de uma escrita convencional em

um livro de metodologia e práticas de pesquisa, ao se posicionar abertamente e criticar pontos de vista e paradigmas, em especial o “estilhaçamento de saberes” a que as teorias pós-modernas teriam conduzido. Mas o leitor não é pego de surpresa; já no primeiro parágrafo da introdução Barbosa avisa que

não há possibilidade, por mais que os cânones tradicionais da escrita e academia proponham, de esvaziamento do si mesmo na produção de algo que sai de dentro daquele que escreve, para ser incluído, no momento seguinte, no olhar daquele que, em múltiplos tempos, o lerá. (p. 9)

Essa convicção perpassa todo o livro, do incentivo ao uso da primeira pessoa no texto de teses e dissertações à reflexão sobre a necessidade de luta em um momento em que a ciência tem sido desacreditada, enquanto “a indiferença, o individualismo, a anestesia diante do sofrimento têm sido ações frequentes neste mundo novo muitas vezes não tão admirável” (p. 31).

Estabelecer um campo comunicacional, definir um objeto de estudo, defender uma área do conhecimento como pertencente à comunicação faz parte de um debate travado mais acaloradamente a partir dos anos 1990. Entre outros obstáculos, a autora aponta para o fato de que a comunicação sempre se serviu de metodologias oriundas de outras áreas – o que ela não vê como problema, ao contrário – e para a quebra de certezas conceituais, dilema partilhado com outras ciências humanas, que levou a uma multiplicidade temática na pesquisa em comunicação, “muitas vezes sem o rigor de uma conceitualização teórica metodológica” (p. 34). Citando Rüdiger (2007) e Sodré (2011), Barbosa se pergunta se, em um mundo governado pela comunicação, não seria a comunicação “um lugar de síntese dos conhecimentos das ciências sociais, onde, sob a égide do comunicacional, seriam condensados saberes dispersos? Não seria a comunicação, nesse sentido, a ciência do século XXI?” (p. 35), como defendeu em resenha publicada nessa mesma revista (Barbosa, 2015) sobre Sodré (2014). Na medida em que a área estaria em vias de superação das amarras midiáticas, como diz a autora citando Braga (2011), trata-se de “desentranhar o comunicacional dos nossos objetos” (p. 13). Igualmente, como ensina Martino (2018), é preciso encontrar a comunicação em nossos objetos. Não há, na obra de Barbosa, proposta de ruptura. Pelo contrário, ela se alinha a esses estudiosos clássicos de metodologia na comunicação como forma de defender uma posição de pesquisa tradicional que parte da empiria e que não se reduz a uma mera descrição, devendo haver pensamento em toda pesquisa social, isto é, um fundamento e um projeto filosófico. O pensamento não está, evidentemente, apenas em um subitem chamado *discussão dos resultados*, mas

se encontra na *forma* de pensar, que é o método. O método, portanto, não pode estar antes da empiria que conduz a diferentes lugares e obriga o pesquisador a inventar caminhos para responder às suas inquietações e a fazer novas perguntas.

A partir desse ponto, Barbosa parte para o estudo da práxis: traça uma trajetória das tendências e das pesquisas na área. A linha do tempo começa nos anos de 1970, época que coincide com a institucionalização dos cursos de comunicação no Brasil, e chega a 2017, com a análise de 109 teses defendidas naquele ano. Além da consolidação das subáreas da comunicação reconhecidas ao longo da constituição do campo, a pesquisa mostrou que os trabalhos se orientam, gradativamente, pela perspectiva de que a comunicação não se ocupa apenas dos meios e dos processos midiáticos, buscando refletir sobre questões mais profundas que atravessam os tempos, como a ética discursiva, os fluxos comunicacionais, as processualidades das práticas.

Parte-se da percepção de que o mundo contemporâneo é comunicacional e que, portanto, a compreensão e o entendimento da ação humana só são possíveis a partir de reflexões da comunicação. A comunicação, nesse sentido, propõe a quebra de fronteiras entre a lógica disciplinar do século XX e a organização os saberes em torno de questões que ultrapassam a constituição de campos isolados de conhecimento. (p. 60)

A partir desse quadro, ela avaliou que, das 109 teses estudadas, 82 ainda faziam um recorte em torno de objetos midiáticos ou subáreas de conhecimento, enquanto 27 já tinham como fundamento a ideia da comunicação como “saber síntese do século XXI” (p. 60), novamente sob a influência clara de Sodré (2014). É a partir destas 27 teses que ela cria uma tipologia das tendências metodológicas do campo, apresentadas de modo aprofundado na segunda parte do livro.

Nessa segunda parte, é possível compreender uma distinção que costuma ser um grande desafio para os orientadores iniciantes: explicar a seus orientandos a diferença entre método – a forma-pensamento que uma tese, por exemplo, assume – e as múltiplas técnicas de análise. Ali são sistematizados os passos de um projeto de pesquisa científica: a formulação do problema; a construção do modelo teórico; a relação entre teoria e metodologia; a construção do corpus e a interpretação. O interessante é que isso é feito mostrando os percursos na prática, aproveitando a produção dos próprios alunos, trazendo exemplos concretos de caminhos metodológicos já traçados por pesquisadores. Para isso, a autora inverte, no livro, o método de sala de aula dos cursos de metodologia. Na falta de alunos reais para contarem suas ideias, ela pega uma amostra de teses e faz o percurso inverso: reduz seus desenhos metodológicos às formas retrospectivas de projeto, de modo a ilustrar o que, para ela, seriam as tendências do campo.

Mais uma vez, a ênfase é na necessidade de a metodologia derivar da teoria: não é possível construir um problema de pesquisa ou pensar em métodos sem a escolha de um referencial teórico que pertença a uma mesma linhagem, a um mesmo lugar teórico, ainda que os diferentes autores possam guardar divergências entre si. São as teorias que constroem os caminhos metodológicos, e pensar a metodologia exclusivamente como uma ferramenta que possibilite a construção de uma relação científica com o objeto empírico é um equívoco que leva a muitos outros (p. 10).

Para isso, a pesquisa em comunicação não deve ser engessada. Ao contrário, no sexto e último capítulo, Barbosa apresenta trabalhos criativos na análise dos materiais empíricos, “movimentos dissonantes em torno das possibilidades de análise em atitudes imersivas” (p. 113). O leitor então é apresentado ao detalhamento das perspectivas metodológicas que Barbosa tipificou como: 1) o modo do desalinho; 2) as escritas de interstícios; 3) as constelações; e finalmente 4) a errância.

O primeiro seria o modo da cartografia, segundo o qual o pesquisador não se preocuparia em apresentar uma descrição rígida, um registro de um fenômeno, mas o abordaria a partir de múltiplos conceitos, sem um recorte em torno de um único conceito ou teoria. De acordo com a autora, esse seria o método segundo o qual o objeto falaria por o conjunto de experiências e sensações que provoca no pesquisador que se *desorganiza*. A segunda perspectiva trabalha características a serem observadas em um corpus empírico volumoso, cujo recorte é amplo e que tem nas características a serem observadas – elegidas pelo pesquisador – os interstícios que ligam, separam e formam o próprio corpus. A lógica dessas variáveis só pode ser percebida justamente nas brechas dos objetos. A terceira vertente, que a autora chama de “constelações”, é a construção de um corpus a partir de objetos heterogêneos, de modo que o próprio arranjo do material empírico já se configura em um gesto analítico. Por fim, “errâncias” se refere à etnografia.

Essas seriam, na opinião da autora, as quatro arquiteturas metodológicas coerentes com a proposta de Sodré (2014) sobre a comunica o para o século XXI. Portanto, sua visada não   um diagnóstico representativo da área, mas uma sele o daquelas teses que, em sua interpreta o, atendem com mais autonomia   supera o definitiva dos recortes em torno de m dias, passando pelos processos de Martín-Barbero (2003) e indo em dire o a uma filosofia do comum, como propôs Sodré (2014).

Barbosa explica também que sobressaíram propostas semiótico-discursivas, etnográficas e cartográficas (p. 93), porém a autora não negligencia as técnicas de análise – questionário, análise fílmica, análise de texto, entrevistas, observa o em campo, análise documental – bem como as escolhas preferenciais do

corpus empírico. Fica claro que, ao falarmos em método, deve haver precisão: se estamos nos referindo à construção teórico-metodológica que materializa o pensamento do pesquisador ou a simples ferramentas.

O interesse da autora pela inovação não é gratuito e segue a busca por uma epistemologia própria, por um saber e um fazer comunicacionais. A eles corresponderia – por que não? – uma escrita própria, uma escrita comunicacional. Barbosa deixa claro que, quando fala de escrita comunicacional, refere-se a “um devir e não ao que construímos, hoje, como textualidades nos projetos” (p. 109). Mas traz de Sodré a noção da comunicação como a ciência do comum, como “o lugar em que a vida se institui, se relaciona, se organiza” (p. 108). Nesse lugar, diz a autora, não há espaços para uma trama escriturária governada pelos parâmetros discursivos de uma ciência que não corresponde à dimensão contemporânea da ação humana, que é uma dimensão comunicacional.

O livro de Marialva Barbosa parte de sua experiência de mais de 40 anos como professora – muitos deles ensinando metodologia –, porém *Comunicação e Método: Cenário e Práticas de Pesquisa* não dispensa a leitura de outras obras mais estruturadas sobre a história das teorias da comunicação ou sobre metodologia. Ao contrário, o leitor irá lucrar com um embasamento teórico anterior, que permita identificar, na escrita da autora, parcialidades – por exemplo, aponta a imersão como tendência de vanguarda de pesquisa, e ignora as técnicas quantitativas, que não apareceram na amostragem.

Por fim, pode-se dizer que o livro resgata o *passo a passo* intelectual em um caso específico e, de forma geral, cumpre com sua ambição: “partilhar processos e reflexões acumuladas em décadas de docência da disciplina, de forma a continuar apoiando os jovens pesquisadores que, iniciando-se na seara da pesquisa, defrontam-se com problemas metodológicos” (p. 9). Ela assume a ciência como força transformadora, pois, segundo a autora, “a prática científica é, assim, sempre política e revolucionária, na medida em que propõe mudanças para tornar o mundo mais compreensível e, portanto, mais habitável” (p. 73). No final da leitura, o estudante ou pesquisador iniciante fica com a noção de que a base teórica é o fundamento de qualquer método científico; que a comunicação é a grande ciência do século XXI e que o pesquisador deve desenvolver autonomia intelectual. ■

REFERÊNCIAS

Barbosa, M. (2002). Conceitos, armadilhas, olhares: Apontamentos metodológicos para a consolidação de um campo transdisciplinar. *Ciberlegenda*, (9). <https://bit.ly/2R96PnG>

- Barbosa, M. (2005). O que a história pode legar aos estudos de jornalismo. *Contracampo*, (12), 51-62. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i12.558>
- Barbosa, M. (2007). *Percursos do olhar: Comunicação, narrativa e memória*. EdUFF.
- Barbosa, M. (2015). Comunicação: A ciência do século XXI. *MATRIZES*, 9(1), 267-271. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p267-271>
- Braga, J. L. (2011). Constituição do campo da comunicação. *Verso e Reverso*, 25(58), 62-77. <https://doi.org/10.4013/924>
- Martín-Barbero, J. (2003). *Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*. Editora UFRJ.
- Martín-Barbero, J. (2004). *Ofício de cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. Loyola.
- Martino, L. M. S. (2018). *Métodos de pesquisa em comunicação: Projetos, ideias, práticas*. Vozes.
- Rüdiger, F. (2007). A comunicação no saber pós-moderno: Crítica, episteme e epistemologia. In J. Ferreira (Org.), *Cenários, teorias e epistemologias da comunicação* (pp. 25-40). E-papers.
- Sodré, M. (2011). *Antropológica do espelho*. Vozes.
- Sodré, M. (2014). *A ciência do comum: Notas sobre o método comunicacional*. Vozes.

Artigo recebido em 16 de março de 2021 e aprovado em 25 de maio de 2021.